



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Os Seniores na Sociedade em Rede em Portugal:
O contributo das Redes Sociais Online no seu Capital Social

Célia Maria Ramos Serra Reis Barroso

Doutoramento em Ciências da Comunicação

Orientador:
Doutor Tiago José Ferreira Lapa da Silva, Professor Auxiliar,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

janeiro, 2021



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

Os Seniores na Sociedade em Rede em Portugal:
O contributo das Redes Sociais Online no seu Capital Social

Célia Maria Ramos Serra Reis Barroso

Doutoramento em Ciências da Comunicação

Orientador:
Doutor Tiago José Ferreira Lapa da Silva, Professor Auxiliar,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

janeiro, 2021



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

Os Seniores na Sociedade em Rede em Portugal:
O contributo das Redes Sociais Online no seu Capital Social

Célia Maria Ramos Serra Reis Barroso

Doutoramento em Ciências da Comunicação

Júri:

Doutor Jorge Samuel Pinto Vieira, Professor Auxiliar,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa (Presidente)

Doutora Maria Isabel Correia Dias, Professora Associada com
Agregação, Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Doutora Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral,
Professora Associada, Faculdade de Letras da Universidade de
Coimbra

Doutora Maria Cláudia Silva Afonso e Álvares, Professora Associada,
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Doutor Tiago José Ferreira Lapa da Silva, Professor Auxiliar,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa (Orientador)

janeiro, 2021

Agradecimentos

Esta tese significa a concretização de mais uma etapa na minha vida, mas, essencialmente, correspondeu a uma valorização pessoal extraordinária na aprendizagem e nos conhecimentos adquiridos, na capacidade de execução e na superação dos desafios e dos momentos de exaustão. Conciliar a atividade profissional e o trabalho de investigação só foi possível com o apoio de um conjunto de pessoas extraordinárias a quem quero agradecer.

Primeiramente, estou grata aos seniores que participaram, sem o seu contributo nada aconteceria, e em especial aos que entrevistei, ficaram gravadas nas memórias as nossas conversas, as suas lições, a vontade de aprender, a força de viver, a sinceridade e a confiança que depositaram a contar as suas histórias de vida sem me conhecerem. A todos que a vida sorria sempre e sem solidão.

Seguramente, agradeço ao meu orientador Tiago Lapa, que teve um papel central e determinante na motivação, apoio, paciência, disponibilidade e acompanhamento deste longo trabalho. As suas orientações e conhecimentos foram valiosos para atingir os objetivos traçados e contribuíram, igualmente, para o meu crescimento pessoal e envolvimento científico enquanto investigadora.

Agradeço ao Centro de Investigação e estudos de Sociologia (CIES-IUL) o seu acolhimento para a realização da tese, aos professores que fizeram parte do programa doutoral e ao Professor Gustavo Cardoso que acompanhou, nas aulas de seminário, o progresso da tese e cujos seus comentários e observações foram importantes contributos nas reflexões e caminhos percorridos.

Foi, ainda, gratificante o empenho e atenção da Marktest, MUDA, Revista Dignus, RUTIS e UTI's.

Aos colegas de turma que colaboraram, apoiaram e que estiveram sempre presentes (Carlos Dias, Fernando Neves, Jaime Lourenço, João Carlos Sousa, José Quintela, Manuel Valença, Rita Ferreira, Roberta Matias, Ruben Martins e Sofia Santos), um enorme obrigada e mantenham o espírito de entreajuda. Podem contar comigo até ao fim do vosso percurso. Contudo, tenho de destacar a Andreia Garcia, juntas na fase final das nossas teses a remar no mesmo barco, foi um apoio essencial para mitigar o desgaste físico e emocional e em que nos mantivemos unidas para encontrar a rota final.

Por fim, um agradecimento especial aos pilares da minha vida: família e amigos. Não há palavras e espaço suficientes para descrever a minha gratidão e admiração e desculpem a minha falta de tempo e atenção. Porém, nada acontece por acaso. Ao Miguel companheiro da vida o seu incondicional apoio de sempre. Ao Ricardo que desde o primeiro minuto me incentivou e relembrrou os meus ensinamentos: “batalha sempre na conquista dos teus sonhos e no que te faz feliz”. Ao meu irmão, à Bibiana, cunhadas(os) e sobrinhos, pelo entusiasmo sempre demonstrado. Aos meus pais, responsáveis pela pessoa que sou e que me ensinaram que a humildade e a resiliência são essenciais para alcançar aquilo em que acreditamos. E, aos amigos a amizade eterna, meus confidentes que tornaram sempre os receios em alegria e que tornam os momentos da vida em felicidade partilhada.

Resumo

O desenvolvimento tecnológico é um desafio na inclusão digital dos seniores e, consequentemente, para a sua inclusão social num Portugal digital. Esta tese aborda a relação dos seniores portugueses com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e as redes sociais *online*, percecionando a sua relevância e contributo para o capital social. Com as taxas de crescimento do envelhecimento em Portugal e os índices baixos de acesso à *internet* e às redes sociais *online* pelos seniores no nosso país (Cardoso et al., 2015), considerámos pertinente compreender, junto dos seniores utilizadores da *internet* e das redes sociais *online*, qual a realidade atual, entender a importância e como se inserem as redes na sua vida, elencar os meios que utilizam e, perceber quais as funcionalidades e motivações na sua adesão ao mundo *online*. Partindo de uma abordagem teórica, de um modelo conceptual e da análise exploratória com dados representativos de dois estudos nacionais (Entidade Reguladora da Comunicação (ERC), 2015; Observatório de Comunicação (OberCom), 2013), orientámos a pesquisa empírica suportada por métodos mistos, com um inquérito por questionário *online* e por entrevistas semiestruturadas, concretizando o objetivo e dando resposta às perguntas de investigação: “*As redes sociais online têm um papel ativo no capital social dos seniores?*” e “*Como contribuem para um envelhecimento ativo dos seniores em Portugal?*”. Concluiu-se que, atualmente, os seniores são mais tecnológicos e as redes sociais *online* têm um papel ativo no seu capital social contribuindo para a sua inclusão social, para a diminuição da solidão e aumento da autoestima.

Palavras-chave: Seniores, Envelhecimento Ativo, Redes Sociais *Online*, Capital Social, Facebook, Sociedade em Rede

Abstract

Technological development is a challenge for the digital inclusion of seniors and, consequently, for their social inclusion in increasingly digital Portugal. This thesis addresses the relationship of Portuguese seniors with Information and Communication Technologies (ICT) and the Social Networks Sites (SNS), assessing their relevance and contribution to these seniors' social capital. Given the growing rates of ageing in Portugal and the low rates of access to the internet and SNS by this age group in our country (Cardoso et al., 2015), we believe it is relevant to understand the current reality of senior internet and SNS users and assess the importance of networks and how they have become part of their lives, identifying the social media they use most and understanding their purposes and motivations in joining the online world. Starting from a theoretical approach, a conceptual model and an exploratory analysis with representative data from two national studies (Entidade Reguladora da Comunicação (the Portuguese media authority) [ERC], 2015; Observatório de Comunicação (OberCom), 2013), we guided the empirical research supported by mixed methods, including an online survey and semi-structured interviews and managed to achieve our objectives and answer the research questions we had posed: "Do online social networks play an active role in the social capital of seniors?" and "How do they contribute to an active ageing of seniors in Portugal?". We concluded that seniors are currently more technological and SNS play an active role in their social capital, contributing to their social inclusion, reducing loneliness and increasing their self-esteem.

Keywords: Seniors, Active Ageing, Social Networks Sites, Social Capital, Facebook, Network Society

Índice

Introdução	1
Capítulo 1 . Os seniores na sociedade em rede e a sua inclusão social <i>online</i>	7
1.1. O contexto dos seniores na sociedade em rede	7
1.2. A inclusão digital dos seniores e o reflexo na sua inclusão social	13
1.3. A literacia digital ao longo da vida	17
1.4. O uso das novas tecnologias e modos interativos em redes sociais <i>online</i> pelos seniores	22
Capítulo 2 . O capital social e a sua relevância na sociedade em rede dos seniores	27
2.1. Os conceitos de capital social e a relação com os laços sociais num mundo digital	27
2.2. Os laços sociais e a inclusão dos seniores no envelhecimento ativo	31
2.3. As inter-relações entre a <i>internet</i> , as redes sociais <i>online</i> e o capital social na vida dos seniores	33
2.4. O estudo da mediação do capital social <i>bonding</i> e <i>bridging</i> nos contextos <i>online</i> e <i>offline</i>	34
Capítulo 3 . Redes sociais <i>online</i> como contributo para o capital social dos seniores	37
3.1. Os usos e as motivações das redes sociais <i>online</i> na vida dos seniores	37
3.2. Os seniores e as dimensões de participação cultural, cívica e social	41
3.3. Análise das redes sociais <i>online</i> : o retrato no segmento sénior	44
3.4. Benefícios e obstáculos no uso das redes sociais <i>online</i> pelos seniores	50
Capítulo 4 . Envelhecer de forma ativa em Portugal no mundo da globalização digital	53
4.1. Enquadramento sociodemográfico do segmento sénior	53
4.2. Políticas de envelhecimento ativo e de bem-estar social	56
4.3. A relação entre a inclusão social e a literacia digital	59
Capítulo 5 . Desenho da pesquisa e metodologia	63
5.1. Modelo conceptual da investigação	63
5.2. Hipóteses de investigação	64
5.3. Fundamentação metodológica	69
5.4. Metodologia de investigação	72
5.5. Instrumentos de recolha de dados	75
5.5.1. Instrumentos utilizados na análise exploratória	75
5.5.2. O Inquérito por questionário <i>online</i> a utilizadores de <i>internet</i> e de redes sociais <i>online</i>	76
5.5.3. Entrevistas semiestruturadas a utilizadores do <i>Facebook</i>	79
5.6. Considerações éticas	83
5.7. Potencialidades, obstáculos e limitações da investigação	84
Capítulo 6 . Os seniores portugueses em rede: uma análise exploratória 2013 e 2015	89
6.1. Seniores portugueses <i>online</i> em 2015: consumos tecnológicos e de <i>internet</i>	90
6.1.1. O retrato dos seniores num mundo digital	90
6.1.2. As relações sociais dos seniores em torno das atividades <i>online</i>	92
6.2. Sociedade em Rede 2013: os seniores e a <i>internet</i> em Portugal	94
6.2.1. O sénior digital num Portugal em rede	95

6.2.2. Inclusão digital dos seniores: atividades na <i>internet</i> , dispositivos tecnológicos e uso das redes sociais <i>online</i>	97
6.2.3. As Relações de sociabilidade e o uso da tecnologia	100
6.2.4. Funcionalidades e motivações de referência para o uso das redes sociais <i>online</i> pelos seniores	104
6.3. Ser sénior numa sociedade em rede: reflexões e linhas de investigação	106
Capítulo 7 . Os seniores e as redes sociais <i>online</i> em Portugal	109
7.1. Os seniores <i>online</i> e no <i>Facebook</i>	109
7.1.1. Os seniores <i>online</i> do estudo	110
7.1.2. Os seniores do estudo com perfil no <i>Facebook</i>	114
7.2. Os seniores infoexcluídos das redes sociais <i>online</i>	119
7.3. Os fatores sociodemográficos que se correlacionam com o uso das redes sociais <i>online</i> por parte dos seniores	122
7.4. A inclusão dos seniores nas redes sociais <i>online</i> em Portugal: padrões e modos de uso	128
7.5. Os seniores em rede: Funcionalidades e Motivações, Usos, Acessos e Atividades	133
7.5.1. Funcionalidades e motivações que influenciam a utilização das redes sociais <i>online</i>	133
7.5.1.1. Funcionalidades e partilhas	133
7.5.1.2. Usos e motivações	160
7.5.2. Formas e meios tecnológicos mais utilizados para o acesso às redes sociais <i>online</i>	170
7.5.3. O consumo das redes sociais <i>online</i> : frequência, tempo e finalidade	174
7.5.4. Tamanho e constituição das conexões <i>online</i> dos seniores: laços fortes e laços fracos	178
7.5.5. O que os seniores procuram nas redes sociais <i>online</i>	182
7.6. As redes sociais <i>online</i> como prolongamento da vida social dos seniores	187
7.7. O impacto das redes sociais <i>online</i> na autoestima e solidão dos seniores portugueses	193
7.8. As redes sociais <i>online</i> potenciam positivamente o capital social dos seniores em Portugal	202
Capítulo 8 . Os seniores e o <i>Facebook</i> na conjuntura social portuguesa e na atualidade	205
8.1. O <i>Facebook</i> como parte integrante da vida dos seniores em Portugal	206
8.1.1. O impacto de utilização do <i>Facebook</i>	206
8.1.2. O surgir do <i>Facebook</i> na vida dos seniores	210
8.1.3. Fatores sociais, culturais associados às motivações de uso do <i>Facebook</i>	211
8.1.4. A percepção dos seniores sobre e importância do <i>Facebook</i> na vida ativa	215
8.1.5. A influência do <i>Facebook</i> no bem-estar dos seniores portugueses	218
8.2. Perfis dos utilizadores seniores no <i>Facebook</i>	222
Capítulo 9 . Motivações de uso do <i>Facebook</i> pelos seniores portugueses em período de confinamento pelo motivo da pandemia do COVID-19	229
9.1. Os seniores e o confinamento social em Portugal: contextualização	229
9.2. Os seniores no <i>Facebook</i> : um confinamento de experiências e vivências <i>online</i>	231
9.2.1. Dados sociodemográficos em análise	231
9.2.2. O uso da tecnologia e das redes sociais <i>online</i> pelos seniores e o impacto durante o confinamento	232
9.2.3. Perfil dos seniores no <i>Facebook</i>	234
9.2.4. Superar obstáculos e resistir à mudança de hábitos	236
9.2.5. Comportamentos de uso nas redes sociais <i>online</i> pelos seniores em confinamento	239

9.2.6. A percepção por parte dos seniores sobre as vantagens e benefícios das redes sociais <i>online</i>	242
9.2.7. Ligações sociais e motivações de usos na utilização do <i>Facebook</i>	243
9.3. Um confinamento revestido de maior integração social e digital dos seniores portugueses	246
Conclusão	249
Fontes	263
Referências Metodológicas	265
Referências Bibliográficas	266
Anexo A Inquérito online	285
Anexo B Guião das Entrevistas Semiestruturadas a utilizadores do Facebook	293

Índice de Figuras

Figura 3.1 - Modelo de Motivação de Uso das Redes Sociais <i>Online</i>	40
Figura 3.2 - Redes sociais onde indivíduos até aos 64 anos têm perfil criado ou possuem conta (valores em %).....	47
Figura 4.1 - Percentagem da população idosa que vive sozinha ou exclusivamente com pessoas com 65 ou mais anos, por NUTS II	55
Figura 5.1 - Modelo Conceptual da Investigação	63
Figura 6.1 - Nível de instrução por género (indivíduos com mais de 65 anos)	91
Figura 6.2 - Algumas atividades realizadas na <i>internet</i> por dispositivos tecnológicos em número de indivíduos (indivíduos com mais de 65 anos).....	93
Figura 6.3 - Redes sociais <i>online</i> mais utilizadas por idade (indivíduos com mais de 65 anos)	94
Figura 6.4 - Utilização de <i>internet</i> por escalão etário em Portugal.....	94
Figura 6.5 - Nível de escolaridade da população com mais de 65 anos utilizadores de redes sociais <i>online</i> (n=40)	96
Figura 6.6 - Atividades na <i>internet</i> por segmentos de idade (subamostra: indivíduos com mais de 65 anos; n=40).....	98
Figura 6.7 - Dispositivos tecnológicos utilizados em atividades de comunicação por indivíduos com mais de 65 anos (n=40).....	98
Figura 6.8 - Atividades de informação diversa por idade dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40) 99	
Figura 6.9 - Atividades de informação diversa por género dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)	100
Figura 6.10 - Frequência de contactos com familiares no mesmo distrito por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)	101
Figura 6.11 - Frequência de contactos com amigos no mesmo distrito por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)	102
Figura 6.12 - Frequência de contactos com familiares noutro distrito por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)	102
Figura 6.13 - Frequência de contactos com os amigos noutro distrito por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)	103
Figura 6.14 - Frequência de contactos com familiares no estrangeiro por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)	103
Figura 6.15 - Frequência de contactos com amigos no estrangeiro por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)	104
Figura 6.16 - Relação entre funcionalidades utilizadas nas redes sociais <i>online</i> onde os seniores (indivíduos com mais de 65 anos) têm perfil por Género (n=20)	105
Figura 6.17 - Motivos que levaram os indivíduos inquiridos com mais de 65 anos a aderir à rede social <i>online</i> mais utilizada (n=20)	106
Figura 7.1 – Redes sociais <i>online</i> utilizadas pelos inquiridos com o cruzamento com a variável género (n=235)	114
Figura 7.2 - Motivo pelo qual os seniores não utilizam as redes sociais <i>online</i> (n=102)	121
Figura 7.3- Redes sociais <i>online</i> utilizadas segundo a variável idade e por segmento etário (n=235) 129	
Figura 7.4 - Seniores utilizadores da rede <i>Facebook</i> : utilização de outras redes sociais <i>online</i> por género segundo os entrevistados (n=30)	132

Figura 7.5 - Funcionalidades utilizadas pelos seniores inquiridos nas redes sociais <i>online</i> criado segundo a variável género (n=235).....	135
Figura 7.6 - Outras funcionalidades utilizadas pelos seniores inquiridos nas redes sociais <i>online</i> criado segundo a variável género (n=235)	136
Figura 7.7 - Tipo de informação disponível e de maior interesse, por parte dos seniores inquiridos, nas redes sociais <i>online</i> segundo a variável género (n=235).....	159
Figura 7.8 - Motivos que levaram os seniores inquiridos à adesão da rede social <i>online</i> mais utilizada com a variável género (n=235).....	162
Figura 7.9 - Local onde, normalmente, os seniores inquiridos costumam aceder às redes sociais <i>online</i> (n=235)	172
Figura 7.10 - Frequência de utilização das Redes sociais <i>online</i> pelos seniores inquiridos (n=235)...	174
Figura 7.11 - Tempo médio gasto por dia nas redes sociais <i>online</i> onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável idade (n=235)	175
Figura 7.12 - Tempo médio gasto por dia nas redes sociais <i>online</i> onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável género (n=235)	175
Figura 7.13 – Número de contactos que fazem parte da principal rede onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável idade (n=235)	179
Figura 7.14 – Dimensão da principal rede onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável género (n=235)	179
Figura 7.15 – Tipo de contactos que fazem parte da rede mais utilizada onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável género (n=235)	180
Figura 7.16 - Tipo de contactos que fazem parte da rede mais utilizada onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável idade (n=235)	180
Figura 7.17 - Pessoas que fazem parte da rede de contactos dos seniores inquiridos (n=235)	181
Figura 7.18 - Valores de autoestima dos seniores inquiridos e utilizadores de redes sociais <i>online</i> segundo a Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) pelo total da amostra (n=235).....	201
Figura 7.19 - Valores de autoestima abaixo do valor médio (23,85%) segundo a Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) e o género.	201
Figura 7.20 - Valores de autoestima acima do valor médio (23,85%) segundo a Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) e o género.	201
Figura 8.1 - Palavras associadas às redes sociais <i>online</i> mais utilizadas pelos entrevistados nos seus depoimentos (n=30)	222
Figura 9.1 - Outras Redes sociais <i>online</i> utilizadas pelos seniores (n=19)	233
Figura 9.2 - Composição da rede no <i>Facebook</i> (n=19).....	236
Figura 9.3 - Modelo motivacional dos seniores no uso do <i>Facebook</i> (n=19) elaborado pelo autor com base nos resultados apurados nas entrevistas em fase de confinamento (n=19)	246

Índice de Quadros

Quadro 4.1 - População residente, em 2017, de pessoas com mais de 65 anos por sexo: total por sexo e por região	54
Quadro 4.2 - População residente segundo os Censos de 2011: total e indivíduos com mais de 65 anos	54
Quadro 5.1 - Estrutura de categorias desenvolvida com base na análise de conteúdo das entrevistas (n=30)	81
Quadro 6.1 - Utilizadores de <i>internet</i> por género (indivíduos com mais de 65 anos)	92
Quadro 6.2 - Tabulação cruzada por contagem entre sexo vs. utilizadores de redes sociais <i>online</i> com mais de 65 anos (n=40)	95
Quadro 6.3 - Nível de conhecimento sobre a <i>internet</i> dos utilizadores com mais de 65 anos (n=342)	97
Quadro 6.4 - Tabulação cruzada entre a idade e os familiares que não vivem em sua em casa e que se relacionam com frequência (indivíduos com mais de 65 anos)	101
Quadro 7.1 – Descrição da amostra (indivíduos com mais de 65 anos) com e sem perfil nas redes sociais <i>online</i>	110
Quadro 7.2 - Seniores utilizadores da rede <i>Facebook</i> : caracterização dos entrevistados (n=30)	115
Quadro 7.3 - Seniores utilizadores da rede <i>Facebook</i> : caracterização do perfil dos entrevistados (n=30)	117
Quadro 7.4 - Seniores utilizadores da rede <i>Facebook</i> : outras redes sociais <i>online</i> utilizadas pelos entrevistados (n=30)	119
Quadro 7.5 - Seniores sem Perfil nas redes sociais <i>online</i> (n=102).....	120
Quadro 7.6 - Correlação bivariável entre o perfil nas redes sociais <i>online</i> e a idade	123
Quadro 7.7 - A quem recorrem os seniores quando necessitam de ajuda nas redes sociais <i>online</i> por idade (n=235)	124
Quadro 7.8 - Correlação bivariável entre o perfil nas redes sociais <i>online</i> e o género.....	125
Quadro 7.9 - A quem recorre quando necessita de ajuda nas redes sociais <i>online</i> por género (N=235)	125
Quadro 7.10 - Os seniores com e sem perfil nas redes sociais <i>online</i> segundo a variável estado civil (n=235)	126
Quadro 7.11 - Testes de Pearson (Qui-quadrado) relativos à influência da variável estado civil sobre os seniores com e sem perfil nas redes sociais <i>online</i> segundo a variável estado civil.....	126
Quadro 7.12 - Correlação bivariável entre o perfil nas redes sociais <i>online</i> e o estado civil	127
Quadro 7.13 - Correlação bivariável entre o perfil nas redes sociais <i>online</i> e nível de instrução	128
Quadro 7.14 - Rede social <i>online</i> utilizada como mais frequência segundo a variável género	130
Quadro 7.15 - Funcionalidades utilizadas pelos seniores inquiridos nas redes sociais <i>online</i> (n=235)	134
Quadro 7.16 - Seniores utilizadores da rede <i>Facebook</i> : Funcionalidades e partilhas no <i>Facebook</i> pelos entrevistados (n=30)	137
Quadro 7.17 - Tipo de informação que acedem os seniores inquiridos nas redes sociais <i>online</i> (n=235)	139
Quadro 7.18 - Quadro resumo sobre o tipo/tipos de Informação que mais interessa aos seniores inquiridos nas redes sociais <i>online</i> (n=235).....	159

Quadro 7.19 - Motivos que levaram os seniores inquiridos à adesão da rede social <i>online</i> mais utilizada (n=235)	161
Quadro 7.20 - Seniores entrevistados e utilizadores da rede <i>Facebook</i> : Benefícios e percepção do impacto nas suas vidas (n=30)	163
Quadro 7.21 - Seniores entrevistados e utilizadores da rede <i>Facebook</i> : Histórias de vida e suas motivações (n=30)	164
Quadro 7.22 - Situação de desconforto dos seniores inquiridos face a fatores de usabilidade (n=235)	168
Quadro 7.23 - A quem recorrem os seniores inquiridos quando expostos a problemas tecnológicos (valores em %; n=235)	168
Quadro 7.24 – Seniores entrevistados e utilizadores da rede <i>Facebook</i> : impacto da utilização do <i>Facebook</i> (n=30)	169
Quadro 7.25 - Equipamentos mais utilizados para o acesso às redes sociais <i>online</i> (n=235).....	171
Quadro 7.26 - Locais onde os inquiridos mais acedem às redes sociais <i>online</i> segundo a variável género	173
Quadro 7.27 - Entrevistas a seniores utilizadores da rede <i>Facebook</i> : Atividades quotidianas. (n=30)	176
Quadro 7.28 - Frequência de uso dos meios utilizados pelos seniores inquiridos para comunicar com pessoas que vivem no mesmo Distrito e no estrangeiro (n=235).....	177
Quadro 7.29 - Frequência de uso das redes sociais <i>online</i> pelos seniores inquiridos com base em objetivos de socialização (n=235)	182
Quadro 7.30 - Frequência de uso das redes sociais <i>online</i> pelos seniores inquiridos com base em objetivos de informação e comunicação (n=235)	185
Quadro 7.31 - Grau dos relacionamentos dos seniores inquiridos com a utilização das redes sociais <i>online</i> por idade (n=235)	188
Quadro 7.32 - Grau dos relacionamentos dos seniores inquiridos com a utilização das redes sociais <i>online</i> por género (n=235).....	188
Quadro 7.33 - O uso das redes sociais <i>online</i> pelos seniores inquiridos face à fala e partilha de assuntos pessoais, emoções, sentimentos e preocupações e sobre os seus <i>hobbies</i> ou interesses (n=235) ...	189
Quadro 7.34 - Sentimentos de relacionamento dos seniores inquiridos desde que usam as redes sociais <i>online</i> por idade e género (n=235)	190
Quadro 7.35 - Opinião dos seniores inquiridos face ao seu perfil nas redes sociais <i>online</i> por género (n=235)	194
Quadro 7.36 - Situações da vida dos seniores inquiridos face à utilização das redes sociais <i>online</i> (n=235)	195
Quadro 7.37 - Benefícios de bem-estar social com a utilização das redes sociais <i>online</i> pelos seniores inquiridos (n=235)	197
Quadro 7.38 - Análise da autoestima em utilizadores das redes sociais <i>online</i> (n=235).....	199
Quadro 8.1 - Entrevistas a seniores utilizadores da rede <i>Facebook</i> : impacto da utilização do <i>Facebook</i> ao nível da segurança e nas mudanças sentidas na sua vida (n=30).	206
Quadro 8.2- Seniores entrevistados e utilizadores da rede <i>Facebook</i> : solidão e formas de expressão (n=30)	208
Quadro 8.3 - Perfis dos Entrevistados tendo em consideração a caracterização pelas variáveis categóricas definidas na análise qualitativa (n=30)	223

Introdução

“(...) redes sociais digitais que estão a contribuir para a aparição duma nova ágora, duma praça pública e aberta onde as pessoas partilham ideias, informações, opiniões e podem ainda ganhar vida novas relações e formas de comunidade. (...) O ambiente digital não é um mundo paralelo ou puramente virtual, mas faz parte da realidade quotidiana de muitas pessoas (...). As redes sociais são o fruto da interacção humana (...) dão formas novas às dinâmicas da comunicação que cria relações.”

Mensagem do Papa Bento XVI no 47º Dia Mundial das Comunicações Sociais (12 de maio de 2013). Redes sociais: portais de verdade e de fé; novos espaços de evangelização.
http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/pt/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html

As atuais realidades quotidianas do mundo digital e global traduzem-se em novas formas de comunicar, mas, e mais importante, abrem-se outros espaços de diálogo, de partilha de conhecimentos que promovem a interação entre as pessoas e o manter de relações sociais e em comunidade, tal como refere a citação acima proferida pelo Papa Bento XVI (2013).

Esta mudança social acaba por dar relevância ao contexto da infoexclusão social, onde determinados segmentos da população, nomeadamente os seniores, não têm acesso à *internet* e/ou às novas tecnologias, ou até tendo, as suas habilidades tecnológicas não lhes permite fazer parte do mundo global digital, quer por iliteracia, como pela oportunidade/capacidade de aprendizagem ou apetência. Esta epígrafe moveu todo o trabalho, cujo objetivo da pesquisa se centrou em defender a importância da inclusão digital dos seniores portugueses nas redes sociais *online* como um contributo positivo para a sua inclusão social e bem-estar.

O uso da *internet* e das novas tecnologias não só promovem a melhoria da qualidade de vida (Kraut et al., 2002; Leung & Lee, 2005), como auxiliam as relações sociais entre os indivíduos e a sua participação social contribuindo para o bem-estar e para o capital social¹ (Ferlander, 2003; Kraut et al., 2002; Wellman & Frank, 2000).

Apesar de forma lenta, hoje já vão existindo indicadores mais animadores sobre a migração dos indivíduos com mais de 65 anos para o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), essencialmente, para melhorar e manter o contacto com familiares e amigos (Quan-Haase et al., 2018).

Todavia, em Portugal os dados sobre a exclusão digital dos indivíduos com mais de 65 anos continuam a ter uma dimensão significativa, onde 68,9% desta população não tem acesso à *internet* (Pordata, 2017). Dado o valor que aporta e impacta socialmente esta realidade é pertinente e

¹ O capital social é “um conceito multidimensional correspondente a um recurso simbólico distribuído de forma diferenciada pelos indivíduos ou grupos que o mobilizam e resultante do nível de participação social (Cabral; 2008, Cabral et al., 2011). O capital social dos seniores é analisado com base nas suas várias modalidades de participação formal e informal na vida cívica.” (Cabral, 2014, p. 93)

relevante para a investigação que aqui emerge, no sentido de compreender junto do segmento sénior, dando especial atenção aos utilizadores de *internet* e das redes sociais *online*, quais os benefícios e contributos do uso destas ferramentas nas suas atividades diárias e no bem-estar social.

Perante os modos de uso e comportamentos sobre a realidade atual e contemporânea quanto à presença das redes sociais *online* nas diferentes dimensões da vida dos seniores portugueses, a pesquisa empírica teve como objeto central o uso, os comportamentos, as atitudes, as motivações, a participação e as relações e conexões.

Este interesse foi despoletado, igualmente, pela preocupação atual de várias instituições e organizações institucionais (e.g. MUDA – Movimento pela Utilização Digital Ativa [MUDA], o Portugal INCoDe, Universidades da Terceira Idade [UTI's], etc.) no contributo para uma maior inclusão digital da população mais envelhecida no nosso País. Similarmente, pela importância dada pelos organismos públicos na discussão e divulgação sobre o impacto que o isolamento social tem, fundamentalmente, neste segmento e-excluído, ao nível do bem-estar social, físico e psicológicos dos indivíduos.

Neste sentido, numa perspetiva holística pretendeu-se valorizar as redes sociais *online* como um instrumento popularizado, nos dias de hoje, e considerado pelos seniores que as utilizam como uma forma de interação com outras pessoas, reduzindo os momentos de solidão, de fornecerem e receberem apoio social minimizando a ansiedade, e que lhes proporcionam sentimentos de prazer (Vosner et al., 2016). É neste enquadramento que surgem as questões de investigação deste estudo: “*As redes sociais online têm um papel ativo no capital social dos seniores?*” e, “*Como contribuem para um envelhecimento ativo dos seniores em Portugal?*”

No propósito desta temática, é identicamente necessário atender aos conceitos sociais que emergem, cuja abordagem se entende como crucial, na perspetiva dos efeitos mediáticos considerados na revisão da literatura, e que são: a inclusão digital e social, a literacia digital, o capital social e a participação.

É nossa convicção que as práticas de uso das redes sociais *online* sejam analisadas no âmbito do contexto social, cultural e económico. Os indivíduos com mais de 65 anos são um segmento heterogéneo, e estão condicionados de forma diferenciada por barreiras no uso das tecnologias, desde o impacto dos fatores sociodemográficos, passando pelos fatores materiais e simbólicos, até às próprias capacidades de produção de conteúdos (Livingstone et al., 2003). Tal como, os resultados qualitativos permitem uma maior compreensão holística sobre o papel das TIC no quotidiano das pessoas (Eynon & Helsper, 2010), igualmente, apontam e tornam evidente que diferentes trajetórias da vida mostram práticas diferenciadas pelos seniores em torno do uso das redes sociais *online*. Estas práticas são impulsionadas pelas vivências e atividades de lazer, experiências de vida, fazendo parte de contextos mais privilegiados ao nível das classes sociais e dos ambientes em que vivem.

No desenvolvimento dos processos de envelhecimento ativo (Cabral et al., 2013) há que potenciar o uso da *internet*. Uma vez fazendo parte da vida quotidiana, a *internet* acaba por proporcionar um prolongamento da vida *offline* (Neves, 2015; Wellman et al., 2001), as relações estabelecidas *online* permitem a conexão e a partilha de interesses comuns entre os indivíduos (Quan-Haase & Wellman, 2004; Wellman et al., 2001), bem como, juntamente com o uso das tecnologias, levam a uma melhoria da qualidade de vida (Kraut et al., 2002; Leung & Lee, 2005). Para além de que, as relações sociais entre os indivíduos e a sua participação social promovem o bem-estar e aumentam o capital social (Ferlander, 2003; Kraut et al., 2002; Wellman & Frank, 2000).

Para corresponder aos objetivos desta investigação desenvolveu-se um quadro teórico que se descreve nos quatro primeiros capítulos e que permitiu a reflexão sobre os campos de investigação e a sustentação do modelo conceptual do estudo. As linhas de pesquisa desenvolvidas foram convertidas em 13 hipóteses de investigação e organizadas segundo o quadro metodológico estruturado e fundamentado no ponto 5.2.

Importa registar que no decorrer do trabalho de investigação, o mundo atravessou um dos maiores desafios do século XXI por motivo da pandemia do COVID-19, sendo os seniores considerados um grupo de risco e havendo uma maior preocupação e proteção desta população. Isso obrigou a alterações de procedimentos metodológicos, não só no trabalho empírico qualitativo que decorria no preciso momento em que se surge o confinamento obrigatório, mas, também, no potencial do contributo informativo e de observação que um maior isolamento social poderia proporcionar no trabalho de campo, estando subjacentes maiores momentos de solidão com o afastamento das atividades sociais diárias e dos relacionamentos com familiares e amigos.

A tese encontra-se estruturada em nove capítulos: os quatro primeiros centrados, como referimos, na revisão da literatura; o quinto aborda a vertente conceptual e metodológica do estudo; o sexto relacionado com a análise exploratória desenvolvida com os dados representativos da população com mais de 65 anos dos estudos “ERC - Públicos e Consumos de Média 2015” (ERC, 2015) e “Sociedade em Rede em Portugal 2013” do Observatório da Comunicação (OberCom, 2013); o sétimo reporta a análise do estudo empírico através da triangulação dos dados dos estudos qualitativo e quantitativo, fazendo um retrato das redes sociais *online* pelos seniores; no oitavo capítulo focamo-nos na usabilidade do *Facebook*, reportando as observações da análise qualitativa baseada em entrevistas com perfil criado nesta rede; e, por último, o capítulo 9 descreve o impacto do isolamento social dos seniores no uso das redes sociais *online*.

Assim, no capítulo 1 é estabelecido o enquadramento teórico sobre o contexto dos seniores na sociedade em rede e explicitam-se os conceitos de inclusão social, inclusão digital e literacia digital. Estes tópicos incidem e impactam na explicitação do uso das tecnologias, da *internet* e das redes sociais

online por parte dos seniores, focando as diferenças de uso de dispositivos tecnológicos e aplicativos que hoje promovem a inclusão digital.

No capítulo 2 dá-se relevância ao capital social. Partindo-se dos conceitos teóricos propostos pelos vários autores, esta análise conceptual permitiu uma visão epistemológica ao nível dos vários tipos de capital social (relacional, cognitivo, estrutural, *bonding* e *bridging*). Neste capítulo abordam-se, ainda, os contributos dos laços sociais e das suas inter-relações estabelecidas na *internet* e nas redes sociais *online* na sociedade em rede dos seniores. Os laços sociais, as inter-relações *online* são descritas sucintamente para integração do ponto seguinte dedicado à mediação do capital social *bonding* e *bridging*, onde os autores referenciados nos permitem explorar analiticamente a nossa reflexão.

As redes sociais *online*, como contributo para o capital social dos seniores, são abordadas no capítulo 3, tendo em conta o enquadramento teórico e conceptual de quatro temas principais e que se interligam entre si. Nos usos e motivações de utilização são analisadas duas abordagens, uma ligada à teoria dos usos e gratificações e outra que comporta o modelo motivacional desenvolvido por Vroman et al. (2015), sobre o uso das redes sociais *online* pelos seniores. As dimensões de participação cultural, cívica e social aportam a importância da inclusão social ao nível da inexistência de barreiras, sendo este um desafio essencial para o envolvimento dos seniores no mundo *online*, associando-se a convergência dos *media* (Jenkins, 2004) e a relevância da participação enquanto forma de interagir (Jenkins et al., 2017). E, por último, o referenciar dos benefícios e obstáculos que comportam o uso das redes sociais *online* por parte deste segmento em estudo. São pontos que se interligam, mas que considerámos de melhor identificação e interpretação separadamente.

O capítulo subsequente, o capítulo 4, direciona-se para o enquadramento socioeconómico dos seniores em Portugal suportado por dados estatísticos, seguindo-se um levantamento das políticas de envelhecimento ativo, implementadas no nosso País, e, por fim, enfatizando-se a relação entre inclusão social e literacia digital considerando os estudos e oportunidades existentes numa perspetiva evolutiva.

No capítulo 5 apresenta-se o modelo conceptual da pesquisa e as hipóteses de investigação, bem como as estratégias metodológicas desenvolvidas, fundamentando a análise exploratória e os instrumentos aplicados na recolha dos dados. Estes compreenderam o questionário por inquérito *online*, alargado à dimensão nacional da população sénior utilizadores de *internet*, e as entrevistas semiestruturadas a indivíduos com perfil criado na rede *Facebook* na região de Lisboa. Para além dos obstáculos e das limitações da investigação, relatam-se as potencialidades do estudo ao nível dos procedimentos e contributos da triangulação dos dados qualitativos e quantitativos usados na presente tese.

Considerou-se relevante apresentar, no capítulo 6, uma análise exploratória quantitativa com base na extrapolação dos dados representativos da população com mais de 65 anos dos dois únicos

estudos (ERC, 2015 e OberCom, 2013) realizados, em Portugal, sobre o uso da *internet* e das redes sociais *online*. Contudo, não havendo comparabilidade entre os estudos, a análise permitiu sistematizar a informação criando um retrato do segmento em observação com presença *online* em várias dimensões: nas relações de sociabilidade *online*, nas atividades desenvolvidas, nas funcionalidades mais utilizadas e nas motivações de uso. Estes indicadores gerais sustentaram a pesquisa empírica pela reflexão que proporcionou e nas linhas de investigação que se desenvolveram posteriormente.

Nos capítulos seguintes 7, 8 e 9 são utilizados os elementos empíricos desta investigação. No capítulo 7 procede-se, com a incorporação dos dados quantitativos e qualitativos, ancorados na utilização de métodos mistos, a oito campos de análise sobre os seniores e as redes sociais *online*: o perfil dos utilizadores; os seniores “infoexcluídos”; a correlação entre os fatores sociodemográficos e o uso; os padrões e modos de uso; as funcionalidades e as motivações que influenciam o uso; os benefícios associados ao prolongamento da vida social dos indivíduos; o impacto das redes ao nível da autoestima e da solidão; e a influência positiva no capital social.

Com base nas entrevistas semiestruturadas, a abordagem qualitativa evidenciou uma dinâmica de trajetórias de vida, segundo a observação da investigadora, que no capítulo 8 se caracterizou numa visão sobre a usabilidade do *Facebook*, a rede social *online* mais utilizada pelos seniores, dando uma perspetiva de como a rede surgiu e de que forma se enquadra na sua vida pessoal e social.

Por último, e dada a particularidade da situação de confinamento que levou a um maior isolamento social desta população, o capítulo 9 aborda as motivações de uso do *Facebook* neste período, reforçando os resultados obtidos ao nível da importância do uso das redes sociais *online*, dos quais destacamos, entre outros, na minimização dos sentimentos de solidão e na manutenção e aumento dos laços fortes e fracos das suas redes. Ressalva-se, ainda, neste capítulo, que toda a situação pandémica vivida provocou alterações nas rotinas diárias, tendo sido interrompidas as atividades sociais e as relações *offline* estabelecidas com familiares e amigos, o que levou a uma maior percepção por parte dos seniores dos benefícios que as redes sociais *online* têm na sua vida, intensificando-se o uso e promovendo uma maior integração digital com novas experiências em outras redes e plataformas.

Tendo dado nota de alguns dados globais desta pesquisa, os principais resultados serão apresentados e discutidos na conclusão desta tese, onde será defendido o modelo motivacional dos seniores no uso do *Facebook* e a relevância dos diferentes resultados como contributo para a ciência, segundo uma abordagem comunicacional e na ótica da problemática em estudo. Igualmente, serão desenvolvidas algumas reflexões sobre potenciais linhas de investigação futuras e de como estes indicadores podem ajudar no desenvolvimento de políticas sociais e digitais nacionais, perspetivando uma maior inclusão digital e social dos seniores em Portugal.

Capítulo 1 . Os seniores na sociedade em rede e a sua inclusão social *online*

Num cenário marcado por uma sociedade que se desenvolve num mundo global em que o digital e a *internet* fazem parte da vida social e humana ao nível da política, da cultura e da economia, conferem-se desigualdades sociais no uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), nomeadamente para uma população mais velha cujos recursos, aptidões e acessos à tecnologia não são efetivos no seu dia a dia.

Neste capítulo iremos desenvolver uma abordagem sobre a contextualização dos seniores na sociedade em rede, partindo-se da importância da inclusão digital desta população e de que forma isso impacta na sua inclusão social, o impacto da literacia digital ao longo da vida e, por fim, a compreensão sobre o uso e tipos de usos fazem da tecnologia, debruçando-nos na sua interação com as redes sociais *online*.

1.1. O contexto dos seniores na sociedade em rede

As redes que nos apoiam e dão significado às nossas vidas são constituídas pelos relacionamentos e interações com outras pessoas, e isso permite-nos sobreviver, como é referido por Stefan Agamanolis, na introdução do seu capítulo “*Beyond Communication: Human Connectedness as a Research Agenda*”, em Purcell (2006, p. 47).

Na realidade, Espanha et al. (2005, p. 305) defendem que “a sociedade portuguesa tem capacidade para conciliar espaços reais com espaços virtuais de sociabilidade, mantendo uma enorme intensidade nos contactos com familiares, amigos e vizinhos”. Os autores afirmam, ainda, que “a sociedade em rede potencia as relações de convivialidade existentes, ao mesmo tempo que acrescenta novas formas de sociabilidade, reforçando mesmo as relações sociais” (Espanha et al., 2005, p. 306).

Mas, como defende Castells (2005b) não é a tecnologia que determina a sociedade. Para o autor “A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias” (Castells, 2005b, p. 17).

Todavia, como refere Coelho (2019, p. 319): “Constituindo-se a *internet* como um instrumento (não é uma resposta por si só mas um meio), esta parece reforçar as condições e capacidades a priori dos seniores, empoderando-os a diferentes níveis”. Conquanto, segundo a autora, a *internet* também pode ter efeitos menos positivos na vida dos seniores, dando como exemplo, nomeadamente, as relações de sociabilidade pelos que se encontram mais isolados e tímidos.

Em 2011, no seu estudo, Júdice afirma que as novas tecnologias devem ser postas ao serviço do bem-estar do idoso porque cada vez existem mais pessoas isoladas e estas têm colmatar uma necessidade de complemento da presença humana, sendo “uma garantia de conforto e segurança”. O

autor refere que o que se observa socialmente é que as pessoas que utilizam os equipamentos tecnológicos são pessoas com maior grau de instrução e frequentam aulas nas Universidades Seniores ou frequentam cursos de informática manifestando interesse em aprender e têm acesso fácil à tecnologia (Júdice, 2011).

Segundo o estudo “Processos de Envelhecimento em Portugal. Usos do tempo, redes sociais e condições de vida” (Cabral et al., 2013), onde se aborda as redes interpessoais nos seniores (+50 anos), os tipos de grupos que fazem parte das suas relações no dia a dia são os familiares (cônjuge e filhos) e não-familiares (amigos e vizinhos).

Ainda, um estudo com pessoas com mais de 65 anos nos Estados Unidos revela que estes indivíduos estão a migrar para o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) com o intuito de manter e melhorar o contacto com a família e amigos (Quan-Haase et al., 2018).

Neste sentido, a *internet* envolve os aspectos pessoais, profissionais, políticos, sociais e culturais das nossas vidas. E a solução, na atualidade, não é apenas o acesso às TIC, nem aumentar as competências digitais ou mostrar o que podem proporcionar às pessoas, mas sim perceber que uma maior política de inclusão digital pode conduzir a uma política de inclusão social (Helsper, 2012).

Por exemplo, o estudo de Quan-Haase et al. (2017) que envolveu 41 seniores residentes da seção East York de Toronto, no Canadá, revelou que o uso das TIC proporciona a estes indivíduos estarem no centro das suas comunidades pessoais, além disso, navegam nas redes sociais *online* estabelecendo contactos rotineiros, fornecendo apoio social.

De facto, o uso das TIC tem crescido neste segmento etário, contudo, ainda são um grupo pequeno, os que as utilizam. Para os que usam as TIC, consideram-nas um suporte real e não apenas simbólico, fazem-no essencialmente para manter os laços que possuem interagindo com a família por *e-mail* e pelas redes sociais *online* (*Facebook* e *Skype*) (Quan-Haase et al., 2018). Os autores afirmam que os resultados apontam que, com o uso das TIC, estes seniores aumentaram a sua capacidade de conexão com os mais jovens e com pessoas da sua idade, nomeadamente, ligações familiares que se encontram distantes, para além de quebrarem as barreiras físicas de seniores que vivem sozinhos, aumentando a sua percepção de inclusão social e permitindo-lhes, ainda, poderem passar o tempo com qualidade comunicando com os membros que fazem parte da sua rede.

De modo geral, num contexto nacional, há estudos focados na importância do uso das TIC e da *internet* pelos seniores e a sua relevância para o bem-estar social. Páscoa e Gil (2015) fazem uma reflexão sobre a inclusão digital ao longo da vida e o impacto das TIC na socialização dos seniores, e abrangem o paradigma do envelhecimento ativo, realçando que as TIC são fundamentais para que os cidadãos permaneçam ativos e participativos na sociedade.

Num estudo que incluiu os idosos, realizado por Costa (2010) na sociedade portuguesa, sobre a abordagem a uma maior qualidade de vida, foi validado o pressuposto de que os seniores que utilizam

as novas tecnologias não só estão mais predispostos a ter uma atitude favorável às TIC, como têm maior qualidade de vida do que os não usuários.

Todavia, uma pesquisa transversal efetuada na Alemanha, Holanda e Suíça, sobre os efeitos psicossociais sobre o uso da *internet* e das redes sociais *online* por parte dos seniores, concluiu que estas contribuíam para o bem-estar social, porém apenas a *internet* está associada positivamente ao bem-estar mental (Richter et al., 2013).

Para a integração social dos seniores torna-se relevante a inclusão tecnológica, e, para tal, será necessário experiências e interações positivas com outras tecnologias por forma a que estas sejam adotadas e tenham maior aceitação (Cunha, 2017).

Também, Gouveia et al. (2016) referem que a dimensão das redes sociais tem sido, em geral, positivamente associada à qualidade de vida/bem-estar tanto em países da Europa como na América do Norte, citando que algumas investigações, realizadas em países europeus, mostram que não existe associação entre a dimensão da rede social e a qualidade de vida.

Mais recentemente, através do seu estudo na Universidade Séniior de Castelo Branco, Gil e Páscoa (2018) auferem que a aprendizagem das TIC por parte dos seniores ao nível do bem-estar social está relacionada com a sua participação e inclusão na sociedade digital. Querem com isto afirmar que os seniores que o fazem são mais participativos socialmente não se sentindo excluídos das novas tecnologias, e a sua atitude perante as tecnologias é vista como uma forma de os ajudar a viver melhor em termos sociais, que através do convívio e da participação progridem no seu bem-estar psicossocial.

É certo que estamos perante uma nova organização social imposta pelos desafios da sociedade em rede, como a transformação da economia gerando novos modelos de negócio assentes na *internet* e em aplicações móveis. Porém, a realidade é que existe um segmento sénior (indivíduos com mais de 65 anos) que em Portugal representa 2,2 milhões da população residente (Pordata, 2017). Mundialmente, é o segmento que apresenta maiores taxas de crescimento, e em que uma parte significativa não tem apetência tecnológica, ou mesmo, com acesso às tecnologias, não possuem apetências para a *internet* e, consequentemente, para as redes sociais *online*, meramente porque os produtos *online*/conteúdos não são do seu agrado e dirigidos a si (Dias, 2012; Neves & Amaro, 2015). É uma realidade mundial e em Portugal, segundo os dados da Pordata (2017), no segmento 65-74 anos o uso de computador é de 28% e 31,1% têm acesso à *internet*.

Segundo estes dados (Pordata, 2017), 68,9% dos seniores em Portugal, na faixa etária dos 65 aos 74 anos, não tem acesso à *internet*, sendo que não existem dados que reportem o uso da *internet* acima dos 74 anos. Apesar de serem dados reveladores de uma grande exclusão digital do segmento sénior, face aos dados dos estudos anteriores, nota-se um crescimento de 12,5% nos utilizadores de *internet* de 2013 para 2017, no segmento etário dos 65 aos 74 anos. O Barómetro de Telecomunicações da Marktest (2019) refere que a penetração de pacotes de telecomunicações (voz

fixa, voz móvel, *internet* e Televisão), no último trimestre do ano, para clientes com mais de 64 anos, foi de 78,8%. E, com base nos dados mais atualizados da Pordata (2019a), verifica-se, também, que 33,1% das pessoas com idades compreendidas entre os 65 e os 74 anos utilizam a *internet*. Estes dados denotam uma evolução lenta, que, todavia, pode estar associada a outros fatores face ao uso das tecnologias. Apesar de não existirem dados concretos sobre o segmento sénior, não podemos ser indiferentes e interrogar sobre o seu impacto na inclusão dos seniores no mundo *online*, como o crescimento de 35% da rede móvel entre 2015 e 2019 (Pordata, 2019b).

No estudo de Selwyn (2004), a utilização do computador pelos adultos mais velhos, era feita para fins específicos como: processamento de texto, para manter o contato com outras pessoas e, também, para aprenderem como o usar, e esta utilização ocorre principalmente em casa onde têm apoio imediato da família ou de relações mais estreitas.

Contudo, nos estudos de “*Oxford Internet Survey*” em idosos sobre a utilização da *internet*, Helsper (2009) apura que a não utilização está maioritariamente relacionada com a sua falta de interesse no uso, sendo que existem outros fatores como: o reconhecerem que não é para si, a capacidade de usabilidade, o de não terem acesso, as preocupações sobre privacidade e, uma taxa muito reduzida enumera os custos elevados.

Na sua abordagem ao conceito de sociedade em rede, Castells (2011) defende que para além da *internet* fazer parte das nossas vidas, ela é parte da sociedade e interage com tudo e, por isso, considera-se que a *internet* é fundamental para uma boa inclusão social. Esta premissa faz-nos refletir quando se analisam os dados sobre a utilização da *internet* no segmento com mais de 65 anos em Portugal. Os dados do Inquérito Sociedade em Rede em Portugal 2013 (Cardoso et al., 2014) revelam que no segmento +65 anos a utilização da *internet* é de 11,8%, cerca de 2,7% deixaram de utilizar, sendo bastante representativa a exclusão deste segmento na sociedade em rede (85,4%). Segundo o nosso estudo exploratório (Capítulo 6), com base no acesso aos dados dos estudos “ERC - Públicos e Consumos de Média 2015” (ERC, 2015) e “Sociedade em Rede em Portugal 2013” (OberCom, 2013), apenas cerca de metade destes utilizadores acedem às redes sociais *online*.

De facto, há uma razão bastante importante para os seniores não utilizarem as TIC e que se relaciona com a não relevância que atribuem à presença destas na sua vida (Helsper, 2009; Neves, 2013). Será que se deve à sua iliteracia face à tecnologia e ao progresso tecnológico? Ou um dos principais problemas dos produtos tecnológicos é que eles nem sempre oferecem interfaces amigáveis, o que os torna menos aceitáveis para muitos seniores que nunca utilizaram algo similar? Segundo Ala-Mutka e Punie (2007) muitas das soluções tecnológicas disponíveis raramente atendem aos interesses e necessidades específicas desta geração.

Helsper (2017) defende que o facto de existirem maiores recursos digitais disponíveis não leva a uma maior inclusão digital como se esperaria, e sabendo que as TIC são um mediador entre o *offline* e

a exclusão digital, considera que existem fatores que são mediadores deste impacto social: o acesso, o uso, as habilidades e as atitudes (Helsper, 2008, 2009, 2012).

De facto, o acesso é o fator básico, e que se refere aos seniores terem possibilidade de utilizarem computadores fixos ou portáteis, *tablets*, telemóveis com dados móveis, plataformas, aplicações, *sites* e redes sociais *online*. Mas, consideramos que associado ao acesso é necessário ter habilidade, conhecimentos técnicos e operacionais básicos, que lhes permita eficácia na usabilidade e aumentar a sua motivação no uso. Também, num outro nível, o fator atitude face à utilidade das TIC é fundamental, entendemos que o não reconhecerem os benefícios nesta utilização pode ser um bloqueio ao seu uso, como desenvolvemos no ponto 1.2.

No seu estudo sobre “*Digital Inclusion*”, Helsper (2008) concluiu que as pessoas que socialmente se consideram mais favorecidas e que se encontram excluídos digitalmente moravam em áreas rurais, eram pessoas mais velhas, outras desempregadas e pessoas cujos filhos não habitavam com elas. E face ao fator de inclusão – o uso – define que existem três níveis: o básico, o intermédio e o avançado. Básico quando os usuários da *internet* procuram informações, a utilizam para comunicação pessoa a pessoa e para compras *online*. No nível intermédio recorrem a atividades participativas como jogos, fóruns de discussão e utilização de serviços financeiros *online*. E, quando existe uma interação das pessoas para além das suas redes ao nível das redes sociais *online* e uma participação cívica ativa, estamos num nível de utilização avançado.

Contudo, as formações de informática são procuradas pelos seniores no sentido de:

(...) que os ajudam a aceder aos meios digitais, incidem, essencialmente, na necessidade de acompanhar a evolução tecnológica (fenómeno estrutural) aliado ao fenómeno de que “nunca é tarde para aprender” e, portanto, quererem aprender; atualizar e aprofundar os seus conhecimentos de Informática (fenómeno individual); mas também para acompanhar e manter/reforçar os laços com os filhos, netos e amigos (fenómeno relacional, assente em laços de sociabilidade). (Oliveira, 2019, p. 387).

Outra questão que se coloca é não só perceber se existem diferentes grupos no segmento sénior e como estes estão estruturados ao nível sociodemográfico, mas se podemos ser diferenciadores e obter resultados tangíveis ao nível dos valores de autoestima, na diminuição da solidão e se as redes sociais *online* são consideradas ferramentas que contribuem positivamente para tal. Importa compreender, também, o que sucede em Portugal, qual o retrato dos seniores no mundo *online*, como e de que forma usam as redes sociais *online*, quais as funcionalidades mais utilizadas e as suas motivações de uso. Estas são algumas das linhas de observação que se abrem nesta investigação.

Todavia, não se pode descurar que no contexto português vários investigadores se têm debruçado sobre os seniores num contexto de inclusão digital, no qual são de apontar os estudos de: Afonso (2015), Alves (2015), Azevedo e Ponte (2020), Cabral et al. (2013), Cabral e Ferreira (2014), Coelho

(2019), Dias (2012), Ferreira (2013), Gouveia et al. (2016), Neves e Amaro (2015), Neves e Fonseca (2015), Oliveira (2019), Páscoa e Gil (2012), Páscoa (2012), Páscoa e Gil (2015), Páscoa (2017), Páscoa e Gil (2017) e Rebelo (2016). E, ainda, em Portugal, ao nível da investigação científica, o projeto SEDUCE 1.0 e 2.0, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) e cofinanciado pelo programa COMPETE, tem sido conduzido desde 2014 pela responsável de investigação Ana Isabel Veloso. Este projeto, para além de envolver vários investigadores, é uma parceria estabelecida entre a Universidade de Aveiro, o Instituto Politécnico de Viseu e a Universidade do Porto, e, neste momento, no contexto da comunidade *online* miOne, tem por objetivo, avaliar as variáveis psicossociais e de sociabilidade dos seniores perante o uso das TIC.

Constata-se que a maioria dos estudos têm o seu foco no uso das TIC e da *internet*, ficando por explorar o uso das redes sociais *online* na incorporação da vida social dos seniores e os seus efeitos na inclusão social, na diminuição do sentimento de solidão e no aumento da autoestima.

Por isso, será importante refletir sobre quais as redes sociais *online* mais utilizadas pelos seniores em Portugal. Vários estudos (Ciboh, 2017; Coelho, 2019; Ellison et al., 2007; Jung & Sundar, 2016; Páscoa & Gil, 2012; Rebelo, 2013; Vosner et al., 2016; Vroman et al., 2015) apontam o *Facebook* como a rede mais utilizada por este segmento. Wasserman et al. (2012) asseguram que se deve ao facto de ser uma rede social *online* de fácil utilização e intuitiva. Referem, ainda, que os conteúdos que mais se destacam ao nível da utilização são as mensagens, seguindo-se a partilha de fotos. Os autores assumem que esta utilização se deve: às suas preocupações em estar mais próximo de familiares e amigos; à divulgação das suas inquietações face ao isolamento; e à desatualização dos acontecimentos que dizem respeito ao seu círculo de relações.

Em nenhum dos estudos portugueses, anteriormente referidos, se explora de forma analítica uma reflexão mais aprofundada ao nível da motivação que leva este segmento a adotar as tecnologias, o uso da *internet* e das redes sociais *online*. Com base em resultados no nosso País, apenas o estudo de Dias (2012) refere que as tecnologias são um meio de inclusão a que a autora determina de “*sociodigital*”, e o uso está diretamente relacionado com a sua necessidade de atualização pessoal e profissional, de comunicarem, de se informarem e obterem conhecimentos, tal como, as pesquisas de serviços, de lazer, de entretenimento e de convívio com familiares e amigos.

Como referimos, associado ao não valor que o uso das TIC tem para a vida dos seniores, existe, ainda, a falta de consciência dos seus benefícios para a gestão do seu dia a dia, o que leva a que não invistam, nem ganhem domínio na sua utilização (Helsper 2009; Lehtinen et al., 2009; Neves, 2013).

1.2. A inclusão digital dos seniores e o reflexo na sua inclusão social

Partindo da contextualização dos seniores na sociedade em rede, surge a reflexão sobre o conceito de inclusão digital e de que forma contribui para uma maior inclusão social dos seniores.

Inicialmente, os estudos das ciências sociais sobre a inclusão digital focaram-se nas preocupações de ter ou não ter acesso à *internet* e às TIC, tentando conceptualizar o conceito de divisão digital que se associava ao facto das pessoas não terem acesso, ou quando tinham oportunidade de as usar não o faziam, considerando sempre que esta divisão causaria desigualdades sociais.

A OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico ([OCDE], 2001b) confere à “exclusão digital” a evidência de que diferentes níveis socioeconómicos provocam um fosso entre indivíduos, famílias, empresas e áreas geográficas, no que se refere às oportunidades de acesso às TIC e ao uso da *internet*, no sentido de proporcionarem um conjunto de atividades.

A exclusão social contribui negativamente para a qualidade de vida das pessoas e para a coesão social (Levitas et al., 2007). Sendo que, como defendem estes autores, é um processo complexo e multidimensional, que envolve, entre outras dimensões, a incapacidade de as pessoas desenvolverem atividades e relações em sociedade nos domínios económicos, sociais, culturais e políticos.

No estudo realizado em Portugal por Alves (2015), os seniores que utilizam a *internet* apresentam fatores de maior inclusão social do que os que não a utilizam. O investigador definiu os hábitos de consumo da *internet* pelos utilizadores seniores em quatro domínios: social, económico, político e simbólico. No domínio social, o seu estudo evidenciou que as redes sociais *online* não são uma prática comum e quando utilizadas o fazem, essencialmente, para comunicar com familiares e amigos que se encontram distantes. As práticas associadas ao domínio económico como o são as compras *online*, maioritariamente há um receio desta população em as realizar denotando-se um aumento das atividades em pessoas com um maior nível de escolaridade. No domínio político, as pesquisas são de maior interesse por parte do género masculino e com um agregado familiar maior, que se encontrava associado nesta amostra a indivíduos com maiores rendimentos. A saúde, a cultura e destinos de férias são, no domínio simbólico, as informações mais pesquisadas. De realçar, nesta pesquisa, que os rendimentos e as habilitações foram os fatores sociodemográficos que estavam mais relacionados com o uso frequente da *internet* e tendo o autor concluído que um menor nível de rendimentos e escolaridade podem levar a um grau de infoexclusão maior.

No âmbito do foco do nosso estudo, acreditamos e defendemos que a inclusão digital está diretamente relacionada com a inclusão social. Se por um lado o uso do computador e das tecnologias móveis são essenciais para o acesso à *internet*, por outro, e como se apreende do estudo de Alves (2015) nem todos os utilizadores de *internet* usam as redes sociais *online*. E isso transporta-nos para uma reflexão de que a exclusão digital pode evidenciar um forte contributo para a exclusão social.

Martin et al. (2016) defendem que existe uma interligação entre a exclusão digital e a exclusão social, nomeadamente, porque a participação digital impacta positivamente em algumas das dimensões da inclusão social como o são as atividades de voluntariado mediadas *online*, a presença em atividades culturais, de desporto e lazer, proporcionando um estilo de vida ativo.

Ao nível do impacto da participação digital dos seniores, há estudos que referem que esta participação minimiza a exclusão social pelos impactos que tem na diminuição da solidão e da depressão (Koss et al., 2014), e de que o acesso à *Internet* por parte dos indivíduos mais velhos proporciona um rácio de três vezes inferior a uma exclusão social (Barnes et al., 2006).

Por isso, o acesso desigual e a capacidade de uso das TIC são consideradas essenciais para a inclusão social (Schejter et al., 2015). E, o uso/não uso da *internet* entre os idosos também foram estudados por Helsper e Van Deursen (2015) onde fatores sociopsicológicos e atitudes negativas foram identificadas para o não uso da *Internet*, e demonstraram que questões ligadas à falta de confiança nas TIC e aos sentimentos deste segmento se sentir velho para fazer parte do mundo da *internet*, levavam a estarem *offline*. Esta diversidade de razões de não uso, também apresentavam variações em termos de género, idade e composição familiar.

A idade e o sentirem-se velhos para aceder às TIC é um fator a considerar na nossa investigação, considerando que não estamos perante uma população homogénea. Contudo, outros fatores como a atitude e a experiência são também de considerar. Defendemos que a atitude positiva perante o mundo digital global e o interesse em se quererem adaptar às tecnologias e em fazer parte dele cria uma predisposição para um maior uso e, logo, para uma maior e mais fácil inclusão digital, retraindo o medo ou o desconhecimento das TIC (Saunders, 2010). E, compreender a experiência de uso pode ser elemento valorizador para o nosso estudo, porque o ter tido contacto com as tecnologias durante a atividade profissional, do nosso ponto de vista, não só aumenta a autoconfiança do uso, bem como o interesse na exploração das atividades *online* não se limitando a comunicar com os familiares e amigos (Selwyn, 2004). Pelo que, para:

(...) variáveis como o acesso, o estudo da domesticação dos novos *media* pode igualmente incluir as tipologias de uso (por exemplo, formas de entretenimento, usos utilitários, etc.), as atitudes e representações em relação à tecnologia e os modos de apropriação e incorporação tecnológica na vida quotidiana. (Lapa, 2014, p. 52).

Outras abordagens, como as de Helsper e Eynon (2010), enfatizam que é possível ultrapassar estas barreiras e que através da aprendizagem podem ser adquiridas competências e experiência com as TIC, tornando os adultos em “nativos digitais”. Neste sentido, quando ultrapassadas as barreiras e as novas tecnologias passaram a fazer parte da sua vida, os seniores valorizam-nos quer para a sua companhia e na manutenção dos seus laços, quer para conversas informais (Quan-Haase et al., 2017).

Porém, Lapa (2014, p. 52) afirma que:

(...) usar o conceito de "nativos digitais" sem a realização de uma análise mais reflexiva, multi-dimensional, corre o risco de encobrir condições assimétricas no seio de uma mesma coorte, em termos de distribuições desiguais de recursos ou de capitais e literacias e da presença de circunstâncias que poderão conferir (des)vantagens - sociais, económicas, geográficas, de género, educacionais, culturais.

Tal como defende Selwyn (2004), o apoio da família pode ser importante na inclusão digital, uma vez que no meio familiar as gerações mais novas podem ajudar os mais velhos a utilizar as TIC, e, similarmente, porque as TIC garantem a interação com filhos, netos e amigos, independente do local geográfico ou dos ambientes sociais em que se encontrem. Nestas interações sociais:

(...) as relações familiares intergeracionais têm o potencial de influenciar positiva e negativamente o uso e a apropriação das TIC por idosos. A geração de uma "solidariedade intergeracional" ou "gap intergeracional" depende dos contextos sociais em que os idosos estão inseridos e dos tipos de relações que mantêm com as gerações familiares mais jovens, influenciando a forma como lidam com as TIC. (Azevedo & Ponte, 2020, p. 32).

Querem com isto as autoras afirmar que os contextos sociais e o tipo de relações que possuem com as gerações familiares mais jovens podem potenciar positivamente ou negativamente uso e a adesão às TIC, por um lado os mais novos conseguem ser influenciadores ajudando os idosos na sua integração digital, todavia é possível levar a que este segmento etário mais velho se sinta ignorado ou até excluído (Azevedo e Ponte, 2020).

Por isso, estamos em crer que, o uso das TIC tem, numa perspetiva de inclusão digital dos seniores, um grande contributo para a inclusão social desta população, na medida em que se transpõem, como propõem Quan-Haase et al. (2018), três grandes benefícios nesta adoção, nomeadamente, permitir aos seniores superar as limitações físicas para a comunicação, sentirem-se conectados quando moram sozinhos e desfrutarem de alegrias simples proporcionadas pela socialização.

Ala-Mutka (2011), ao mapear as competências digitais do séc. XXI, deixou claro que a capacidade de se conseguir beneficiar das ferramentas e dos *media* digitais pode levar ao apoio em todas as esferas da vida na sociedade.

A análise diacrónica desenvolvida em Portugal por Lapa e Vieira (2019, p. 75) complementa, que apesar de haver hoje uma maior democratização do acesso às TIC, ainda existe um fosso digital ao nível do uso e tipos de uso, mantendo-se, ainda, desigualdades sociais em determinados contextos sociais, que como referem: "a penetração da *internet* está relacionada com o grau de desenvolvimento de um país, a urbanização, o nível de escolarização e com competências como a proficiência em inglês" e "fica evidente que indicadores de capital cultural batem o peso de indicadores relativos ao capital económico, de variáveis compósitas como a classe social, e relativas às coortes como a idade". Os

autores enfatizam, até então, que no contexto português são os seniores os mais infoexcluídos, sendo que às desvantagens culturais e económicas se associam a falta de recursos e competências informacionais face a outros setores da sociedade, bem como comparativamente a outros países europeus.

Na Suíça, um estudo recente da Pro Senectute, a maior organização profissional e de serviços para idosos, o “*Digital Senior 2020*”, demonstra que as ofertas digitais são muito populares entre os mais velhos (Swissinfo et al., 2020), onde 74% das pessoas com 65 anos ou mais usam a *internet*, uma grande evolução face a 2009 onde apenas 38% eram utilizadores de *internet*. Ao nível do uso da *Internet* em telemóveis e *tablets*, o valor atinge os 68%, atualmente. Estes dados, segundo a organização, devem-se à oferta de cursos que permitem que as pessoas mais velhas possam explorar as novas tecnologias, na medida em que as principais razões enumeradas pelos não utilizadores de *internet* estão diretamente relacionadas com a complexidade de uso (77%), as preocupações com a segurança (74%) e nas dificuldades que possuem de aprendizagem (65%).

Neste sentido, torna-se evidente que estamos perante um grupo de indivíduos pertencente a um segmento etário mais velho em que, particularmente, em Portugal, nem todos manifestam interesse, confiança ou que não tiveram apoio ou a oportunidade para adquirir e desenvolver as competências digitais necessárias para a sua integração no mundo digital, correndo o risco de serem excluídos da vida social e de não terem acesso a atividades sociais importantes que contribuem para o seu bem-estar social.

Concentrando-nos nos estudos da *internet* e da exclusão digital podemos considerar, com base nesta análise de revisão da literatura, que se poderão considerar três níveis de exclusão digital no segmento sénior. Num primeiro nível, o acesso, consideramos as pessoas que não têm informação, que não sabem e as que não podem ou não querem ter acesso à *internet*. Neste primeiro nível Van Dijk (2013) fala do fator motivação que influencia, na medida em que antes de ter um computador e de se ligar à *internet* é fundamental, também, haver interesse na medida em que há pessoas que simplesmente afirmam não querer, pelo que o autor associa a não estarem motivadas para tal. Ainda, ao nível do acesso e às formas de uso das tecnologias digitais, Gómez (2018) dá enfoque aos contextos sociais, culturais e económicos dos indivíduos, reforçando que as suas motivações, interesses e competências digitais podem ser barreiras a considerar no acesso ao uso das TIC.

A um segundo nível, o do uso, encontram-se as pessoas que não estão motivadas por se acharem velhas e não terem capacidades ou as que não entendem a sua finalidade. Segundo DiMaggio e Hargittai (2001), a “lacuna de habilidades” é a principal barreira, ou seja, o não possuir as competências necessárias para a prática e proveito do uso das tecnologias digitais. E, no âmbito das habilidades, Van Deursen e Van Dijk (2014) distinguem as “habilidades orientadas para o meio”, ligadas às capacidades técnicas efetivas e usar as ferramentas digitais, e as “habilidades orientadas para o conteúdo”,

relacionadas com as potencialidades que podem beneficiar e aqui evocam competências comunicacionais, a capacidade de busca de informação e de criação de conteúdos.

E, por último, a um terceiro nível, encontram-se os que não compreendem e sabem sobre os benefícios que podem usufruir *online*, no qual Ragnedda e Ruiu (2017) referem que o uso das tecnologias digitais pode gerar benefícios *offline* e, neste sentido, esta dicotomia entre o *online* e o *offline* leva a criarem-se desigualdades sociais entre as atividades e a vida de cada um. E, ao nível os benefícios pessoais que os indivíduos podem beneficiar a nível social com uso da *internet*, Van Deursen (2010) definiu cinco áreas: social, económica, política, saúde e cultura.

Apesar de se considerar relevantes as divisões digitais de primeira (acesso) e segunda ordem (competências) nos estudos sobre os seniores na sociedade em rede, a nossa investigação enfatiza, essencialmente, as divisões de terceira ordem (benefícios), na tentativa de mostrar que, sobretudo, ao nível do uso das redes sociais *online*, estas podem ser diferenciadoras para o contributo do capital social dos seniores em Portugal.

Como confere Gil (2019a, pp. 89-90):

(...) têm que ser consideradas diferentes literacias digitais. Ou melhor, diferentes formas de se apoderarem e de porem em prática a 'sua' literacia digital. E, no caso dos mais idosos, tal situação é ainda mais relevante e mais evidente dado constituírem o grupo social mais heterogéneo, como consequência de todo um manancial de experiências de vida que vivenciaram (educacionais/formativas, afetivas, laborais, sociais, religiosas, económicas...). Por isso, há que perceber com os idosos e através dos idosos que e qual literacia digital estará mais adequada às suas rotinas e ao exercício da sua cidadania, no sentido mais amplo do termo.

1.3. A literacia digital ao longo da vida

A literacia e as desigualdades sociais encontram-se associadas num contexto da sociedade da informação e comunicação. Segundo Ávila (2008, p. 41), "a literacia constitui uma competência de base fundamental para a população adulta", ou seja, como defende a autora, permite o acesso à informação e ao conhecimento, particularmente, ao nível do conhecimento ao longo da vida.

No contexto dos seniores, as competências digitais podem promover a sua inclusão numa cidadania global onde terão a oportunidade de exercer todos os direitos e deveres cívicos (Gil, 2019b, p. 170), pois, independentemente das suas capacidades de literacia digital, os seniores são sujeitos que fazem parte de uma sociedade onde as TIC dominam as atividades sociais e económicas (Castells, 2002, p. 269), por isso, como defende Ávila (2008, p. 426), não importa apenas as competências específicas adquiridas, mas se não estiverem presentes as competências de literacia no seu sentido mais básico fica comprometida a aprendizagem tecnológica e limitada a sua utilização. Importa referir

que a autora argumenta, ainda, que as TIC têm um impacto social positivo nas pessoas mais velhas, que quando as adotam continuam a promover a escrita na sociedade embora usando novos meios, com novas formas de comunicar através de texto, imagem e som (Ávila, 2008, p. 426).

Todavia, a literacia digital vai além das habilidades e competências adquiridas. O termo de literacia digital que foi popularizado por Gilster (1997), define o conceito como a capacidade que se tem em compreender e utilizar a informação que é veiculada por uma variedade de fontes veiculadas pelo meio computador (pp. 1-2). Para o autor, a literacia digital engloba a cognição, para além do que se lê e vê existe a forma como se usa o meio (computador) em rede e defende: “Não deve apenas adquirir a habilidade de encontrar coisas, mas também adquirir a habilidade de usar essas coisas na sua vida” (Gilster, 1997, pp. 1-2).

Assim, a literacia digital pode ser considerada:

(...) a consciência, atitude e a capacidade dos indivíduos de usar apropriadamente ferramentas e recursos digitais para identificar, aceder, gerenciar, integrar, avaliar, analisar e sintetizar recursos digitais, construir novos conhecimentos, criar expressões de media e comunicar-se com outros, no contexto de situações de vida, a fim de possibilitar uma ação social construtiva; e refletir sobre esse processo. (Martin, 2006, p. 19).

Neste sentido, Bawden (2008) aborda quatro características que englobam a literacia digital: os conceitos (literacia *per si* e a literacia em informática/TIC); o conhecimento prévio (sobre o mundo da informação e a natureza dos recursos de informação com novas formas de informação); as competências e habilidades (ao nível da leitura e compreensão dos formatos digitais e não digitais, a criação e comunicação de informações digitais, a avaliação da informação, o conhecimento, a literacia da informação e a literacia mediática); e as atitudes e perspetivas (pela aprendizagem independente e do ensino moral/social).

Focando na literacia informática/TIC, pode revelar-se que esta se relaciona, segundo a abordagem de Van Joolingen (2004), com o interesse, a capacidade e a atitude dos indivíduos sobre o uso adequado das TIC como ferramentas para aceder, gerir, integrar e avaliar informações, construindo novos conhecimentos, e como uma forma de comunicar com outras pessoas levando à participação efetiva na sociedade.

Com base nestes conceitos, torna-se evidente que a literacia, a literacia digital e a literacia informática/TIC estão interligadas nos domínios das habilidades, competências e usos, e que, de facto, do nosso ponto de vista, as capacidades cognitivas que lhes estão associadas, principalmente no segmento em estudo, promovem a integração social e comportamentos de ordem social e económica e que defendemos, nesta investigação, como fazendo parte de uma aprendizagem ao longo da vida.

Podem ser identificados três níveis de literacia digital (Martin, 2008), numa primeira abordagem, considerando as competências digitais, depois, e a um segundo nível, o uso digital num contexto da

adequação das ferramentas e, por último, a transformação digital que passa pela compreensão das ações digitais no impacto humano e social.

Coiro et al. (2008) argumentam que antes da *internet* nenhuma tecnologia tinha sido adotada por tantas pessoas e de forma tão rápida, permitindo o acesso a uma grande quantidade de informação e de forma tão vasta. Pelo que, os autores afirmam que a operacionalização da literacia digital se relaciona com o acesso à *web*, pela forma de a compreender e usar através dos conteúdos criados, da partilha e do consumo crítico, utilizando as ferramentas digitais de forma ética, segura e intencional.

A pluralidade do uso das tecnologias por parte dos indivíduos são interações e práticas de literacia digital que se vão adaptando e sendo uma aprendizagem ao longo da vida (Hague & Payton, 2010). Como defende Gil (2019b, p. 180), “a literacia digital e a competência digital tem um cariz pessoal e, por esse facto, pode-se afirmar que é condicionada pela experiência, pelas afinidades, crenças e pelos valores de cada cidadão”.

Podemos, assim, defender que a competência, o uso e a transformação digital acabam por ser requisitos essenciais para a literacia digital de toda uma sociedade em rede. Contudo, e particularizando no segmento sénior, existem diferentes estágios de literacia digital que acabam por impactar nas diferentes formas de acesso à informação e comunicação, podendo existir alguns contextos sociais diferenciadores, e, como refere Ávila (2008), até mesmo desigualdades sociais, tendo em consideração a possibilidade e a capacidade que os indivíduos têm de aprender.

Com base nas teorias da aceitação e adoção, e da literacia digital no que se refere à predisposição do uso das tecnologias, as normas sociais são um fator positivo que influencia a tomada de decisão dos imigrantes digitais (Liu et al., 2018; Nikou et al., 2019).

Por um lado, temos a noção de que adquirir competências tecnológicas é, quando as pessoas aprendem a utilizar as TIC, a forma mais rudimentar de literacia digital funcional (Selber, 2004); por outro, e como argumenta o autor, temos a literacia digital crítica, reveladora da capacidade de análise sobre a existência, o propósito e a funcionalidade das TIC. O que nos leva a um entendimento de um contexto sociocultural que envolve as TIC, segundo valores, práticas e competências (Selber, 2004). Neste sentido, Roberto et al. (2015) mencionam Stone que considera que qualquer tipo de literacia está na base do atingimento das dimensões social, cultural e histórica, para além de, igualmente, aumentar o valor da comunicação como instrumento fundamental para pensar e agir sobre o mundo (Vygotski, 1988), não se devendo restringir, por isso, à formação das competências centradas na literacia funcional (Cesarini, 2004), mas, também, na aprendizagem de capacidades que levem à compreensão e domínio da cibercultura (Levy, 1999). No fundo, a literacia digital deverá ser interpretada como uma prática social (Freitas, 2010) e isso deverá englobar, na nossa perspetiva, os seniores, alguns já imigrantes digitais, mas, a grande maioria, são infoexcluídos digitais, sem acesso e uso das TIC.

Como refere Medina (2005), promovendo a literacia digital está-se a contribuir para a diminuição da infoexclusão e a progredir no sentido de termos uma sociedade participativa. Livingstone et al. (2008) defendem que a literacia é essencial na esfera social, porque permite em democracia concretizar a participação e a cidadania ativa, os cidadãos são munidos de competências e conhecimentos e oferece meios que proporcionam uma vida com significado e completa (pp. 38-39). E, neste caso, os indivíduos digitais não são apenas consumidores dos conteúdos digitais, mas, usam as suas competências das ferramentas digitais para a participação na vida política, económica e social (Livingstone, 2004).

Como conclui Sebastião (2014, p. 115-116), “as pessoas só poderão ser classificadas como cidadãos/ãs digitais se usarem frequentemente a tecnologia para uma grande variedade de fins, tais como: socialização, informação política, trabalho, educação e entretenimento”.

E, para se compreender que não existe uma única forma de literacia para todas as pessoas ao longo da vida, é importante ter a noção de que há uma atualização constante dos conceitos e das competências pelas circunstâncias da evolução das TIC e das alterações que suscitam nos ambientes envoltos na informação e do conhecimento (Bawden, 2008). Tal como defendem Santos et al. (2016), se hoje cada vez mais a sociedade é suportada por processos digitais, é pertinente que a literacia digital seja um conceito integrador no contexto do mundo digital, que, para além dos conhecimentos técnicos, devem englobar o uso de aplicações e competências ao nível dos *media* sociais e participativos como novas formas de comunicar. Atualmente, o não ter competências para a participação plena na sociedade da informação significa estar em desvantagem ou ser excluído (Van Deursen, 2010). Para além de que os recursos materiais, sociais e simbólicos, podem contextualizar o usos dos *media*, e afetar a inclusão/exclusão social (Murdock et al., 1995).

Ao nível da aprendizagem entre as gerações, Bachmann e Säävälä (2012) alegam a importância de fomentar as relações intergeracionais, considerando que estas são benéficas para a transmissão e troca de capital humano, no desenvolvimento de competências para a vida, para a cultura, para os valores e conhecimentos numa sociedade.

Patrício e Osório (2013) desenvolveram um estudo intergeracional onde utilizaram a aprendizagem das redes sociais *online* para promover a literacia digital junto de um grupo de adultos idosos. Uma das suas principais conclusões é que essas pessoas melhoraram as suas competências digitais e aumentaram o seu interesse para uma aprendizagem permanente ao longo da vida. E como defendem:

(...) mais importante para alcançarmos uma sociedade onde todos possuem competências digitais para trabalhar, viver ou aprender, é encontrar as melhores formas de concretizar essas aprendizagens considerando os interesses, as necessidades e motivações dos grupos envolvidos. Só assim conseguiremos mobilizar a sociedade, em geral, e os adultos idosos, em particular, para

atividades de aprendizagem global que decorram durante toda a vida e que visam melhorar conhecimentos, proficiências e competências necessárias à participação ativa na sociedade digital. (Patrício & Osório, 2013, Conclusão, para 42)

Por isso, para que os indivíduos sejam participantes ativos nas redes sociais *online*, é importante que, como defendem McLoughlin e Lee (2007), o processo de aprendizagem seja participativo, social, com vista aos objetivos e necessidades de cada um, porque as redes são espaços sociais e digitais, com conectividade e ubiquidade e que se baseiam na procura de aprendizagem.

No âmbito dos estudos do Pew Research Center, Anderson e Perrin (2017) apontam que se tem evidenciado uma maior conectividade por parte de alguns grupos de seniores ao nível da apropriação e uso das tecnologias, sendo já idênticos a adultos com menos de 65 anos, existindo como fator associado o maior nível de escolaridade. Igualmente, Wu et al. (2015) citam que os seniores estão a adotar cada vez mais diferentes tipos de TIC com o intuito de se sentirem integrados socialmente através do contexto da inclusão digital. Porém, outros estudos nos Estados Unidos indicam que existe, ainda, um afastamento dos indivíduos mais velhos face ao mundo digital. Fields (2019) reporta que os inquiridos com mais de 65 anos utilizadores da *internet* necessitam de apoio no uso dos dispositivos digitais, pelo que a autora considera que estas fracas competências digitais dos idosos são preocupantes ao nível da possível exclusão e do isolamento social.

Os estudos aqui abordados reportam várias abordagens metodológicas utilizadas no sentido de se compreender a importância da literacia digital na sociedade de hoje, sobretudo, ao nível dos usos tecnológicos e, segundo o nosso foco de investigação, sobre a população sénior.

Neste sentido, através de abordagens qualitativas e quantitativas, pretende-se neste estudo saber quais as tecnologias mais utilizadas, percecionar as dificuldades sentidas e que barreiras podem ser ultrapassadas para uma maior literacia digital e, complementarmente, para uma maior inclusão social dos seniores portugueses.

Conquanto, a contextualização será essencial, porque apesar de uma vez estabelecido o acesso às tecnologias, o uso leva ao aumento da literacia digital, também é evidente a alteração contínua das condições de acesso ao nível das atualizações de *hardware* e *software* (Livingstone, 2004). Por outro lado, estamos cientes das barreiras existentes e identificadas por Livingstone et al. (2003), que condicionam o uso da tecnologia: sociodemográficas, ao nível da idade, género e *status* socioeconómico; materiais e simbólicas, em que se englobam capacidades financeiras, de compreensão e disponibilidade; e capacidades de produção, que aportam o conteúdo e *design* das tecnologias.

As desigualdades de literacia podem prevalecer dentro do mesmo segmento etário, não existindo uma homogeneidade. Com isto acredita-se que algumas funcionalidades podem ser facilitadoras: as oportunidades de educação sobre conteúdos e tecnologias; a percepção do valor percebido da

informação, bens e serviços disponibilizados pelos *media*; a autoeficácia centrada nas habilidades e confiança de uso das tecnologias e redes sociais *online*, com vista ao apoio e manutenção dos laços familiares; e o envolvimento institucional para o uso de computadores e novas tecnologias (Livingstone et al., 2003).

1.4. O uso das novas tecnologias e modos interativos em redes sociais *online* pelos seniores

Para Dominique Wolton² (2016, p. 62), há uma frase que marcou a sua vida: “Nós, nas ciências sociais, devemos simultaneamente entender duas coisas contraditórias: porque uma sociedade é feita para que no final nada muda. E porque é que, apesar de tudo, isso muda de qualquer maneira?”. As redes sociais *online* transformaram a forma como as pessoas socialmente se conectam e interagem com as suas redes mantendo relações sociais.

Associado ao uso das redes sociais *online* encontram-se as tecnologias. Concordamos com Páscoa (2017) em que o uso das tecnologias podem simplificar e valorizar a vida dos seniores, permitindo-lhes o acesso a serviços de saúde, *e-mail*, *chat*, pesquisas na *internet* e às redes sociais *online* (p. 13). Porém, para isso, e como expõem Lobet-Maris e Galand (2004), a intensão do uso da tecnologia está relacionada pela utilidade percebida, o grau de complexidade, a atitude para a sua utilização e a componente social envolvida por cada um e consoante a sua necessidade e interesses.

Os estudos de domesticação têm procurado perceber como as tecnologias se posicionam nas nossas vidas, através da forma como e porque se usam e que impactos podem ter ao nível das mudanças nas nossas vidas (Haddon, 2011, 2016), bem como, que significado tem a tecnologia para os utilizadores e não utilizadores e como se envolve na sua vida diária (Silverstone et al., 1992).

No caso da *internet* e, de acordo com a teoria da domesticação, esta é englobada nas rotinas diárias e as pessoas moldam-na consoante os seus valores e práticas, pelo que o processo de domesticação se diferencia entre indivíduos e famílias (Silverstone & Haddon, 1996).

Hynes e Rommes (2005) definem quatro fases de domesticação: a apropriação, associada à aquisição e acesso à *internet* e dos dispositivos tecnológicos para a usar ligado às motivações e razões de uso; a objetivação, que se centra no estilo, gosto e valores ligados ao uso; a incorporação, como o próprio nome indica, enfatiza a inclusão nas rotinas diárias do indivíduo; e a conversão, que se concentra nas relações e interações das pessoas com o mundo exterior.

Portanto, entende-se que para o processo da domesticação ser considerado bem-sucedido é necessário que a tecnologia não seja entendida como nova, e sim, percebida como fazendo parte da rotina diária (Berker et al., 2006).

² As citações traduzidas ao longo do trabalho foram realizadas segundo um contexto de tradução livre.

Com isto, entende-se como a adoção e o uso das novas tecnologias são relevantes para a inclusão social, e que os diferentes níveis de domesticação podem ser diferenciadores, principalmente, sinónimo de exclusão digital nas pessoas mais velhas.

Hoje, os telemóveis, a *internet* e os computadores são centrais na vida de algumas pessoas (Haddon, 2011), mas há ainda, outras que afirmam não precisar de novas tecnologias (Haddon, 2004), ou estas representam um desafio para elas na forma de as gerenciar (Haddon, 2016).

Relativamente ao uso dos computadores por parte dos seniores, Karavidas et al. (2005) observaram diferenças ao nível do género, em que os homens possuíam maiores níveis de conhecimentos e as mulheres usavam o computador e a *internet*, essencialmente, para estarem em contacto e próximo dos seus familiares ou pesquisar informações de saúde ou passatempos.

Segundo o Modelo de Aceitação e Adoção da Tecnologia pelos Seniores (Modelo STAM) desenvolvido por Renaud e Biljon (2008), para os seniores aceitarem e adotarem a tecnologia é necessário sentirem que esta lhes é útil e efetiva, bem como percecionarem que é de fácil utilização e aprendizagem. Mas, os autores mostram, também, que a influência social e o contexto enquanto utilizadores são importantes para a intenção de uso. Os autores conferem que a partir do momento em que os seniores demonstram essa intensão, esta gera a experimentação e a exploração.

Por exemplo, no caso do telemóvel, para além de ser um meio de comunicação acaba igualmente por ser assumido como um instrumento social ativo, permitindo através de qualquer parte e em qualquer momento ser usado para manter a relação com o outro (Cardoso et al., 2007). No âmbito da apropriação dos dispositivos móveis por parte dos seniores, Rodrigues e Morgado (2019) referem que é preciso que os seniores sejam incentivados a usar as tecnologias e informados das potencialidades. As autoras definem três níveis de apropriação da tecnologia móvel, sendo o primeiro “Motivar”, através da avaliação da utilidade; o segundo “Experimentar/Adotar”, para os que decidem explorar e experimentar; e por último, o terceiro, “Integrar” nas rotinas e em diferentes áreas.

Em termos dos dispositivos móveis evidenciamos a utilização dos *smartphones*, dispositivos que permitem um acesso fácil à *internet* e às redes sociais *online*, que poderão contribuir para uma maior inclusão digital dos seniores. Estudos nesta área revelam que é importante que este segmento etário tenha a percepção dos benefícios do seu uso (Mohadis & Ali, 2014), para que os utilizem e se sintam motivados (Rosales & Fernández-Ardèvol, 2016).

Num estudo não representativo realizado em Portugal pela autora desta investigação (Reis, 2014), sobre a adesão dos seniores a um *tablet* (Senior+), desenvolvido para pessoas com pouca apetência tecnológica, observou-se que o telemóvel é o meio tecnológico que se tornou familiar para todos os seniores e o computador é, ainda, uma barreira na utilização desta tecnologia. Nesta análise, a usabilidade e a comunicação foram os fatores determinantes para a aceitação do tipo de tecnologia proposta, e demonstrou-se que, ao nível dos serviços, a simplicidade das aplicações poderiam ter

relevância na adoção. Neste sentido, daqui advém que se pode perspetivar a inclusão digital dos seniores, esta pode ser desenvolvida a vários níveis na sociedade indo de encontro às suas capacidades e interesses, contribuindo para o seu bem-estar social e diminuindo o isolamento e a exclusão social.

Os resultados do estudo de Deleloo e McWhorter (2015) apoiam que tecnologias como o *iPad* são um forte contributo para reduzir o isolamento social e uma forma dos seniores se conectarem a comunidades *online*, de modo a melhorar a comunicação com a família, bem como voltando-se a relacionar com ligações anteriores.

Outras abordagens alegam que à medida que as pessoas ganham mais benefícios e experiências com o uso da *internet*, também a qualidade de uso é maior, ou seja, há uma relação positiva ao utilizar o computador e a *internet*, e no conforto com a tecnologia (Lee et al., 2015). A título de exemplo, o autor refere que “o *smartphone* se tornou uma nova tecnologia de comunicação que amplia a lacuna demográfica entre “quem tem” e “quem não tem”” (Lee et al., 2015, p. 53), recaindo as suas conclusões de que o acesso à rede influencia o uso da *internet*, o desenvolvimento de competências de comunicação e o uso de diversas atividades *online*.

Assim, e uma vez que as tecnologias são, na atualidade, uma forma de interação social e de integração no mundo *online*, acredita-se que os ambientes virtuais têm um impacto positivo no capital social, pelas atividades que proporcionam, nomeadamente, no segmento em análise.

Confere a relevância de se entender o envelhecimento na era da globalização, pois as sociedades atuais, as políticas sociais de envelhecimento, sejam de emprego, saúde, lazer ou no domínio das tecnologias da informação e da comunicação, têm vindo a contribuir para a representação da pessoa idosa como uma categoria social ora dependente, ora tecnologicamente excluída (Dias, 2012).

Importa, ainda, percecionar quais os fatores que se relacionam com o acesso às novas tecnologias e à sua usabilidade, uma vez que, como apontam Lee et al. (2011), o acesso à tecnologia está relacionado com níveis de escolaridade, rendimentos ou com uma vida solitária e não diretamente com a idade.

Acredita-se na importância do investimento na literacia nas redes sociais *online* nos seniores, que aos poucos tem vindo a contribuir para uma maior autonomia e integração social dos indivíduos num mundo cada vez mais digital e global, pois como Castells (2005a, p. 27) defende: “as pessoas através das suas próprias vidas e projetos apropriam-se da *internet* para construir as suas próprias redes”.

Estudos realizados com a população sénior ao nível das TIC e das redes sociais *online* concluem ser benéfico a sua utilização porque facilita a comunicação entre gerações e permite o desenvolvimento de novas redes sociais (Zhang & Kaufman, 2015; Coelho, 2017). Para além de que, com o aumento da interação social *online*, passa a existir uma correspondência positiva na percepção de como as pessoas veem, recebem, dão e partilham informações e notícias; sendo que, igualmente,

no apoio emocional, podem gerar contributos para a sua qualidade de vida e bem-estar (Xie, 2007; Páscoa, 2012).

Como defendemos ao longo desta investigação, as redes sociais *online* permitem ao segmento sénior: reduzir o isolamento social; promover a sua participação no contexto familiar; manter e reforçar relacionamentos com amigos; e, incentivar e apoiar a uma maior participação social. Num estudo em Portugal, não representativo, Rebelo (2013), refere que o *Facebook* era utilizado pelos seniores, não só, para acompanharem os eventos marcantes dos familiares e amigos, mas também para reencontrarem pessoas do passado que já não veem há muito tempo, ou até mesmo para partilharem a sua história vivida, as memórias de locais onde viveram e cresceram, e em muitas situações são geradoras de reencontros pessoais. Contudo, a maioria dos estudos em Portugal, que abordam as novas tecnologias e as interações sociais com a população mais sénior, têm-se baseado em usos das TIC e da *internet*.

Dias (2012) confere, fazendo uma análise de género, que os homens usam de forma mais frequente o computador e a *internet*, privilegiando o acesso à informação, comunicação, entretenimento e lazer. Em contrapartida, as mulheres focam-se na comunicação e nas interações que estabelecem *online* com familiares e amigos. Como refere o autor, o envolvimento dos seniores com as tecnologias e a sua atitude positiva perante o uso da *internet* leva-os a desenvolver atividades que consideram ser gratificantes e com impacto positivo na sua vida e na dos que os rodeiam.

Os investigadores Quintanilha et al. (2020, p. 13), com base nos dados secundários extraídos do inquérito representativo da população portuguesa realizado em 2019 pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism*, em colaboração com o Observatório da Comunicação de Lisboa (OberCom), concluíram que, ao nível do uso tecnológico: as pessoas mais velhas “tendem a utilizar mais o *laptop* e o computador *desktop* para qualquer propósito da sua experiência *online*”; os indivíduos com 65 ou mais anos utilizam mais o *iPad* do que os mais novos; e o *smartphone* é, tendencialmente, mais utilizado pelos mais novos.

O estudo desenvolvido por Coelho (2019, p. 310), intitulado “Seniores 2.0: inclusão digital na sociedade em rede” enfatiza que a adoção da tecnologia por parte dos seniores “não se explica simplesmente pela idade nem por níveis qualificativos”. A autora defende, entre os seniores, três tipos de trajetórias de contacto com as novas TIC: “*tendencial*”, pelos que trabalhavam em contacto com as novas TIC usando na vida profissional e pessoal e que continuam a utilizar na reforma; “*neutro*”, em que, apesar do acesso às novas TIC no mundo profissional, o seu uso não era muito significativo tendo como motivação o aprofundamento dos conhecimentos; e “*contra tendência*”, com o início do uso da *internet* recente e sem contacto em contexto laboral (Coelho, 2019, p. 218).

Coelho (2019) explica, igualmente, que os seniores se apropriam da *internet* e das novas TIC de forma diferenciada e que a autora contextualiza em quatro perfis (Retraídos, Relacionais,

Instrumentais e Integrais), tendo por base a conjugação de duas variáveis: a intensidade/complexidade de utilização e o carácter/vertente principal de utilização. No aspetto mais relevante desta análise, a caracterização de perfis de utilizadores, quando a principal aplicação é social ou utilitária/informativo, podemos encontrar os Retraídos, com um uso reduzido e, no caso oposto, com utilização elevada, os Integrais. Já numa intensidade/complexidade de uso intermédio, encontram-se os Relacionais, cuja principal prática é o social e os Instrumentais que o fazem de forma utilitária/informativa (p. 273).

Importa sublinhar a importância deste estudo recente nas ciências sociais e o seu contributo para a compreensão de uma forma analítica sobre como os seniores portugueses se enquadram na evolução da literacia digital e no processo da sua integração social num mundo global. Todavia, a reflexão que se faz ao longo desta investigação é a de que o envelhecimento não é uma variável monolítica, existe uma interligação entre outras variáveis como: os fatores sociodemográficos, as histórias de vida e a situação familiar. Atenta-se, por isso, que este conhecimento pode ser complementado com a associação de fatores de diferenciação social, bem como, a percepção se no uso das redes sociais *online* por parte dos seniores se reflete no mesmo enquadramento e se existe uma associação entre as experiências com as novas TIC e o uso das redes sociais *online* neste segmento.

Partindo do pressuposto de Knowles, et al. (2012), de que a aprendizagem dos adultos passa não só pela experiência, mas tal-qualmente por um conjunto de fatores como, por exemplo, a necessidade manifestada de querer saber e a disponibilidade e motivação de aprender, torna-se evidente que para que as tecnologias sejam incorporadas na sua vida têm de sentir que serão também uma mais valia, ou seja, é importante que as considerem importantes e imprescindíveis (Harley & Fitzpatrick, 2009), porque a falta de conhecimento sobre os seus benefícios é, sem dúvida, uma barreira à sua adoção (Holzinger et al., 2007).

Compreender as motivações de uso das novas TIC por parte dos seniores usuários é podermos encontrar formas de comunicar e estabelecer pontes de ligação no futuro para uma maior integração digital e social. Se, de alguma forma, os dispositivos móveis melhoram a inclusão digital dos seniores proporcionando-lhes uma maior familiarização e conforto com a tecnologia percebendo a sua utilidade (Fortes et al., 2015), então iremos ter certamente uma maior dedicação e envolvimento por parte destes quanto maiores forem as suas experiências positivas (Slegers et al., 2008).

Capítulo 2 . O capital social e a sua relevância na sociedade em rede dos seniores

Partindo da problematização de como as redes sociais *online* contribuem para o capital social dos seniores em Portugal e para a sustentação empírica desta investigação, tornou-se fundamental o desenvolvimento do conceito de capital social em várias dimensões, bem como os fatores explicativos centrados numa lógica dos relacionamentos sociais tendo em consideração o envelhecimento ativo e o bem-estar social dos seniores.

2.1. Os conceitos de capital social e a relação com os laços sociais num mundo digital

Hoje vivemos numa sociedade em rede (Cardoso, 2014; Castells, 2011), cuja inovação tecnológica, a *internet* veio transformar a forma como as pessoas comunicam, trabalham e usufruem do seu lazer (Quan-Haase & Wellman, 2004). Para Castells (2014), a *internet* é um meio de comunicação, de interação e de organização social, e menciona que “A *internet* é o tecido de nossas vidas neste momento. Não é futuro. É presente. A *internet* é um meio para tudo, que interage com toda a sociedade” (Introdução, para. 1). E, partindo deste princípio, a *internet* é fundamental para uma boa inclusão social.

Pensar na *internet* como um meio de comunicação atual é considerar que a *internet* faz parte integrante da vida diária e pode ser vista como uma extensão da vida *offline* (Neves, 2015; Wellman et al., 2001). Segundo vários autores, a *internet* é utilizada nas relações entre indivíduos e facilitam às pessoas uma forma de se conectarem e partilharem interesses (Quan-Haase & Wellman, 2004; Wellman et al., 2001). Para além das novas TIC contribuírem para uma melhoria da qualidade de vida (Kraut et al. 2002; Leung & Lee, 2005), estas auxiliam, também, as relações sociais entre os indivíduos e a sua participação social por forma a contribuir para o bem-estar e para o capital social (Ferlander, 2003; Kraut et al., 2002; Wellman & Frank, 2000).

A dinâmica da *internet* nas sociedades atuais traz-nos novas metodologias de comunicação. No caso das redes sociais *online*, estas podem potenciar e reforçar os laços sociais, contribuindo, não só, para alterações na utilização da *internet* como nas relações de sociabilidade dos indivíduos (Cardoso, 2014; Cardoso et al., 2015; Neves, 2015). Porém, esta ideia não é consensual e há autores críticos face aos efeitos que a *internet* e as redes sociais *online* têm nas sociedades de hoje, nomeadamente, ao nível das relações sociais e da participação dos indivíduos na sociedade (Putman, 2000; Turkle, 2010). Todavia, outros defendem que a *internet* e as redes sociais *online*, vêm juntar-se ao *face-to-face* e ao telefone, complementando as formas de conexão entre as pessoas, principalmente, as que se encontram dispersas geograficamente (Mazzoni et al., 2016; Quan-Haase & Wellman, 2004). São,

também, um complemento para ajudar as pessoas na organização de reuniões e eventos (Wellman et al., 2001), gerando, assim, um contributo positivo nas relações sociais e na interação social.

Como ponto de partida, reitera-se uma revisão de alguns conceitos teóricos de forma a termos uma base para a interpretação atual sobre as redes sociais *online* e o capital social.

É um facto que com a *internet* emergem novos desafios. Desde a forma de configuração de como as sociedades se organizam, quer em termos pessoais como de socialização, alterando a forma como as pessoas se relacionam. Deste modo, julga-se importante entender o conceito de capital social e aplicá-lo no contexto das redes sociais *online*, de forma a compreender como a perspetiva teórica de capital social se enquadra no mapeamento das relações sociais que são constituídas por diversas interações *online* (Jaafar, 2011), assim como refletir se as próprias estruturas das redes sociais *online* podem gerar capital social e trazer benefícios quer públicos como privados (Medina, 2011).

O capital social tem sido uma preocupação das organizações internacionais. A OCDE (2001a) utiliza o conceito de capital social e define-o como as redes que juntamente com normas, valores e entendimentos facilita a cooperação dentro e entre os grupos, e realça a sua importância com a transmissão destas normas e valores de geração em geração para se entender as escolhas dos indivíduos e grupos em relação à cooperação. Defendendo, ainda, que diferentes sistemas de valores e significados podem ser partilhados e coexistir num clima de tolerância de diferentes culturas e crenças sustentando o capital social.

Nas diferentes áreas de investigação, diversas pesquisas têm vindo a demonstrar que as sociedades com um nível elevado de capital social possuem maior produtividade, melhores condições de saúde e educação (Foxton, 2011). Harper (2001) considera relevante a medição do capital social cujos principais indicadores incluem as relações sociais, as redes sociais formais e informais, a associação a grupos, a confiança, a reciprocidade e envolvimento cívico, pois o capital social tem influência no desenvolvimento económico, na inclusão social, na melhoria da saúde e na eficácia dos governos.

Partindo do conceito de capital social, são várias as definições que influenciam as investigações nas ciências sociais e, no nosso estudo, por forma a perceber se as redes sociais *online* têm um papel ativo e contribuem para o capital social, centrámo-nos no conceito das principais correntes: Pierre Bourdieu (1979; 1980, 1986), James Coleman (1988), Robert Putman (1993, 2000, 2002) e Nan Lin (1999, 2001, 2005).

Bourdieu (1980, pp. 2-3), define capital social como “o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão relacionados com a posse de uma rede sustentável de relacionamentos mais ou menos institucionalizadas relações de conhecimento mútuo e reconhecimento”, ou seja, o capital social está diretamente relacionado com o tamanho da rede, com as conexões e com a forma como os indivíduos

em rede utilizam o volume de capital (económico, cultural e simbólico), ao qual o autor intitula, como conceito, o volume de capital social.

Ainda, no âmbito dos estudos sociológicos, Coleman (1988a) dá enfoque à importante forma de capital social que se encontra inerente nas relações sociais, onde a informação é relevante e serve de base para a ação. Daí que, para Coleman (1988a), o capital social é determinado pela sua função, como um investimento em relações sociais (redes, apoio e confiança), considerando o capital social produtivo, possibilitando a realização de determinados fins que na sua ausência não seriam possíveis. Nos seus trabalhos, Coleman (1988a, 1988b) defende que o efeito do capital social na família e na comunidade ajuda a formação do capital humano.

Na perspetiva de Putman (1993), o capital social é entendido como um conjunto de atributos de organização social, como a confiança, as normas e os sistemas que tornam possíveis ações coordenadas, ou seja, o capital social aumenta os benefícios do investimento em capital físico e humano. No âmbito da sua abordagem à sociedade contemporânea, Putman (2002), faz uma comparação entre a sociedade do século XIX e a do século XX. No século XIX, para o autor, estávamos perante uma sociedade mais moderna, industrial e urbana, onde os laços comunitários se atrofiaram, a industrialização alterou as relações de produção e surgiram condições para as pessoas saírem do interior do país para a cidade, e isso levou a deslocarem-se as formas de solidariedade e de organização social, fazendo emergir novas formas de capital social condizentes com o novo ambiente. Enquanto que, como refere o autor, na segunda metade o século XX há uma forte disseminação de invenções e inovações que, como critica, as novas tecnologias de entretenimento e de comunicação têm tido inúmeros efeitos no capital social, especificamente, ao retirarem as pessoas da vida cívica e social. Neste sentido, Putman (2002) assume que o capital social pode combater com o capital humano como um fator de produtividade individual, defendendo que as redes sociais criam valor individual e coletivo, por isso, deve-se investir nelas, e sugere mesmo que o capital social pode ser bem mais importante para o bem-estar humano do que qualquer outro tipo de capital, nomeadamente, o capital económico.

No seu livro “Bowling Alone: America’s Declining Social Capital”, Putman (2000) defende que o capital social está a decair na América com a diminuição da participação de grupos tradicionais, e isso deve-se ao cinismo social, à maior participação da mulher no mundo profissional, à existência de menos casamentos, mais divórios, menos filhos, e pelo facto da tecnologia ser um consumo individual de lazer. Neste contexto, ele defende um capital social associado às conexões entre indivíduos, no qual as redes sociais surgem da reciprocidade e da confiança. Para o autor, quando se desenvolve a confiança, surgem as normas de reciprocidade, o que vai reforçar os laços entre os indivíduos ou grupos. Putman (2000) faz uma distinção entre duas dimensões do capital social - *bonding* e *bridging*, em que o *bonding* une populações homogéneas, inclui os laços fortes, que promovem a confiança e a solidariedade, e é importante para viver e sobreviver, enquanto no *bridging* se estabelecem laços com

outros na sociedade em geral e fundamentais para “seguir em frente”. Estas duas dimensões permitem comparar diferentes formas de capital social, portanto, diferentes tipos de redes são descritos como diferentes tipos de capital social. Segundo o autor, no capital social *bonding*, os laços fortes são caracterizados por ligações mais estreitas, como a família e os amigos próximos, enquanto o *bridging* se caracteriza por laços mais fracos, mas com conexões mais transversais e distantes entre pessoas, como é o caso dos colegas de trabalho, amigos de amigos e conhecidos.

Com base nos dados da utilização crescente da *internet* em todo o mundo, Lin (1999) defende que o capital social está em ascensão com base nas redes existentes na *internet*. O autor considera os conceitos de Putman (2000), de *bonding*, como a capacidade de a comunidade poder aceder a recursos dentro de si, ou de *bridging*, fora de si, sendo que as relações entre os laços na rede variam em termos de intensidade e reciprocidade. Lin (1999) define, também, três tipos de relações sociais que interpreta como camadas: a primeira, caracterizada por relações íntimas e de confiança, laços que partilham sentimentos e fornecem apoio mútuo formando interações recíprocas e intensas, formando uma rede densa; a camada intermédia, relacionada com o círculo social, que se caracteriza por laços que partilham informação, mas em que os seus membros podem não ter ou manter interações diretas, fortes e recíprocas; e por último, a camada externa, caracterizada pela associação e identidade compartilhada, mesmo que os membros da rede não interajam entre si, muitas destas relações são mediadas por coletividades ou associações e fornecem aos membros sentimentos de pertença. É assim evidente, tal como refere o autor, que à medida que se avança da camada interna para a camada externa, a intensidade das relações e a intensidade da rede diminuem e os membros tornam-se mais diversos e heterófilos. Para avaliar os efeitos de capital social, Lin (1999) considera que existem duas abordagens que podem ser usadas, uma referente à capacidade de aceder a recursos e a outra sobre os usos reais para determinadas ações, que se relacionam com os meios que são mobilizados.

Atendendo a que o capital social se relaciona com a rede (Bourdieu, 1980; Coleman, 1988; Lin 1999; Putman, 1993, 2000 e 2002) e abrange dimensões como a confiança, a participação social, as redes informais e formais, o envolvimento cívico e as atividades voluntárias (Bryant & Norris, 2002), e os laços fortes e fracos (Granovetter, 1973), então torna-se pertinente investigar se as redes sociais *online* possuem, também elas, uma relação direta com o capital social, e avaliar em que medida o influenciam, que tipo de relações desenvolvem e se contribuem para um prolongamento da vida social.

Para Nahapiet e Ghoshal (1998), o capital social envolve complexas inter-relações entre três dimensões: “Relacional”, ao nível das conexões que se estabelecem entre indivíduos; “Estrutural”, na forma como se encontram organizadas num determinado ambiente; e, “Cognitiva”, tendo em conta os interesses em comum entre os indivíduos. Segundo a abordagem de Claridge (2018), estas três dimensões de capital social, apesar de serem distintas, estão interrelacionadas e, muitas vezes, são difíceis de dividir e analisar separadamente, porque elas encontram-se ligadas e reforçam-se

mutuamente. As dimensões cognitivas e relacionais são relevantes para uma permuta social e para o desenvolvimento de estratégias sociais, conseguindo ser a base de interação e formação de novos relacionamentos, assim como os laços de rede e a forma como se organizam facilitam esta troca social e promovem as dimensões cognitivas e relacionais do capital social.

Ao analisar-se as redes sociais *online* deverá ter-se em consideração que a medição da rede pode ser efetuada pelas variáveis de tamanho (número de contactos), densidade (forças de conexões entre contactos) e hierarquia (como se organiza a rede em torno de um contacto) (Burt, 2000). Importa, também, lembrar que o capital social *bonding* se caracteriza por níveis mais elevados de confiança e intimidade e está associado a laços fortes, como a família e amigos próximos; enquanto o capital social *bridging* liga grupos e indivíduos com pouca intimidade e proximidade, constituídos por laços fracos, contudo pode proporcionar o acesso a informação nova e permitir uma maior mobilidade e difusão de informações heterogéneas (Burt, 2000; Granovetter, 1973).

Em resumo, o capital social *bonding* tem uma função cognitiva, ligada à percepção das pessoas sobre o nível de confiança interpessoal, comportamento e reciprocidade nas relações dentro de grupos homogéneos, enquanto o capital social *bridging* é estrutural, analisa a densidade das redes sociais ao nível das ligações entre indivíduos ou grupos, ao nível das diferentes posições e força que têm na estrutura (Burt, 2000; Granovetter, 1973; Murayama et al., 2012; Putman 2002), e, neste sentido, falamos também da inclusão digital ser fundamental para a inclusão social na sociedade contemporânea e para o aumento do capital social (Ferlander, 2013). Coll-Planas et al. (2017) defendem, num estudo realizado em Espanha, que uma estratégia de intervenção auspiciosa é promover o capital social, porque é uma forma de atenuar a solidão entre os idosos.

2.2. Os laços sociais e a inclusão dos seniores no envelhecimento ativo

A sociedade está em constante mudança e a evolução tecnológica segue a um ritmo veloz. Mas, se para uns autores, a tecnologia é vista como um consumo individual de lazer (Putman, 2000; Turkle 2010), para outros, considerando tudo o que ela permite fazer, é um contributo para a qualidade de vida e para o capital social (Ferlander, 2013; Granovetter, 1973; Kraut et al., 2002; Leung & Lee, 2005; Neves, 2013; Neves, 2015; Wellman & Frank, 2000).

O impacto que a globalização tem hoje na sociedade, como consequência da modernidade, faz-nos repensar, ao nível do enquadramento do nosso estudo - Os Seniores na Sociedade em Rede em Portugal: O contributo das Redes Sociais *Online* no seu Capital Social -, como contribuir para proporcionar uma maior inclusão social e aumentar o seu capital social. Turkle (2010) refere, no seu livro “Alone Together”, numa perspetiva crítica, que as pessoas falam sobre o acesso à Web através dos seus *BlackBerries*, como “o lugar para a esperança” na sua vida, como forma de combater a solidão,

fazendo a observação de que as pessoas de uma forma global, apesar de utilizarem estas novas tecnologias, continuam solitárias.

Baym (2000) reforça que apesar da interação do texto ser usada para se obter conexão relacional e social, as redes sociais *online* também permitem adicionar vídeos, fotos e voz. A autora defende que se constroem identidades de si mesmas, relacionamentos interpessoais e se criam contextos sociais; e que as expressões e emoções manifestadas são uma forma de mostrar aos outros que somos reais, gostamos deles, estamos disponíveis e até que os distraímos.

Em Portugal, 59,6% dos seniores vivem sozinhos (Instituto Nacional de Estatística [INE], 2011), provocado principalmente pela mudança do seu quadro de vida, sendo a viuvez a principal causa (Cabral et al., 2013). No seu estudo “Processos de envelhecimento em Portugal. Usos de tempo, redes sociais e condições de vida.”, Cabral et al. (2013) referem que o viver sozinhos impede, muitas vezes, esta geração de interagir, provocando o sentimento de solidão instigado pela exclusão de participar e desenvolver atividades que gostam, o que pode até incitar danos de autoestima e levar ao desenvolvimento de estados depressivos.

Segundo um estudo da Synovate Research Reinvented & Deloitte Portugal (2009) em Portugal, onde se pretendiam identificar as principais motivações da população com mais de 50 anos face à vida, definiram-se quatro grandes segmentos: “Expansão”, “Partilha e Família”, “Negação ou superioridade” e “Introversão”. As pessoas que pertencem ao grupo “Expansão” são pessoas de bem com a vida e com elas próprias, e mantêm uma atitude otimista e ativa perante a velhice focando-se no lazer e em atividades de bem-estar. Para os que fazem parte do segmento “Partilha e Família”, o mais importante é sentirem-se úteis, partilhar afetos, cuidar dos outros, e a família está no centro da sua vida dedicando-lhes grande parte do seu tempo. Ao mesmo tempo, sentem-se ansiosos com o isolamento e a exclusão social, pelo que valorizam o estar com os amigos e o partilhar de experiências. Depois, os que pertencem ao grupo “Negação ou superioridade” procuram evitar envelhecer, rodeiam-se de pessoas mais novas e valorizam a sua imagem pessoal, imitando os mais novos, entre outras coisas, na tecnologia. E por último, encontram-se os “Introvertidos”, resignados e com menor participação social, são pessoas que se sentem inseguras, são conservadoras e procuram a tranquilidade, a proteção e a segurança.

Este estudo mostra-nos que o segmento sénior é heterogéneo, que as motivações de uns são diferentes das de outros, independentemente da idade, género, estado civil, pelo que as suas atitudes e maneira de estar perante a vida também leva a necessidades distintas.

Pode-se argumentar que na sociedade atual, a *internet* é utilizada para a comunicação, para desenvolver novos relacionamentos *online* e faz parte da vida quotidiana (Bargh & McKenna, 2004; Kraut et al., 1998; Kraut et al., 2002; Neves, 2015; Williams, 2005), ajudando de forma benéfica os utilizadores a superar, sobretudo, o afastamento geográfico, a partilhar interesses comuns e conhecer

outras pessoas, levando à diminuição da solidão e da depressão, aumentando a autoestima e proporcionando um sentimento de inclusão (Ferreira, 2013; Cotten et al., 2012; Hampton & Wellman, 2003; Neves et al., 2017b; Neves et al., 2018; Shaw & Gant, 2002).

Também, Dias (2012) defende que as tecnologias digitais, nomeadamente o uso do computador e da *internet*, possibilitam a ligação a diversas atividades culturais e recreativas, o acesso a bens e serviços, e, ainda, fomentam as solidariedades intergeracionais, quer ao nível da família, como dos contextos sociais em que estão inseridos. Contudo, o seu estudo revela que mesmo face a uma baixa predisposição dos seniores para o uso da *internet*, estes têm consciência da utilidade nos vários domínios da tecnologia, especialmente, no aumento e manutenção das relações intergeracionais.

Fundamentalmente, a relevância está no facto de que os laços sociais desenvolvidos pelos seniores na *internet* lhes permitir a conexão com grupos que lhe são semelhantes e a construção de redes diversas, que contribuem para aumentar o seu capital social (Blit-Cohen & Litwin, 2004).

2.3. As inter-relações entre a *internet*, as redes sociais *online* e o capital social na vida dos seniores

É certo, como referem Melro e Oliveira (2013, p. 184), que “são raros os *media* em que os Avós apresentam valores significativos em termos de competências, excetuando-se, quase sem surpresa, o caso da televisão”, segundo o seu estudo sobre “Acesso aos novos *media* e competências infocomunicacionais em três gerações familiares”.

No caso do uso de plataformas digitais, a combinação dos fatores cognitivos e das habilidades técnicas originam três competências, definidas por Borges e Oliveira (2011): comunicacionais, ligadas à argumentação, negociação e articulação; informacionais, na capacidade de procurar, produzir e partilhar a informação; e operacionais, associadas às competências de uso da tecnologia.

Sendo, a *internet* “um espaço de espaços, um espaço de conteúdos e de relacionamentos” (Silva & Abreu, 2003, p. 63), deve-se, por isso, considerar as competências individuais do ponto de vista cognitivo e os fatores externos ou sociais ligados aos campos comunicativo e participativo (Lopes, 2012). Do ponto de vista de Lopes (2012), nas redes sociais *online* a componente social é respeitante à capacidade de comunicação virtual dos indivíduos, essencialmente, ao nível da escrita. Porém, Borges (2011) alerta, no domínio comunicacional, para a importância de se considerarem as competências de interação, argumentação, colaboração, participação e a escolha das redes e grupos dos quais o indivíduo quer fazer parte.

Indubitavelmente, torna-se relevante percecionar como os seniores que utilizam as novas tecnologias, as incorporam na sua vida, usufruem delas e quais as suas competências nas dimensões das habilidades e da comunicação.

Os seniores que utilizam a *internet*, para além de procurarem novas pessoas, utilizam-na para aceder a informação, para o entretenimento, comércio e comunicação (Sum et al., 2008). O estudo destes autores revela que o facto dos idosos se encontrarem posicionados nas redes sociais *online* possibilita o encontro de determinada posição na estrutura da rede, ajudando à interação entre as pessoas e conduzindo à produção de capital social, para além de que a utilização da *internet* para comunicação e pesquisa de informação promove efeitos positivos no capital social, na solidão e no seu bem-estar.

No âmbito do *Pew Internet & American Life Project*, numa pesquisa desenvolvida por Madden (2010), foi demonstrado que os adultos *online*, com mais de 65 anos, são muito mais propensos a se conectarem com as pessoas do seu passado, e essas ligações podem proporcionar uma rede de apoio bastante poderosa quando se encontram perto da reforma ou quando estão a recomeçar uma nova carreira. Apesar do *e-mail* ser o principal meio que utilizam para manter o contacto com os amigos, familiares e colegas, muitos já contam com as redes sociais *online* para ajudar nas suas comunicações e para compartilhar *links*, fotos, vídeos, notícias e atualizações sobre os seus estados diários com a sua crescente rede de contactos, utilizando mesmo o *Twitter* e outras redes para o fazerem ou acompanharem as dos outros.

Outros estudos revelam que a maior rede social *online* no segmento sénior é o *Facebook* (Ciboh, 2017; Jung & Sundar, 2016), que esta faz parte da sua vida diária e que o fazem para manter relacionamentos com membros da família e amigos próximos. Contudo, os resultados do estudo de Ciboh (2017), desenvolvido na Nigéria, revelaram que a utilização das redes sociais *online* pelos seniores é aparentemente constituída por capital social *bonding*, mas, na comunicação existente, não existe uma associação entre o uso das redes sociais *online* e o capital social *bonding*. Por outro lado, Ellison et al. (2007) defendem, apesar do estudo se desenvolver junto de jovens, que o *Facebook* pode ajudar a manter contactos com velhos amigos, e, assim, reunir e manter o capital social *bridging*, ou seja, converter os laços latentes em laços fracos. Ao nível do capital social *bonding*, estes investigadores, referem que o *Facebook* é importante para manter estreitas as relações pré-existentes e para manter o controle sobre os amigos que se encontram distantes.

Neste sentido, a ideia central da investigação fica, sumariamente, clara e vem corroborar a relevância do capital social na sociedade, tornando pertinente o enfoque da investigação sobre o seu papel na sociedade em rede, particularmente no segmento sénior em Portugal.

2.4. O estudo da mediação do capital social *bonding* e *bridging* nos contextos *online* e *offline*

A mediatização por parte das redes sociais *online* pode tornar a experiência social das pessoas menos “real” ou “verdadeira”, e, dependendo das diferentes perspetivas, esta mediação pode influenciar o

segmento sénior, porque como defende Bauman (2007, p. 6), “tudo o que acontece num lugar tem uma influência sobre como as pessoas em todos os outros lugares vivem ou esperaram viver”.

No âmbito da nossa abordagem, torna-se relevante ter uma observação epistemológica em torno do uso do conceito de capital social, bem como das possíveis formas de o estudar.

Para Bauman (2007), a sociedade é considerada e tratada como “rede” em vez de uma estrutura, ela é percebida e tratada como uma matriz aleatória de conexões e desconexões. Porém, Harper e Kelly (2003) reforçam que a distinção entre capital social *bonding* e *bridging* é fundamental, uma vez que o impacto do capital social depende da forma como se assume em diferentes circunstâncias, em particular, nos estados da infância à velhice. Harper e Kelly (2003) referem Blaxter et al. (2001) que definiram para a *Health Development Agency* no Reino Unido, cinco dimensões de análise do capital social: a participação, o envolvimento social e compromisso; o controle e autoeficácia; a percepção de estruturas ou características de nível comunitário; a interação social, redes sociais e suporte social; e a confiança, reciprocidade, coesão social.

Para medir o capital social no Reino Unido são utilizadas cinco dimensões de análise, através dos indicadores: Participação social (número de pertença a grupos culturais, de lazer e sociais, frequência e intensidade de envolvimento, frequência e intensidade de envolvimento em voluntariado e atividade religiosa); Participação cívica (perceções da capacidade de influenciar acontecimentos, como está bem informado sobre assuntos locais / nacional, contacto com funcionários públicos ou representantes políticos, envolvimento com grupos de ação local e propensão para o voto); Redes sociais e apoio social (frequência de ver / falar com parentes / amigos / vizinhos, extensão de redes sociais *online* e frequência de contato, número de amigos próximos / parentes que moram perto, troca de ajuda, controle e satisfação com a vida percebida); Reciprocidade e confiança (confiança em outras pessoas que são como elas, confiança em outras pessoas que não são como elas, confiança nas instituições em diferentes níveis, fazer favores e vice-versa e percepção de valores compartilhados); e Visão da área local (visão sobre o ambiente físico, instalações na área, prazer de morar na área e medo do crime) (Harper & Kelly, 2003).

Ainda, sobre a medição do capital social, Onyx e Bullen (2000) concluem, no seu estudo empírico em cinco comunidades, que a participação em redes, a confiança e a proatividade social, confirmam a análise conceptual do capital social, que segundo Portes (2000) tem três funções básicas, como fonte de: controlo social; apoio familiar; e de benefícios através de redes extrafamiliares.

Queremos assim argumentar que com a *internet* e a evolução da investigação em ciências sociais surgem novas abordagens sobre as interações e formas de socialização, que, cientificamente legítimas, tocam em interesses de pesquisas diferenciadas. Williams (2006) desenvolveu e propõe uma nova forma de contabilização do capital social, com escalas de medição do capital social *bonding* e *bridging* em contexto *online* e *offline*. Com base nas escalas de Williams (2006), num estudo em Lisboa, Neves

(2015) concluiu que a *internet* está relacionada positivamente com o capital social *bonding*, contudo o mesmo não acontece com o uso de redes sociais *online*, *e-mail* e mensagens instantâneas *online*. No que se refere ao capital social *bridging*, os estudos de Neves (2015) apontam para que existe uma relação positiva entre o capital social *bridging* e uso da *internet*, e entre as redes sociais *online* e o uso de mensagens instantâneas. Também, baseada em conceitos como laços, interação e relação social, Recuero (2005), através de um estudo de caso, demonstrou que estes conceitos se relacionam com a produção de capital social nas redes sociais *online*, como é o caso de *web blogs*.

Recuero (2012) foca as novas formas de capital social que as redes sociais *online* estão a gerar, sendo que os laços fortes e fracos que constituem as redes não se constituem em capital social, mas sim num meio para obter capital social. A autora reforça que o investimento que se faz para isso passa pela criação e manutenção das conexões sociais, facilitando o acesso, através da construção de um perfil que permite não só divulgar informação, mas, também, estabelecer o relacionamento naquele espaço e compartilhar recursos, ao nível do acesso, criando benefícios a outros.

Estamos, então, na nossa opinião, perante argumentos que tendem a demonstrar que a *internet*, as redes sociais *online* e as próprias mensagens instantâneas facilitam o colmatar do capital social, essencialmente, contribuindo para manter o contacto mais frequente com as suas conexões, compostas por laços fortes e fracos, conhecer novas pessoas, e assim, manter, reforçar e produzir capital social.

No entanto, colocamos aqui a questão de que se a medição do capital social *bonding* e *bridging* deve ser investigado dissociando-se o *online* do *offline*. No fundo, é importante compreender se, atualmente, estes estão dissociados ou se estão interligados, ou se são mesmo um complemento um do outro no que se refere às relações sociais. Sendo que Grottke et al. (2018) validaram a escala de medição de capital social proposta por Williams (2006), para avaliar o capital social *online* e *offline* na *internet*, será que também, esta escala pode ser utilizada para medir de forma válida, em contexto das redes sociais *online*?

No planeamento da nossa pesquisa, mais importante do que medir o capital social *bonding* e *bridging* é explorar como se pretende investigar a forma como a utilização das redes sociais *online* contribui para a emergência das diversas dimensões de capital social. Consideram-se, portanto, duas dimensões de análise de grande pertinência: as formas de interação dos seniores com as redes sociais *online*, que remetem para a análise dos aspetos de integração social no mundo digital, e a contribuição das redes sociais *online* no desenvolvimento do capital social dos seniores, que tem como repercussão minimizar o isolamento social.

Capítulo 3 . Redes sociais *online* como contributo para o capital social dos seniores

Neste capítulo assinalamos vários estudos de ordem sociológica, tecnológica e psicológica, sobre a importância que as redes sociais *online* podem ter no envelhecimento ativo, sendo apresentados análises e resultados de ensaios que demonstram as capacidades, atividades e motivações que levam ao seu uso por parte dos seniores e sobre a relevância que têm nas suas vidas e participação cultural, social e cívica.

3.1. Os usos e as motivações das redes sociais *online* na vida dos seniores

Os *websites* de redes sociais permitem às pessoas mais velhas levar uma vida independente, melhorar a sua saúde e reduzir as hipóteses de decadência cognitiva, e promovem a sua integração social, segundo o artigo “Systematic Review of Proposals for the Social Integration of Elderly People Using Ambient Intelligence and Social Networking Sites” (Campos et al., 2016). E, neste sentido, estaremos, sem dúvida, a contribuir para um envelhecimento ativo e para a melhoria da qualidade de vida e do capital social dos seniores.

Vários autores afirmam que as redes sociais *online* possibilitam e são um espaço onde pessoas com os mesmos interesses se encontram e interagem, evitando as limitações do espaço físico (Pervushin, 2015; Vroman et al., 2015), mas, para a compreensão da comunicação *online*, é fundamental avaliar a relevância dos valores, da realidade e da identidade de cada indivíduo (Ess, 2001).

Nos Estados Unidos, as redes sociais *online* estão a atrair cada vez mais os utilizadores seniores. A partir de 2013, 27% deste segmento utiliza redes como o *Facebook* e o *Linkedin* (Smith, 2014).

Uma pesquisa efetuada por Jung e Sundar (2016), com indivíduos com mais de 60 anos de idade, revelou as quatro principais motivações para o uso de *Facebook*: o vínculo social; a social *bridging*; a curiosidade; e o responder às solicitações da família. Sendo que, o vínculo social é a principal motivação para a sua participação em atividades desta rede, seguido das social *bridging* e da curiosidade. Comprovaram, também, que os indivíduos motivados pelas solicitações das famílias foram muito menos propensos a participar em atividades do *Facebook*.

Um estudo sobre os efeitos do *Facebook* junto de indivíduos seniores no estado do Rio Grande do Sul, demonstra que este tipo de redes sociais *online* é uma fonte de apoio social (Silva et al., 2018). Os autores argumentam que estas ferramentas digitais, para além de permitirem aos seniores sentirem-se valorizados e socialmente integrados na sua rede de relacionamentos, também contribuem para a manutenção dos seus laços familiares e o aumento do número de amigos, facilitando a comunicação entre eles e o acesso à informação, ao entretenimento e ao lazer.

O uso e o não uso do *Facebook* por parte dos seniores foi analisado por Jung et al. (2017). Estes investigadores identificaram no seu estudo as seis principais razões que levam ao uso e não uso desta rede social. No primeiro caso, os motivos incluem: manterem-se em contacto, poderem partilhar fotos, serem vigilantes sociais da vida dos seus familiares e amigos, poderem responder aos pedidos da família, ser uma forma de comunicar convenientemente e a sua curiosidade. No segundo caso, as razões prendem-se com as preocupações com a privacidade, as limitações da tecnologia sobre os sinais não verbais como as expressões, a falta de capacidades para a sua utilização, por considerarem a comunicação trivial sem substância, não terem tempo, darem preferência a outras atividades e pela sua frustração com o uso deste tipo de ferramentas, por não terem competências suficientes.

Na perspetiva da teoria dos Usos e Gratificações³, Oliveira (2019) faz recair o seu estudo junto da população sénior em Portugal tendo por base perceber quais os usos que estes fazem da *internet*, e que gratificações dela retiram, referindo a autora no seu estudo que:

Olhando para as motivações para o uso da *internet*, no seu conjunto, verifica-se que uma grande parte dos idosos mencionam motivações que não são exclusivas do uso da *internet*, mas que estão diretamente relacionadas com as necessidades e aspetos psicossociais desta população. Além disso, verifica-se que nem todas as motivações coincidem com os usos efetivos que os seniores realizam. Com efeito, é possível que possam usar a *internet* para determinado fim, sem sentir motivação para tal. (Oliveira, 2019, p. 366).

Este estudo evidencia, ainda, que no que se refere ao uso das redes sociais *online*, os seniores têm uma participação ativa, não só para comunicar e comentar, mas também para ver o que os outros publicam e felicitar os amigos perante os alertas dos aniversários. A autora refere, ainda, que as suas comunidades virtuais são constituídas por familiares, amigos e conhecidos, ou seja, são uma continuação das relações *offline* que já possuem (Oliveira, 2019, p. 388), considerando-se que as gratificações retiradas da *internet* - comunicação, interação e informação -, podem explicar estes usos (Oliveira, 2019, p. 369).

Ainda, segundo uma abordagem da Teoria dos Usos e Gratificações, o uso depende da satisfação, bem como da percepção das pessoas face às necessidades e motivos (McQuail, 2003, p. 393), em que a variável motivação está associada ao uso, pois se a motivação de uso é grande, também, maior é o empenho dos indivíduos na sua exposição (Palmgreen et al., 1985). Acreditando que os indivíduos têm consciência das suas necessidades e que fazem a escolha certa do meio pelo qual querem ser gratificadas, Katz et al. (1973) concluíram que o uso dos *media* pelos indivíduos resultava da satisfação de uma diversidade de necessidades consequentes de papéis sociais e de disposições

³ Dada a dimensão teórica da teoria dos Usos e Gratificações ao longo deste trabalho apenas serão citados os autores que se considerem mais pertinentes no contexto da investigação e no desenvolvimento da fundamentação, que se entenda relevante dentro das opções teóricas selecionadas.

psicológicas. Os autores identificaram cinco tipologias de necessidades: cognitivas, associadas à procura de informação, da compreensão e do conhecimento; afetivas, com relação à experiência emocional; a combinação entre as necessidades cognitivas e afetivas, apontando para o aumento da credibilidade e confiança; a integração ao nível social, relacionada com a família e os amigos; e o escape necessário para alívio da tensão, como a descontração.

Para melhor compreender as motivações por parte dos seniores para o uso das redes sociais *online*, Vosner et al. (2016) demonstraram que, para os indivíduos com mais de 50 anos, são três as principais motivações: sensação de prazer; interação com outras pessoas e redução da solidão; e receção de apoio social, reduzindo a ansiedade.

Atualmente, as redes sociais *online* como o *Facebook*, o *Twitter*, o *Linkedin*, entre outras, estão a tornar-se num *media* social cada vez mais importante. No entanto, Vosner et al. (2016) verificaram que as pessoas com mais de 50 anos as utilizam com taxas mais baixas do que os grupos etários mais jovens. Com base numa análise empírica, os autores desenvolveram uma pesquisa na Eslovénia, sobre os fatores que afetam o uso das redes sociais *online* neste segmento. Em conclusão, afirmam que o género, a idade e a educação são os fatores mais importantes no impacto direto ou indireto desta utilização. Os seus resultados de análise mostram que, nas diferenças de género, os homens usam mais as redes sociais do que as mulheres, no entanto, isso inverte-se quando a questão recai sobre quem está mais bem informado sobre o termo “redes sociais *online*”. No tipo de redes utilizadas, segundo os autores, estas variam em função do género, as mulheres utilizam o *Facebook* com mais frequência em comparação com os homens, sendo que estes utilizam mais o *Skype*, e argumentam que ambas as plataformas sociais são usadas por todos para socializarem e para se conectar com amigos e procurarem apoio social. Contudo, os autores referem que, comparativamente a estudos efetuados na Finlândia, os resultados obtidos não são idênticos, e justificam que pode dever-se ao facto de se estar perante culturas diferentes.

Ao nível das atitudes sobre a percepção de facilidade de uso e utilidade percebida de redes como o *Facebook*, bem como outros fatores relacionados com a aceitação da tecnologia, Braun (2013) dirigiu uma pesquisa junto de seniores com idades compreendidas entre os 60 e os 90 anos, e validou as seguintes hipóteses: a utilidade percebida das redes sociais está positivamente relacionada com a intenção de utilizar as redes sociais; a percepção sobre a facilidade de uso de *sites* está positivamente relacionada com a intenção de utilizar as redes sociais; as pressões sociais de familiares e amigos para usar as redes sociais será positivamente relacionada com a intenção de utilizar as redes sociais; e a confiança nas redes sociais está positivamente relacionada com a intenção de utilizar as redes sociais.

Os pesquisadores Vroman et al. (2015) desenvolveram o modelo de motivação de uso das redes sociais *online* (Figura 3.1) para o segmento +65 anos, centrado em três níveis que demonstram os

fatores motivacionais, as prioridades, as preferências e os valores que podem levar à iniciação da sua utilização, levando à percepção sobre o que leva, muitas vezes, os seniores a resistir ao seu uso.

O modelo (Figura 3.1) explica os 3 níveis de adoção das redes sociais *online*. Centrado no indivíduo, o primeiro nível está relacionado com as suas relações pessoais, a utilização das redes sociais *online* com a família e os amigos, sendo que as que mais utilizam são o *e-mail*, o *Facebook* e o *Skype*. Num segundo nível, os seniores reconhecem a utilidade do uso na sua vida para poderem aceder a informações sobre saúde, produtos e serviços e até realizarem tarefas diárias como serviços bancários, compras e procurar informações como notícias, de saúde e destinos de férias. Num terceiro nível, encontram-se as comunidades virtuais, é menos pessoal, as interações ocorrem dentro e fora da sua localização geográfica, e aqui os indivíduos partilham interesses comuns, tais como fazerem parte de clubes de livros e participarem em jogos interativos. Neste último patamar, o seu nível de confiança nas TIC já lhes permite interagir fora do seu círculo social próximo (Vroman et al., 2015).

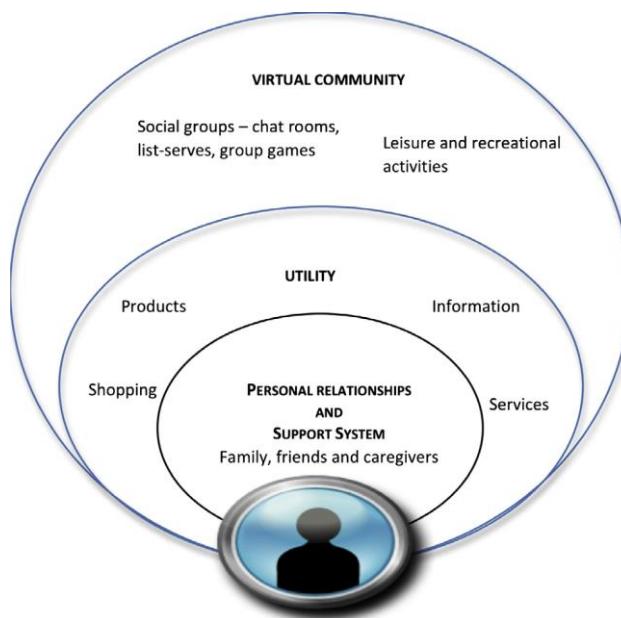


Figura 3.1 - Modelo de Motivação de Uso das Redes Sociais *Online*

Fonte: "Who over 65 is *online*?" Older adults' dispositions toward information communication technology", Computers in Human Behavior 43, 156–166 (Vroman et al., 2015)

Com base nesta pesquisa, são poucos os estudos analisados sobre os fatores que afetam o uso das redes sociais *online* no segmento sénior, nomeadamente, em Portugal. Para além de que, como referem os autores Vosner et al. (2016), existem diferenças culturais entre os países, não se podendo generalizar e, até mesmo, algumas das hipóteses validadas por Braun (2013), cujo estudo se baseou apenas no *Facebook*, podem não ser verdade em outras redes ou realidades sociais.

Quando nas ciências sociais se estudam comportamentos de uma comunidade *online* não se pode considerar só a sua estrutura social, pois esta também se relaciona com valores culturais e, numa

perspetiva culturalista, “a interação de relevância e de sociabilidade é importante para a produção e reprodução de ordem social em contextos específicos” (Yuan, 2013, p. 666). Ainda, segundo o autor, “(...) as redes sociais são a espinha dorsal de uma sociedade em rede como uma nova ordem social” (Yuan, 2013, p. 668).

As redes sociais *online*, como instrumentos que proporcionam um estímulo à comunicação, permitem a interação e conexão entre os indivíduos, promovem o estabelecimento de redes sociais e de apoio, tendo por objetivo a difusão de informação através de vários tipos de conteúdos (Carvalho, 2009).

Em Portugal, a Novadir (2008), do Grupo Marktest, elaborou um estudo específico ao segmento 55-74 anos, intitulado “A outra geração: os seniores”, que conclui que a família e os amigos são o centro da rede de vivências e afetos. Segundo esta análise, quando questionados sobre “até que ponto não imagina a sua vida sem...”, os indivíduos classificam por grau de importância, primeiro a família (95,4%), os amigos (80,9%), passando depois pela televisão (46,8%), automóvel (42,8%), telemóvel (33,8%), jornais/revistas (31,8%), rádio (30,6%), animais de estimação (26,4%), viagens (21,8%), computador (16,1%) e *internet* (13,8%).

Com base neste estudo, sabe-se que 15,2% dos seniores reformados desenvolvem, ainda, algum tipo de trabalho/atividade, e que a maior parte do seu tempo livre é preenchido em convívio social e cultural, destacando-se o tempo gasto da seguinte forma: em restaurantes (80,2%); a ouvir música (77,8%); a ler (77,1%); em atividades físicas (68,2%); em festas (58,4%); em eventos culturais (49%); em eventos desportivos (41%); no teatro (40%); no cinema (38,5%); em viagens de lazer e turismo (38%); em concertos (38%); e em termas e SPA's (8,6%) (Novadir, 2008).

Este estudo do Grupo Marktest revela que cerca de 71% do segmento sénior tem elevadas preocupações com a sua aparência física e com o seu bem-estar, levando a que 68,2% pratique atividades físicas sozinho ou em grupo, sendo as caminhadas (50,1%) a atividade mais praticada (Novadir, 2008).

Por tudo isto, torna-se relevante contextualizar a investigação no segmento sénior, tendo por base as realidades culturais e de sociabilidade em Portugal, compreender se neste contexto de socialização e de atividades, as redes sociais *online* são um contributo para a gestão e organização das suas atividades e conexões sociais, e se também elas fazem parte da ocupação de algum tempo livre.

3.2. Os seniores e as dimensões de participação cultural, cívica e social

Partimos do pressuposto que muitos seniores se encontram excluídos da participação cívica e social, quer por consequência da privação do acesso às tecnologias fazendo parte de um grupo que se insere na exclusão digital, como defendem Jenkins et al. (2017), ou pelas limitações de acesso a aptidões e

conhecimento, orientação, capital cultural e oportunidades essenciais para participar ativamente em práticas públicas.

Segundo Jenkins et al. (2009), a cultura participativa caracteriza-se por: não existirem praticamente barreiras à expressão artística e ao envolvimento cívico; haver um forte apoio para criar e compartilhar criações com outras pessoas; existir uma espécie de tutoria informal, em que os conhecimentos dos mais experientes são transmitidos aos mais novos; haver indivíduos que acreditam que as suas contribuições são importantes; e haver um sentimento de algum grau de conexão social entre eles, pelo menos no sentido em que se importam com o que os outros pensam sobre as suas criações. De facto, conforme afirma o autor, nem todos os indivíduos precisam de contribuir, contudo, todos necessitam de sentir que o seu contributo é valorizado aquando a sua participação é efetivada (Jenkins et al., 2007).

A cultura participativa sempre existiu, porém na era digital os aspectos de participação multiplicam-se e intensificam-se, oferecendo novas oportunidades para a construção social (Jenkins et al., 2017). Este compartilhamento entre as redes e o digital é mais aberto, e, como defende Henry Jenkins, “Eu participo de algo enquanto interajo com algo” (Jenkins et al., 2017, p. 14).

Relativamente aos jovens, a abordagem de Danah Boyd, em Jenkins et al. (2017), é que estão ligados a redes sociais *online* e às notícias que veem nos seus *feeds*, que são as suas normas, e variam e dependem dos membros que fazem parte das suas redes. Do nosso ponto de vista, se pensarmos no segmento sénior que usa as redes sociais *online*, a cultura participativa, que depende do encontro de locais e pessoas bondosas que prestem o respetivo apoio, também auxiliará na obtenção da autoconfiança e no acesso a novas oportunidades num mundo mais abrangente. Mimi Ito, em Jenkins et al. (2017) utiliza o conceito de “*aprendizagem conectada*”, no qual a sua essência está nos relacionamentos para o surgimento de novas oportunidades, e defende que é importante a educação junto dos jovens sobre o contexto de envolvimento social e de objetivos comuns, porquanto não basta dizer-lhes que o conhecimento está acessível e oferecer-lhes conteúdos e competências.

Neste sentido, e refletindo sobre os seniores, a questão do envolvimento, também, se encontra presente na nossa perspetiva e será importante compreender como se desenvolve a cultura participativa, se as práticas realizadas nas redes sociais *online* os ajudam a organizar e a constituir grupos de participação ativa, com o objetivo de contribuir e alcançar mudanças sociais.

Como modelo, a cultura participativa subdivide-se em descriptivo e ambicioso. Temos um modelo descriptivo, que abrange um conjunto experiências assentes em formas acessíveis de produção coletiva e de partilha; enquanto num modelo ambicioso, essas práticas facilitam a aprendizagem, o desenvolvimento de capacidades e a ação cívica (Jenkins et al., 2017).

Ainda, nesta ótica da participação, é importante olhar para a relevância da convergência dos *media*, que mais do que representarem uma mudança tecnológica, através da sua diversidade, nos

permitem ter acesso a informação em qualquer local e a usar diversos *media* em simultâneo. Os telemóveis ao evoluírem para *smartphones*, tecnologicamente, deixaram de ser usados simplesmente para fazer chamadas ou enviar mensagens, sendo que, os aplicativos e os *softwares* permitem aceder à *internet* para procurar informação, enviar imagens e vídeos, e até estar sempre disponível nas redes sociais *online* para apoio e participação social. Como refere Jenkins (2004, p. 33): “A convergência altera a relação entre tecnologias, indústrias, mercados, géneros e públicos existentes”.

Porém, à medida que pensamos numa educação dos seniores sobre uma cultura participativa surge-nos a observação ao nível do acesso e habilitação com as tecnologias e as redes sociais *online*, para que se possam tornar participantes ativos, quer do ponto de vista social, cultural, político ou económico. E, neste sentido, para garantir que tenham capacidades de usabilidade e de compreensão sobre o mundo digital que os rodeia, é importante garantir que novas políticas de inclusão digital surjam junto das comunidades seniores e façam emergir novos participantes sociais. Se por um lado há muito que a família, essencialmente, os filhos e netos, têm sido impulsionadores na criação e ensinamento das competências digitais dos seniores, por si só não são suficientes.

Como refere Jenkins (2018, pp. 11-26), a cultura participativa existe em graus distintos que levam a diferentes participações. O autor alude que no caso dos *media*, a cultura é produzida em massa e consumida, enquanto nas plataformas digitais existem mais oportunidades de produção e partilha, fazendo, ainda, um paralelismo com a cultura popular, embora essa estivesse centrada na expressão “*face to face*”. Pelo que, nos dias de hoje, a cultura participativa surge e corre em diferentes contextos sociais, para além daqueles para os quais foram produzidos através do compartilhamento, e, neste sentido, o autor afirma que as formas de cultura podem ser mais ou menos participativas.

A participação na vida cívica está associada aos comportamentos e atitudes dos indivíduos face à sua vontade de interagir na comunidade, de forma a contribuir para o bem-estar ao nível de quatro dimensões: vida política, comunitária, com a sociedade civil e com sentido cívico (Campagna et al., 2020). Tal como os comportamentos e as atitudes expressos levam a relações de padrões de participação pela forma como usam e têm necessidade para se envolverem na comunidade (Doolittle & Faul, 2013).

Segundo, Campagna et al. (2020), as dimensões de participação na vida cívica individualizam-se, sendo que a vida política se articula entre a atividade política associada a atividades partidárias, o interesse pela política ligada à atenção e o envolvimento dos indivíduos em eventos políticos. Na dimensão de sociedade civil, os autores assumem que a intervenção passa pelas pessoas expressarem pontos de vista como forma de envolvimento ativo em organizações de sociedade civil, normalmente, organizações de direitos humanos, ambientais e sindicais. As atividades de voluntariado junto da comunidade local são incluídas na dimensão da vida comunitária, onde os autores focam as entidades religiosas, desportivas, culturais e sociais. Por último, o sentido cívico, que se subdivide em

responsabilidade cívica ligada, por exemplo, ao respeito pelo ambiente e à confiança nas instituições, que influencia o maior ou menor envolvimento e participação dos indivíduos.

Para melhor compreender e avaliar a participação, Kelty et al. (2015) definem que existem sete dimensões de análise: as oportunidades de aprendizagem informal; o empenhamento na tomada de decisões e na definição de objetivos; o controle ou o poder sobre os recursos; a participação voluntária das atividades, com capacidade de sair ou recusar; o compromisso do apoio coletivo e individual; a avaliação da qualidade de participação de cada um, através das normas e regras compartilhadas; e a partilha de alguma experiência afetiva.

Na nossa investigação, a participação é estudada tendo em conta os comportamentos e atitudes dos seniores nas redes sociais *online* face às dimensões da vida cívica e da cultura participativa, pela sua pré-disposição em interagir com a comunidade e tendo em conta a contribuição para o bem-estar social.

3.3. Análise das redes sociais *online*: o retrato no segmento sénior

Castells (2011) refere Gabriel Tarde, quando afirma que ser um ator e ser uma rede têm o mesmo significado, na medida em que as pessoas têm amigos, relações, perfis e conexões, e esse é o significado de uma rede social.

Uma das pesquisas fenomenológicas desenvolvidas por Pervushin (2015) sobre *internet-addictivity*, ou seja, sobre a percepção do mundo da *internet* como um campo de valores finitos, caracterizado pelas experiências e emoções sobre a *internet*, revela que é necessário distinguir o uso da *internet* como uma ferramenta da vida quotidiana, na medida em que pode ser considerada uma continuação da vida quotidiana ou uma forma de construir uma nova realidade.

Nesta noção de *internet-addictivity*, as pessoas consideram que são encontradas coisas mais interessantes do que no seu mundo diário, e no fundo encontram na *internet* o que não está disponível no seu dia a dia. Ainda, em resultado do seu estudo empírico, o investigador refere que esta dependência da *internet* pode ser classificada como: a possibilidade de expressar melhor as ideias; o poder esconder-se perante uma máscara, dando uma imagem de si sem revelar os seus pontos negativos; o ter liberdade de escolher qualquer tema para discussão; a ausência de sanções sociais, com a facilidade de interação e permitindo a sinceridade e o facto de poder ser impune; a oportunidade de construir um mundo perfeito e entrar nesse jogo; tudo pode ser imediato, por não haver relação de espaço e tempo; e a oportunidade de expressar a opinião sobre os vários domínios da vida, mesmo a situação sociopolítica.

De facto, a *internet* possibilita e é um espaço onde as pessoas com os mesmos interesses se encontram e interagem por forma a superar as limitações do espaço físico (Pervushin, 2015; Vroman

et al., 2015), daí que ao se estudarem estas variáveis estamos a identificar o que motiva e valorizam os seniores em termos de utilização da *internet*, e validar se o mesmo se passa com o uso das redes sociais *online*.

Castells et al. (2011) referem que não há teorias de redes que tentem explicar a multidimensionalidade das redes ou estudar os diferentes tipos de conexões entre as diferentes relações existentes. Neste artigo, os autores mencionam a importante contribuição de Manuel Castells na caracterização das quatro relações de poder nas redes: “*Networking Power*”; “*Network Power*”; “*Networked Power*” e “*Network Making Power*”. O “*Networking Power*” refere-se à inclusão na sociedade dos que são excluídos, o “*Network Power*” refere-se ao poder da rede a partir de normas, definindo quem pode ser incluído na sociedade global, o “*Networked Power*” é o poder único que as pessoas exercem uns sobre os outros na rede, e, por fim, o “*Network Making Power*” é a capacidade de programar e de criar alianças estratégicas de rede que preservam o poder das elites rede.

Com base num estudo das várias correntes, Silva et al. (2013, p. 92) referem que:

(...) a análise de redes «olha» para a realidade social como uma estrutura de relações que envolvem entidades interdependentes (grupos, indivíduos, organizações, etc.). O foco central de análise é a relação, a qual pode assumir a vários níveis: amizade, aconselhamento, comunicação, influência, autoridade, variando consoante as situações e/ou entidades sociais que estão no objetivo da investigação.

Porém, a análise das redes sociais *online* pode ser aplicada de forma mais ampla nas Ciências da Comunicação, ou seja, não só para perceber as redes de informação entre pessoas, como também para entender a expressão “redes sociais” e a análise das informações registadas, bem como, as relações entre elas e os indivíduos (Matheus & Silva, 2006).

Estas abordagens tornam-se, no âmbito do estudo aqui desenvolvido, concernentes para se entender a influência das redes sociais *online* no capital social dos seniores em Portugal, na medida em que as redes sociais *online* são, como defendem Ellison et al. (2006), espaços *online* usados pelos indivíduos para se apresentarem, estabelecerem e manterem a ligação com outras pessoas, mas, similarmente, um lugar com interesses, necessidades comuns e onde se estabelece a colaboração, a partilha de conhecimentos, a interação e a comunicação entre os indivíduos (Pettenati & Ranieri, 2006; Brandtzaeg & Heim, 2007).

Em Purcell (2006, p. 48), no seu artigo “Social Networks and Nature of Communities”, Howard Rheingold afirma que uma rede social “(...) com uma mistura de laços fortes, laços familiares, laços amigos ao longo da vida, os laços conjugais, laços parceiros de negócios é importante para as pessoas obterem os fundamentos da identidade, do afeto, o emocional e o apoio material”.

O autor conclui, com este raciocínio, que sem as redes sociais a vida seria mais difícil, o capital social das pessoas mais fraco, assim como, seriam menores os seus conhecimentos e a capacidade de fazer coisas (Purcell, 2006).

Ao nível dos relacionamentos, a lista de amigos que fazem parte das redes sociais *online* de cada indivíduo articula-se entre com quem se deseja estar conectado e com quem solicita conexão (Boyd, 2010). Segundo a reflexão do autor, não são só os amigos fazem parte destas redes, mas também os indivíduos que consideram fazer parte do seu mundo social (amigos, conhecidos atuais e passados, laços envolventes do seu interesse e pessoas que mal conhecem).

Páscoa e Gil (2012) defendem que a rede do *Facebook* deve estar na aprendizagem nas Universidades Seniores, pois é considerada, pelos autores, como um recurso imprescindível à “*infoinclusão*”, aumentando a sua participação e aprendizagem ao longo da vida, e, assim, se envolverem na “*Sociedade do Conhecimento em Rede*”. Mas, se por um lado, o *Facebook* é uma ferramenta importante para o envelhecimento ativo, por outro, não são apenas as redes sociais *online*, também, cada uma com as suas características e relevância, que podem beneficiar o bem-estar social dos seniores, aproximando-os à sociedade e ao mundo em que vivem (Jantsch et al., 2012), combatendo, ainda, o isolamento social e a solidão (Coelho & Duarte, 2015; Khosravi et al., 2016; Neves et al., 2017a). Num estudo, realizado em Atlanta, sobre a relação entre o uso da *internet* e do *Facebook* e a solidão, satisfação social e confiança com a tecnologia junto de indivíduos entre os 52 e os 90 anos, Bell et al. (2013) verificaram uma associação entre a utilização da *internet* e um menor nível de solidão social, mas o mesmo não aconteceu com o *Facebook*, em que os resultados não apontaram para nenhuma relação entre a solidão e essa rede social.

Tendo em consideração os conceitos anteriormente definidos, uma análise das redes sociais *online* no segmento sénior permitiria conhecer que redes utilizam, que laços específicos existem e com quem, e o que fazem, o que procuram e o que os motiva. No fundo, também se almeja com esta tese conhecer o padrão organizacional na sua forma de conhecer, pensar e agir. Numa dimensão meso-sociológica, a teoria das redes procura responder e explicar o comportamento dos indivíduos através das redes de que fazem parte, e, por outro lado, esclarecer como se estruturam as redes com base numa análise das interações entre os indivíduos associado às suas motivações (Silva et al., 2013).

A grande maioria dos estudos internacionais sobre redes sociais *online* no segmento sénior recaem em investigações ao nível do *Facebook*, na medida em que esta, segundo os investigadores (Ciboh, 2017; Ellison et al., 2007; Jung & Sundar, 2016; Osuna & Gavira, 2016; Vosner et al., 2016; Vroman et al., 2015), acaba por ser a rede social *online* mais utilizada por este segmento.

Em Portugal, segundo o estudo da Marktest (2018), embora a amostra apenas abranja os indivíduos até aos 64 anos, como se constata na Figura 3.2, o panorama do uso das redes sociais *online* evidencia que o *Facebook* continua a ser, destacadamente, a rede mais utilizada (95,1%), seguida do

Instagram e do WhatsApp, com valores perto dos 60%, e, na terceira posição, encontra-se o YouTube (48,4%). Pelo que, será relevante verificar, no nosso estudo sobre as redes sociais *online* no segmento sénior (indivíduos com mais de 65 anos), se esta tendência de uso é mantida, tendo em consideração a limitação da menor utilização e os critérios de relevância das próprias redes e das suas características.

Apesar de não haver estudos comparáveis no nosso País relativamente às pessoas com mais de 65 anos e o uso das redes sociais *online*, apenas nos podemos focar na análise exploratória realizada com os dados dos estudos da ERC (2015) e da Sociedade em Rede 2013 (OberCom, 2013), que, sendo ambos representativos da população portuguesa, os resultados evidenciam que a rede mais utilizada é o Facebook (Capítulo 7). Ainda assim, Páscoa e Gil (2012) já tinham citado, também, no seu estudo, esta ser a rede mais utilizada por este segmento etário.

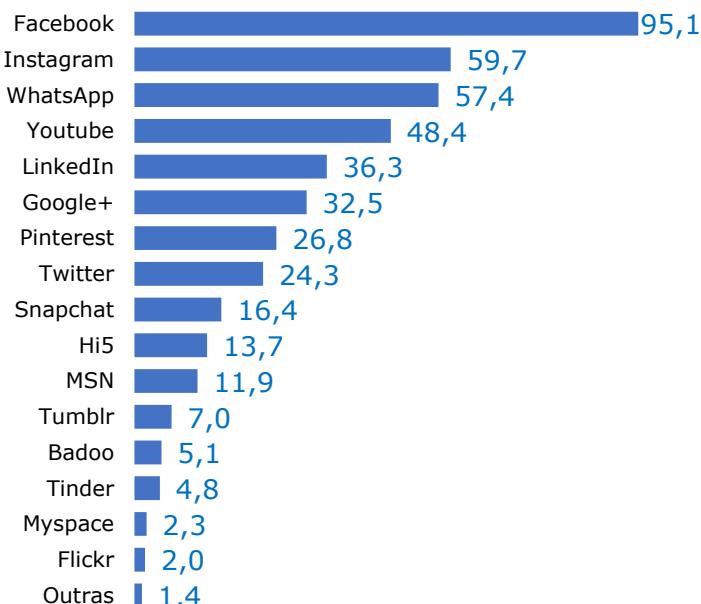


Figura 3.2 - Redes sociais onde indivíduos até aos 64 anos têm perfil criado ou possuem conta (valores em %)

Fonte: "Os Portugueses e as Redes Sociais 2018", Marktest (2018)

Os fatores de gratificação com a utilização do Facebook, propostos por Valentine (2011), são três: o entretenimento habitual interpessoal, o tempo e a autoexpressão que se divulga. Segundo a autora, a principal motivação no uso do Facebook é a conexão dos utilizadores com outras pessoas, mantendo o contacto com os amigos, com os que veem frequentemente e com os que não veem muitas vezes, localizar velhos amigos, conhecer eventos e planejar com os amigos. Também, o partilhar fotos, ser um espaço de entretenimento, poder passar algum tempo e pesquisar informações é apreciado (Ellison et al., 2007; Osuna & Gavira, 2016).

Em Portugal, ao nível dos estudos do comportamento da rede social *Facebook*, conclui-se que na maioria das vezes as redes *online* dos seniores são constituídas pelos amigos “*offline*” e familiares (irmãos, filhos, netos, etc.) (Páscoa, 2012). Por isso, estas pessoas fazem parte das suas vidas “*online*” e proporcionam-lhes uma satisfação pessoal, aumentando a sua qualidade de vida (Páscoa, 2012), embora, na maioria das vezes, assistem de forma passiva, mantendo-se apenas em contacto e monitorizando a informação à distância (Páscoa, 2017).

Ainda, referente ao estudo “Os Portugueses e as Redes Sociais 2018” (Marktest, 2018), os dados globais revelam que o principal fator de adesão à rede social *online* mais utilizada é o manter o contacto com pessoas que estão longe (57%), seguindo-se o facto de que a maioria das pessoas que conhecem se encontrarem nesses *sites* (35,4%), o poder partilhar pensamentos, comentários, opiniões, vídeos e fotos (35,1%), consultar pensamentos, comentários, opiniões, vídeos e fotos de outras pessoas (32%), fortalecer laços de amizade com os seus amigos/conhecidos (29,7%) e estar melhor informado (26,7%).

Também, o estudo de Ellison et al. (2007) sobre os benefícios do *Facebook* junto dos jovens, converge nos dados anteriormente referidos, em que o principal fator de adesão às redes sociais *online* está relacionado com o manter o contacto com pessoas que estão longe, seguindo-se o manter relacionamentos já existentes e o entretenimento através da partilha de opiniões, fotos, vídeos e informação.

Num estudo sobre a análise de género e a utilização do *Facebook* junto de estudantes internacionais no Havai, Kim (2014) revela que as mulheres o fazem para manter relacionamentos existentes e para passar o tempo e divertirem-se, enquanto os homens pretendem desenvolver novos conhecimentos ou conhecer novas pessoas. As análises de género são pouco evidenciadas nos trabalhos de investigação, especialmente, no segmento sénior, pelo que, considerando a diferenciação de interesses sociais dos géneros nesta fase das suas vidas, e dependendo da situação familiar em que se encontrem, o género deve ser considerado um dos fatores sociodemográficos a ponderar em investigações futuras.

Tal como no estudo da Marktest (2018), igualmente, um dos principais fatores motivacionais dos seniores é, em estudos recentes no nosso País sobre os seniores e o uso das redes sociais *online*, a necessidade de se relacionarem com os seus contactos que se encontram distantes (Coelho, 2016, 2019; Páscoa, 2017), nomeadamente, com familiares, e, em particular, com os netos; o que nos leva a algumas interpelações: Será que as redes sociais *online* que mais utilizam estão associadas à influência destes? Sendo o *Skype* e o *WhatsApp* redes que permitem a videochamada, ou seja, um contacto visual e maior proximidade, porque não têm tanta expressão neste segmento? Será que a atitude dos seniores em relação à utilização das redes sociais *online* é mais passiva por não terem a percepção dos seus benefícios?

Sabe-se que à medida que a população envelhece, as suas necessidades são cada vez mais importantes para si, e hoje são pessoas cada vez mais ativas, saudáveis e com interesses em novas experiências. Segundo Solomon (2002), existem três valores muito relevantes para o consumidor sénior: a autonomia, a conexão e o altruísmo. A autonomia, porque querem ser autossuficientes e terem vidas ativas; falamos de conexão, pelo facto de valorizarem os elos de ligação que têm com os familiares e amigos; e o altruísmo, por serem indivíduos que querem dar algo em troca para o mundo, preocupando-se também com causas sociais.

O mundo da *internet* possibilita aos seniores “(...) viver outra vida, de se ancorar em outra realidade e de conhecer outras pessoas. Dialogar, sair do isolamento, sentir-se ativo são, então, sensações positivas que impulsionam os idosos para práticas digitais sociais e coletivas.” (Alava & Moktar, 2012, p. 191).

Com foco na exclusão social, o estudo de Alves (2015) sobre os seniores e a sociedade em rede revela que os sinais de sociabilização são mais fortes nos seniores que usam as redes sociais *online*, porque ao passarem mais horas na *internet* sentem-se melhores consigo, com a sua vida e estão menos vezes sós, têm mais acesso à cultura e à informação, o que leva também a que socializem mais porquanto vão com mais frequência ao cinema, teatro, museus e exposições de arte, praticam desporto e valorizam e participam em ações de voluntariado.

Com isto, faz todo o sentido perceber, aprofundar o conhecimento nesta área sobre a realidade em Portugal no segmento +65 anos, saber o que motiva os indivíduos deste segmento e quais os fatores que os levam a fazer parte da sociedade em rede, que redes sociais *online* mais utilizam, como fazem estas parte do seu quotidiano e em que contribuem para o seu capital social.

Esta é uma geração cada vez mais ativa, quer em termos sociais, como económicos e culturais. E, é neste sentido, focados na revisão da literatura como ponto de partida, que se almeja na nossa pesquisa dar resposta às seguintes perguntas de investigação:

As redes sociais online têm um papel ativo no capital social dos seniores?

Como contribuem para um envelhecimento ativo dos seniores em Portugal?

Pretende-se ir um pouco mais além dentro da contextualização dos conceitos de capital social, e perceber que tipo de redes, interações e conteúdos fazem parte do mundo *online* dos seniores em Portugal, e se as redes sociais *online* em que participam influenciam positivamente a sua vida e o seu comportamento social, contribuindo para o aumento do seu capital social, uma maior inclusão social e um menor sentimento de solidão.

3.4. Benefícios e obstáculos no uso das redes sociais *online* pelos seniores

Vivemos com uma visão estereotipada de que os “imigrantes digitais” aprendem a adaptar-se ao ambiente tecnológico e não se conseguem igualar à forma como os “nativos digitais” usam as TIC (Prensky, 2001). Porém, as atividades *online* podem “(...) desencadear consequências *offline* nos níveis individual, grupal ou societal, que poderão ser entendidas como negativas ou positivas, difusas ou específicas. Logo, não existe uma forma linear e mecanicista de analisar consequências sociais e individuais da *internet*” (Cardoso & Lapa, 2015, p. 33).

Por isso, acredita-se que nesta investigação podemos auferir de forma empírica que no uso das redes sociais *online* por parte dos seniores há não só uma adaptação tecnológica que facilita a utilização, mas também que as suas práticas *online* se devam à sua percepção dos benefícios e dos obstáculos entre as várias subculturas existentes.

Aprofundando os aspectos relacionados com os benefícios e obstáculos no uso das redes sociais *online* pelos seniores, partimos do ponto de vista de Helsper (2008, 2009, 2012) em que o uso, o acesso, as habilidades e as atitudes são os quatro fatores essenciais a ter em consideração e que levam os seniores a utilizar as novas tecnologias da comunicação.

Como benefícios, os seniores consideram que as redes sociais *online* fazem parte do seu quotidiano, para se conectarem com os familiares e amigos que lhes trazem apoio social e para fins de lazer (Quan-Haase et al., 2017; Teng & Joo, 2017; Vilte et al., 2013).

O computador normalmente é considerado uma ferramenta difícil e complicada de usar (Lehtinen et al., 2009), por isso devemos ponderar outros instrumentos como os *smartphones* e os *tablets* como dispositivos tecnológicos que permitem o acesso às redes sociais *online* (Quan-Haase et al., 2017). Em termos de habilidades e hábitos de uso, esta geração está acostumada a utilizar as chamadas de telefone, as mensagens e o *e-mail* para comunicar (Lehtinen et al., 2009). Mas, mesmo ao nível da utilização do telemóvel, existem diferenças de comportamento de utilização nesta geração. Lee (2007) definiu três tipos de utilizadores seniores: os que usam as funcionalidades globais incluindo a *internet* – os exploradores –, os que apenas realizam as funções básicas como chamadas, mensagens e agenda – os básicos –, e os que apenas recebem e fazem chamadas – os minimalistas.

Se por um lado, os comportamentos de usabilidade da tecnologia por parte dos seniores são significantes em termos de análise, por outro, e não menos relevante, são, também, as suas atitudes perante a tecnologia e os novos *media* sociais.

Todavia, fundamentando que os principais obstáculos da utilização das redes sociais *online*, por parte dos seniores, é a falta de confiança nas suas habilidades e as suas atitudes sobre preconceitos associados à utilização das redes sociais *online*, isto conduz à falta de percepção sobre as vantagens que

estas redes lhes podem trazer para o seu bem-estar social (Christodoulatos et al., 2016; Helsper, 2008; Lehtinen et al., 2009; Neves, 2015).

Para superar os obstáculos, a ajuda dos familiares e amigos, por vezes, são a solução (Karahasanovic et al., 2009; Coelho, 2019), quer por estarem nestas redes e serem um incentivo a que também façam parte delas, quer pela forma como as relações intergeracionais acabam por motivar os seniores a acompanhar as atividades dos seus netos, familiares e amigos, acabando por compartilhar os momentos da sua vida. A diminuição das distâncias geográficas é uma outra causa determinante, que, através das comunicações via *e-mail*, *Skype* e de *Messenger*, permite a aproximação, por isso, na atualidade, os seniores continuam a ser pessoas que vivem em rede e ativas (Quan-Haase et al., 2017), e quando entendem os benefícios e a utilidade das redes sociais *online* valorizam e tornam-nas um hábito no seu dia a dia (Baugess, 2015).

Como é natural, se explorarmos estas estratégias de conexão com o capital social apercebemos que as redes sociais *online* participam positivamente no capital social *bonding*, pois os laços fortes que fazem parte das suas redes (familiares e amigos) são mantidos e reforçados, sendo que através da sua rede de amigos e familiares acabam por conhecer novas pessoas (laços fracos) que, por vezes, se tornam em encontros pessoais e em auxílio e ajuda, alargando os seus laços sociais e contribuindo para um aumento do capital social *bridging* (Ellison et al., 2009, 2011).

Todavia, os seniores são mais motivados a manter relacionamentos emocionalmente relevantes para eles, porque, sendo um grupo socialmente isolado procuram mais reforço nas suas ligações com a família do que em fazer novos conhecimentos (Lindley et al., 2008, 2009). Assim, será pertinente observar as redes sociais *online* que utilizam, o número de contactos e as tipologias dos contactos, na medida em que, similarmente, há estudos que aportam os efeitos psicológicos positivos, com o envolvimento das redes sociais *online* na vida das pessoas, particularmente, ao nível da percepção, do companheirismo e da qualidade de vida (Ellison et al., 2007; Khalaila & Vitman-Schorr, 2017; Oh et al., 2014).

Boyd e Ellison (2007) referem que as redes sociais *online* englobam três componentes fundamentais: o perfil construído pelo utilizador que é público e semipúblico; as conexões com outros utilizadores no mesmo sistema; e a facilidade de poder visualizar as suas conexões, bem como as que são feitas por outros. Neste quadro, significa que, com as conexões que são feitas *online*, se podem gerar contactos posteriores *offline*, sendo certo que as dimensões de capital social *bridging* e *bonding* estão assentes na percepção que as pessoas têm destas vantagens (Ellison et al., 2010; Steinfield et al., 2012).

Para além dos fatores ligados ao relacionamento social dos seniores e outros anteriormente enumerados (ponto 3.2), os motivos que levam as pessoas a fazer parte das redes sociais *online* são a procura de informações de interesse e o lazer ao nível dos conhecimentos que se partilham sobre a

atualidade e os seus contactos (Kim et al., 2016; Cardozo et al., 2017; Páscoa, 2012). Desta forma, interpreta-se que as redes sociais *online* são um meio de superar a solidão, aumentar a sensação de controle e autoeficácia e manter os vínculos sociais (Burke et al., 2011; Cardozo et al., 2017; Leist, 2013).

Segundo o estudo de Díaz-Prieto & Gacía-Sánchez (2016, p. 680) a seniores espanhóis com mais de 55 anos utilizadores de ferramentas web 2.0, o uso das redes sociais *online* “diminuiu com a idade, aumentou com o nível de instrução e variou de acordo com o sexo”. Os autores validaram que as principais barreiras da não utilização se deviam à falta de interesse por não percecionarem os benefícios para si, à falta de treino, de meios ou custos da tecnologia e às dificuldades com as próprias ferramentas, como a acessibilidade e usabilidade, bem como os problemas de confidencialidade e privacidade.

Acredita-se que diferentes níveis de utilização estão também associados à adoção, percepção e utilização das redes sociais *online* e, por isso, para um maior conhecimento da realidade em Portugal devemos refletir e questionar, através da observação das relações de socialização quer com a família e amigos, como de novos conhecimentos, e tentar entender o que veem e porquê, o que pesquisam e partilham, e, assim, compreender em que medida as redes sociais *online* influenciam positivamente o seu capital social.

Capítulo 4 . Envelhecer de forma ativa em Portugal no mundo da globalização digital

Os seniores portugueses são o foco do estudo a que nos propusemos desenvolver face à pertinência evidenciada em capítulos anteriores, pelo que nos pontos seguintes tentaremos conhecer e compreender qual o enquadramento socioeconómico desta população, que políticas de envelhecimento ativo se têm implementado em prol do bem-estar social deste segmento etário e qual a relação existente entre inclusão digital e literacia digital.

4.1. Enquadramento sociodemográfico do segmento sénior

A nível mundial, o relatório Global AgeWatch Index (2015) divulga que o número de pessoas com mais de 60 anos ultrapassa as crianças com menos de cinco anos, e, em 2050, serão mais do que as crianças com menos de 15 anos, significando uma evolução muito rápida do envelhecimento, prevendo-se que em 2050, oito em cada 10 pessoas da população mundial se encontra com idade acima dos 60 anos.

O envelhecimento demográfico é uma realidade dos países desenvolvidos. Segundo dados do Eurostat (2017), 19% da população da União Europeia (UE) tem mais de 65 anos, o que representa quase um quinto da população global, e isto deve-se às taxas de natalidade baixas e ao aumento da esperança média de vida.

Estas projeções apontam para que até 2080 a percentagem de pessoas com mais de 80 anos sejam mais do dobro na Europa, representando 13% da população total, e isto leva-nos a uma estrutura populacional mais envelhecida, associada a uma diminuição de pessoas em idade ativa e um maior número de reformados (Eurostat, 2017), pois apesar da idade da reforma se encontrar, em 2020, nos 66 anos e 5 meses em Portugal, em 2009 a idade média de saída do trabalho encontrava-se nos 61,5 anos (Eurobarómetro 70.2, 2011). Em 2019, a taxa de inatividade de pessoas com mais de 65 anos, em Portugal, que não estavam empregadas, nem desempregadas, era de 88,2% do total do grupo etário (Pordata, 2020a).

Em Portugal, em 2019, a população com mais de 65 anos atingiu os 2,2 milhões de pessoas (Pordata, 2020b) e as projeções apontam para que em 2030 serão cerca de 2,6 milhões e em 2050 representem 32% da população total, ou seja, 3,4 milhões de indivíduos nesta faixa etária (Censos, 2011). E isto deve-se também, como já referimos, aos dados baixos da taxa bruta de natalidade que se situam nos 8,4% (Pordata, 2020c), ao aumento da esperança média de vida para as pessoas com mais de 65 anos, que, em 2018, nos homens é de 17,7% e nas mulheres de 21,0% (Pordata, 2020d), significando também, que na população com mais de 65 anos possuímos uma taxa superior de mulheres como demonstram os dados do INE (Quadro 4.1), em que o número de mulheres é superior em mais de 40% ao dos homens.

Quadro 4.1 - População residente, em 2017, de pessoas com mais de 65 anos por sexo: total por sexo e por região

	Total Homens	Homens 65+	Total Mulheres	Mulheres 65+
Anos	2017	2017	2017	2017
Norte	1 696 115	297 010	1 884 276	410 772
Centro	1 060 130	222 265	1 177 511	310 565
Área Metropolitana de Lisboa	1 326 035	251 071	1 501 479	354 651
Alentejo	344 297	75 452	370 722	104 018
Algarve	210 619	40 814	229 925	52 870
Região Autónoma dos Açores	119 245	14 137	125 328	20 169
Região Autónoma da Madeira	118 636	14 855	135 987	26 317

Fonte: INE - Estimativas Anuais da População Residente, Pordata (2018)

Segundo os dados mais recentes dos Censos em Portugal (INE, 2011), a população com mais de 65 anos era, em 2011, 19,2% da população total, dados que se encontram alinhados com a média dos indicadores da UE, dos quais cerca de 2 milhões se encontra na faixa etária dos 65 aos 79 anos.

Geograficamente, e considerando o território nacional, é de notar no Quadro 4.2 que as zonas onde temos mais pessoas com idade superior aos 65 anos é na região norte, seguindo-se a região centro e a área metropolitana de Lisboa. Contudo, ao se considerar a % da população total em cada região, as zonas mais envelhecidas são o Alentejo (24%), a região Centro (22%) e o Algarve (19%) (Pordata, 2015).

Quadro 4.2 - População residente segundo os Censos de 2011: total e indivíduos com mais de 65 anos

	Total	65+	% da população total por região
Anos	2011	2011	2011
Norte	3 689 682	631 439	17%
Centro	2 327 755	521 750	22%
Área Metropolitana de Lisboa	2 821 876	513 842	18%
Alentejo	757 302	182 988	24%
Algarve	451 006	87 769	19%
Região Autónoma dos Açores	246 772	32 378	13%
Região Autónoma da Madeira	267 785	39 898	15%

Fonte: Pordata (2015)

Com base nos Censos de 2011 (INE, 2011), podemos analisar outro indicador relevante para o nosso estudo, o número de pessoas com mais de 65 anos que vivem sozinhas ou acompanhadas de outros idosos, cujos dados revelam que 59,6% da população idosa vive só (400 964) ou em companhia de outros idosas (804 577).

As regiões onde existe maior percentagem de idosos a viver sozinhos são Lisboa (22%), Alentejo (22%) e Algarve (21%), encontrando-se as taxas mais baixas no Norte (17%) e na Região Autónoma dos Açores (17%) (Figura 4.1).

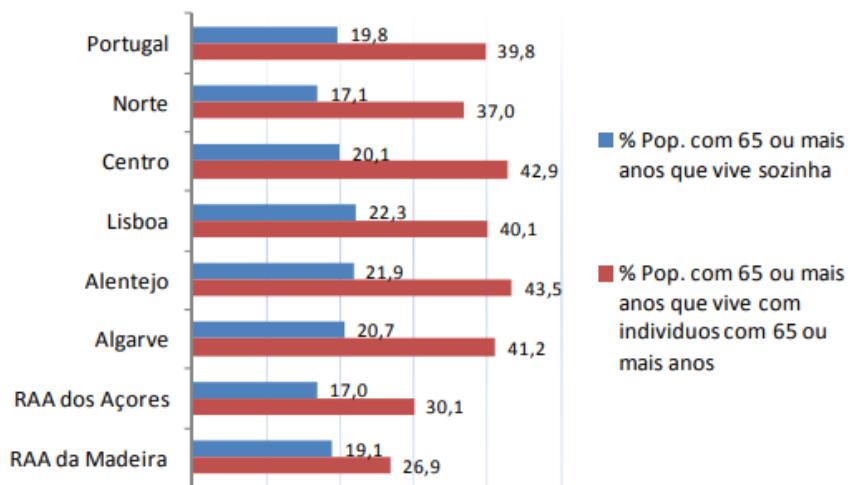


Figura 4.1 - Percentagem da população idosa que vive sozinha ou exclusivamente com pessoas com 65 ou mais anos, por NUTS II
Fonte: INE, Censos 2011

Os índices de envelhecimento de 153,6% e de longevidade de 48,6% (Pordata, 2017) refletem os indicadores de que a esperança média de vida de um sénior atualmente é maior, encontrando-se, em 2017, nos 80,8 anos (Pordata, 2017). Assim sendo, novos desafios surgem para a nossa sociedade e para as estratégias políticas, económicas e sociais do País.

Os dados estatísticos enumerados anteriormente suportam a nossa reflexão de que a percentagem de pessoas com mais de 65 anos, bem como os que vivem sós não é homogénea em todo o território nacional. Pondera-se que estamos perante realidades distintas quando se analisam os grandes centros urbanos e as zonas mais rurais, bem como deverá ser interpretada a temática do isolamento social, da solidão e mesmo do envelhecimento ativo ou do capital social.

Socialmente isoladas, as pessoas idosas são mais propensas a sofrer de solidão e de depressão, consideram-se excluídas da sociedade e correm o risco de declínio cognitivo e físico, tal como de mortalidade precoce (Neves, 2017; Tilvis et al., 2011; Cavalcanti et al., 2016).

Um dos indicadores da vida social da população sénior é o “Índice de Atividades de Lazer” onde se privilegiam: “conversar com os amigos”, “ver televisão” e “passar”, sendo que estas atividades se relacionam com as suas condições físicas, psicológicas e ambientais (Martins, 2016; Martins & Santos, 2008). E o que leva os seniores a fazerem parte de grupos e a conviver é o facto de poderem compartilhar conhecimentos, alegrias e tristezas, no fundo, a satisfação de estar com os outros (Valer et al., 2015).

Perante as doutrinas sociológicas, viver mais e com melhores condições é considerar haver uma relação direta entre diversos fatores sociodemográficos que ao longo da vida nos vão proporcionando bem-estar social e nos vão dando a oportunidade de desenvolver a aprendizagem e contribuir para um envelhecimento ativo.

4.2. Políticas de envelhecimento ativo e de bem-estar social

A idade da reforma é um marco importante na vida dos seniores, para além de se perder o seu desempenho profissional, desfazem-se as suas relações sociais, alteram-se comportamentos e estilos de vida, pois ao longo de anos, a vida destas pessoas centrou-se na família e no trabalho (Afonso, 2015; Monteiro, 2015; Rosa, 2010). Contudo, outros fatores podem afetar este ciclo de vida como são: a viuez, a degradação das condições físicas e cognitivas, que diminuem a sua capacidade de autonomia (Cardoso, 2014b).

Por isso, o envelhecimento é uma etapa da vida em que se relacionam diferentes aspectos: cronológicos, biológicos, psicológicos e sociais. Estas interações estão relacionadas com as condições culturais em que cada indivíduo está inserido, que diretamente dependem de condições históricas, políticas, económicas, geográficas e culturais, e que produzem diferentes representações sociais do envelhecimento (Schneider & Irigaray, 2008).

A forma como cada um envelhece está relacionada com as suas redes, a família, os amigos, os vizinhos e a própria comunidade, e como estas podem contribuir para a sua integração social e para o seu envelhecimento ativo (Afonso, 2015; Cabral et al., 2013; Fonseca, 2004).

No estudo “O envelhecimento na atualidade: aspectos cronológicos, biológicos, psicológicos e sociais” (Schneider & Irigaray, 2008, p. 586), os autores referem que “o processo de envelhecimento é uma experiência heterogênea, vivida como uma experiência individual” e sustentam a afirmação referindo Helen Bee que argumenta que o processo do envelhecimento se desenvolve através da experiência vivida como uma experimentação individual, ou seja, a autora defende que o envelhecimento difere de pessoa para pessoa, o que quer com isto afirmar, que existem indivíduos com 65 anos que podem apresentar alguma incapacidade ou doença que os limitam, e outros, que aos 85 anos são bastante ativos.

Cabral e Ferreira (2014, p. 11) referem que: “Viver mais significa também estar mais exposto a doenças crónicas, assim como ao declínio das redes pessoais e sociais”. É, neste sentido, que existe uma preocupação das organizações em promover o envelhecimento ativo.

A OCDE (1998, p. 92) define o envelhecimento ativo como “(...) a capacidade de as pessoas que avançam em idade levarem uma vida produtiva na sociedade e na economia”.

A Organização Mundial de Saúde (OMS) ao longo dos anos tem desenvolvido políticas de envelhecimento ativo. Em 2002 definiu os três pilares da estrutura política para o envelhecimento ativo, a participação, a saúde e a segurança; e, em 2007 promoveu as áreas consideradas relevantes para a cidade amiga do idoso. Mais recentemente, tem-se focado em como o envelhecimento é valioso e um desafio para cada pessoa e para a sociedade, considerando cinco objetivos estratégicos para o período 2016-2020. Centrada no envelhecimento saudável salienta o “Compromisso com a ação sobre o envelhecimento saudável em todos os países e o Desenvolvimento de ambientes favoráveis para os idosos”. No âmbito da saúde e assistência social define “Alinhar sistemas de saúde às necessidades das populações mais velhas e o Desenvolvimento de sistemas sustentáveis e equitativas para a prestação de cuidados de longa duração”. E como objetivo estratégico final “Melhorar a medição, monitorização e pesquisa sobre o envelhecimento saudável” (OMS, 2002; OMS, 2007; OMS, 2017).

A Comissão Europeia (CE) tem tido o seu papel intervintivo e defende que o envelhecimento ativo deve ser uma estratégia de envelhecer de forma saudável, e para tal é preciso desenvolver um conjunto de iniciativas que englobem:

A educação e a formação ao longo da vida; o prolongamento da vida activa; o adiamento da entrada na reforma e, mais progressivamente, por conseguir que as pessoas idosas se tornem activas durante a reforma e realizem actividades que reforcem as suas capacidades e preservem a saúde. (CE, 2002, p. 6).

Para a CE (2014), o envelhecimento é um desafio comum da sociedade e dá prioridade ao tema no âmbito da Estratégia Europa 2020, em que aconselha a intervenção política nos domínios do emprego, da saúde, das pensões, da educação, da investigação, da inovação e das TIC, entre outros.

Alinhado com as diretivas da CE, o Ministério da Saúde apresentou em julho de 2017, a Proposta do Grupo de Trabalho Interministerial (Despacho n.º12427/2016) referente à “Estratégia Nacional para o Envelhecimento Ativo e Saudável 2017-2025”, onde defende linhas orientadoras de ação e medidas estruturadas a partir de quatro Eixos Estratégicos: a Saúde, promovendo “iniciativas e práticas que visem reduzir a prevalência, adiar o aparecimento e controlar o agravamento e o impacto das doenças crónicas e da redução das capacidades físicas e mentais nas pessoas idosas e potenciar a sua autonomia”; a Participação na “Promoção da educação e formação ao longo do ciclo de vida incluindo estratégias de promoção da literacia em saúde” e o “incentivo à criação de ambientes físicos e sociais protetores e potenciadores da integração e da participação das pessoas idosas na sociedade e nos processos de decisão que afetam a sua vida”; a Segurança com “apoio a iniciativas e práticas que visem minimizar riscos e promover o bem-estar e a segurança das pessoas idosas”; e a Medição, Monitorização e Investigação com “Promoção da investigação científica na área do envelhecimento ativo e saudável, potenciando o levantamento de necessidades, o desenvolvimento, monitorização e avaliação de intervenções e a disseminação de boas práticas e da inovação” (CE, 2014, pp. 20-37).

De facto, no seu estudo sobre “O Idoso e a Resinificação Emocional do Lazer”, Gáspari e Schwartz (2005) concluem que existe uma maior consciência deste segmento na importância de adotar hábitos saudáveis de alimentação, fazer exercício físico regular, de se inserir em programas de valorização e de convívio social e de procurar atividades que preservem e melhorem a sua vida, saúde e bem-estar.

A percepção por parte dos seniores sobre envelhecimento ativo está relacionada com a saúde física, atividades de lazer e sociais, a saúde mental e as relações e contactos sociais (Bowling, 2008).

O programa do Ano Europeu do Envelhecimento Ativo e da Solidariedade entre Gerações, em 2012, impulsionou várias iniciativas dirigidas aos seniores como: “Programa Nacional para a Saúde”, o “Turismo Sénior”, “Universidades Seniores”, o portal “Idade Maior”, no fundo pretendeu-se promover a participação social através do convívio e da distração (Pereira, 2015), mas aquilo com que nos deparamos é que esta realidade não é comum para todos os seniores. Para além de como já vimos, existirem meios urbanos e rurais com características diferentes, também os seniores têm ciclos de vida diferentes associados a experiências de vida e a fatores sociodemográficos, como sexo, idade, escolaridade e recursos económicos (Jiménez et al., 2013).

As pessoas mais velhas cujas redes sociais faltam têm um risco maior de sofrer de depressão ou de outros distúrbios psicológicos, como Forsman (2012) argumenta de forma empírica em “The Importance of Social Capital in Later Life”. E, apesar da maioria das políticas de envelhecimento ativo em Portugal estarem direcionadas para a saúde e lazer, na nossa perspetiva isso não chega, atendemos fundamental a relevância do capital social para manter a saúde mental e o bem-estar, ou seja, é importante apoiar e manter as redes sociais e as relações interpessoais que os indivíduos mais velhos têm e incentivar ao desenvolvimento de novos contatos sociais.

Como já vimos, o envelhecimento ativo e o bem-estar social dos seniores estão associados a áreas interdisciplinares distintas, e Gomes (2014) no artigo “A temática do envelhecimento na investigação sociológica em Portugal: que produção?” conclui que existem diversos projetos de investigação sobre a temática do envelhecimento, não só na área da sociologia, mas também nas ciências naturais, nas ciências sociais e tecnologias. Daí podermos dizer que existem áreas transversais às políticas de saúde, económicas e culturais que contribuem para o envelhecimento ativo e bem-estar social dos seniores.

De facto, o envelhecimento é uma realidade para todos nós, mas também é verdadeiro que não é igual nem vivido da mesma maneira, nem ao mesmo tempo para todos os indivíduos e existem formas de desenvolvimento intelectual ao longo da vida (Alcobia, 2012), que se refletem no envelhecimento ativo e saudável, até como forma de inclusão social, combatendo a solidão e valorizando as relações de sociabilidade.

No âmbito da “Estratégia Nacional para o Envelhecimento Ativo e saudável 2017-2025” (EAPN, 2017) realça-se a importância da aprendizagem ao longo da vida e neste sentido o plano dá relevância

ao incentivo e à divulgação de oportunidades de educação e formação, ao nível de projetos intergeracionais, para as pessoas idosas, nomeadamente, ao nível da literacia digital.

Ainda, e em modo de conclusão, em todos estes programas, Portugal evidencia políticas intergeracionais e o capital social dos seniores não tem sido uma prioridade nas políticas de intervenção económica e social. Como é exemplo, as relações intergeracionais são importantes para a aprendizagem ao longo da vida, onde a partilha de habilidades, conhecimentos e valores ajudam a desenvolver o capital social e a coesão social em sociedades envelhecidas (Ferreira, 2017).

Acreditamos que combater a exclusão digital é investir na inclusão social. O isolamento social e a solidão são os principais fatores de risco apontados para a população sénior e que contribuem para a diminuição da autoestima e de interação social, nomeadamente ao nível da família, dos amigos e da participação social (Freitas, 2011; Newall & Menec, 2017; Teixeira, 2010), e o seu acesso às redes sociais *online* vai permitir o contacto com os familiares, amigos e conhecidos, e a desenvolverem novas conexões (Blit-Cohen & Litwin, 2004; Loureiro & Barbas, 2014; Páscoa, 2017; Vroman et al., 2015).

4.3. A relação entre a inclusão social e a literacia digital

A sociedade atual é movida pela técnica, as tecnologias trazem alterações na forma como conhecemos e percecionamos o mundo, tanto como apreendemos o conhecimento (Levy, 2004), como comunicamos e interagimos socialmente (Quan-Haase & Wellman, 2004; Castels, 2012).

Os telemóveis, os *smartphones*, os *tablets* e os computadores são ferramentas que fazem hoje parte do nosso quotidiano e que nos permitem pertencer a um mundo global, tal como Cardoso et al. (2007) abordam os telemóveis como “artefactos sociais”, porque:

Enquanto meio de comunicação, eles suportam a relação com o outro. Mas para além disso, a prática comunicativa através do telemóvel é influenciada pelo contexto social em que este é utilizado e, ao poder ser activado a partir de qualquer parte e a qualquer momento, o telemóvel passou a assumir também um papel social activo também. (Cardoso et al., 2007, p. 1).

A indústria das TIC é um dos setores que mais evolui, e que trazem muitas mudanças para a economia e para a sociedade, porém estamos perante um grande paradigma, se por um lado, todos estes “artefactos sociais” sofrem uma evolução rápida, por outro, cerca de 30% dos cidadãos europeus nunca usaram a *internet*, onde a grande maioria representada são as pessoas com mais de 64 anos (Hammerbauer, 2015).

Dados referentes a 2017, com base numa amostra com idades compreendidas entre os 16 e os 74 anos, do “Digital Economy and Society: Households and individuals” (Eurostat, 2018), 87% dos lares dos cidadãos europeus têm acesso à *internet* e em Portugal são 77%. Os dados são animadores, ainda segundo este relatório houve um crescimento significativo na utilização de computadores e

dispositivos portáteis de 2012 (21%) para 2017 (58%), sendo que a taxa de utilização da *internet* para participação em redes sociais *online* em Portugal é, em 2017, de 56%, ligeiramente superior à média europeia (54%) (Eurostat, 2018).

Porém, quando se abordam os indicadores sobre a utilização da *internet* por parte dos indivíduos e as suas competências digitais face ao ano anterior, a percentagem das pessoas que não utilizam a *internet* decaiu em 2017 na maioria dos países, nomeadamente, em Portugal (23%). As razões evocadas pelas pessoas pelo não uso referem-se, 46% à falta de necessidade ou interesse, 43% por falta de competências e 32% face aos elevados custos de acesso e equipamentos (CE, 2018c).

Embora as taxas de utilização da *internet* tenham aumentado, ainda assim, 4 em cada 10 pessoas não utilizam a *internet* regularmente e as pessoas com baixos níveis de educação e rendimentos, tal como os idosos e aposentados ou inativos, são os usuários com menos atividade, por isso, segundo o relatório “Human Capital Digital Inclusion and Skills”, estas pessoas possuem um risco elevado de exclusão digital (CE, 2018b).

E, como refere o “Digital Agenda for Europe” (2014), a economia global está a mudar a grande velocidade e na era digital os países têm de se antecipar e adaptar à inovação, às competências e aos mercados para poderem crescer.

Por isso, a Comissão das Comunidades Europeias lançou, em 2007, a iniciativa i2010 – Plano de ação no domínio das “Tecnologias da Informação e das Comunicações e Envelhecimento”, em que defende a relevância das TIC no envelhecimento, não só como uma necessidade social, mas também, como uma vantagem económica, pois a sociedade da informação em que atualmente se vive pode permitir que os seniores permaneçam socialmente ativos, bem como participem de forma plena na aquisição de bens e serviços que hoje a economia *online* permite, contribuindo para gerar benefícios para as empresas e, consequentemente, para a economia.

Para fazer face a este desafio, também Portugal desenvolveu uma ação integrada de política pública para reforçar as competências digitais - “Portugal INCoDe. 2030”, uma iniciativa do Governo lançada em 2017, que se enquadra em cinco pilares de ação: Inclusão, Educação, Qualificação, Especialização e Investigação. Porém, ao nível destas políticas, apenas a inclusão se traduz em assegurar o acesso equitativo às tecnologias digitais a toda a população para obtenção de informação, comunicação e interação.

Com base nestas análises defendemos que, no segmento +65 anos, para além do acesso às tecnologias, é sem dúvida essencial o foco no desenvolvimento de uma maior literacia digital.

No âmbito da “Estratégia Nacional para a Inclusão e Literacia Digitais (2015-2020)”, a Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), tem-se focado em fomentar as TIC junto dos idosos, adultos com baixos níveis de escolaridade e pessoas inativas com baixas qualificações profissionais, através da “Rede TIC e a Sociedade”, uma plataforma à escala nacional que envolve “regiões, cidades, autarquias,

decisores políticos, empresas, organismos públicos, academia, Instituições de solidariedade social, organizações não-governamentais, os *media*, educadores, aprendizes e cidadãos para a participação pró-ativa na redução do fosso digital” (FCT, 2014).

O acesso às novas TIC permite, depois da idade da reforma, não só a ocupação do tempo livre, mas também o acesso às redes sociais *online* como uma forma de proporcionar o convívio social, e efetuar novos contactos e na busca do conhecimento que irá contribuir para manter a aprendizagem ao longo da vida, e, até mesmo, criar novos hábitos de vida (Carmo & Zazzetta, 2016); por isso, para que tudo isto seja possível, é fundamental a literacia digital. Todos os dias surgem novos dispositivos, aplicações e *widgets*, pelo que urge a necessidade de dotar os seniores com competências ao nível da literacia digital, da utilização das redes sociais *online*, de ferramentas de comunicação *online*, fazendo ressalva aos benefícios que podem ter na sua vida social e no aumento do seu capital social.

As Universidades da Terceira Idade (UTI'S), organizações da sociedade civil associadas à RUTIS - Rede de Universidades Seniores (RUTIS) e algumas Câmaras Municipais, acabam por ter um papel ativo junto da população sénior e contribuem para a melhoria da qualidade de vida. Igualmente, são uma resposta social que promove o convívio e o bem-estar físico e psíquico dos indivíduos (Carvalho & Silva, 2015; Chau et al., 2012; Jacob, 2007; Rebelo, 2014).

Em Portugal, algumas das atividades desenvolvidas nas UTI's, fundamentalmente, as aulas de informática, têm por objetivo reforçar as competências digitais e, essencialmente, ao nível do capital humano e dos níveis de utilização da *internet*. As TIC podem ser mediadoras no relacionamento entre as pessoas permitindo a inclusão social e por sua vez a integração na sociedade (Páscoa & Gil, 2017).

Outros autores afirmam (Páscoa et al., 2017; Pocinho, 2014; Varela, 2012), com base em estudos desenvolvidos com indivíduos que frequentavam as UTI's, que estas têm sido um contributo para a aprendizagem das TIC, com impactos positivos não só ao nível da inclusão digital dos seniores, mas também do bem-estar mental (memória e capacidades intelectuais), do bem-estar social (promoção da comunicação e diminuição da solidão) e do bem-estar multidimensional (promovendo positivamente o Envelhecimento Ativo).

Em suma, as TIC, e acreditamos que também as redes sociais *online*, são o elo de comunicação ao permitir a interação entre as pessoas, levando à participação em grupos, ao estabelecimento de novos contactos e à pesquisa de informação, proporcionando conhecimento e até criando hábitos novos na vida quotidiana. Para Lin et al. (2016) as redes sociais *online* são facilitadoras na superação das distâncias geográficas e temporais e possibilitam a procura de apoio social *online* em três dimensões: no suporte informativo, no apoio emocional e na gestão da rede. Todavia, para os autores, o peso de cada dimensão varia com a variável sexo.

O tema do acesso ao mundo digital e da globalização disponível para todos é uma preocupação que tem vindo a emergir também em Portugal e, nos últimos anos, vários organismos públicos e privados têm-se associado e adotado alguns projetos interventivos.

Em 2017 surgiu em Portugal o MUDA, promovido por várias empresas nacionais, universidades, associações e pelo Estado Português. Este movimento tem por objetivo incentivar a participação dos portugueses no espaço digital, reduzindo o número de pessoas que nunca acederam à *internet* e aumentando o nível de competências do atual número de utilizadores. As áreas estratégicas de atuação do MUDA para a promoção de acesso à *internet* junto dos portugueses assentam em nove pilares: acesso, comércio, comunicação, literacia, etiqueta, legislação, liberdade, saúde e segurança. Como refere no *site* institucional, o seu principal campo de atuação é o desenvolvimento, implementação e comunicação de ações enquadradas nestes pilares de atuação, por forma a chegar às pessoas a nível nacional (MUDA, 2019).

Na nossa perspetiva, atendendo a que a noção de capital social se associa ao conceito de cultura de redes estabelecidas por laços fortes e fracos, a adoção das novas TIC e da *internet* permitem aos seniores a conexão com os seus laços sociais e outros grupos de interesse, e uma das principais razões pelo não uso se deve à falta de interesse (Díaz-Prieto & Gacía-Sánchez, 2016; Helsper, 2009), posto que se torna relevante estudar os usos, as motivações e as atitudes dos seniores perante a utilização e não utilização das novas TIC, nomeadamente, das redes sociais *online*.

Neves et al. (2015) afirmam que dos fatores sociodemográficos, apenas o nível de instrução influencia, significativamente, o uso ou não uso da *internet*, enquanto para a utilização dos telemóveis e do computador tinham influência a idade e o nível de instrução, ou seja, quanto maior for a idade e menor o nível de instrução, menor é a probabilidade de os seniores utilizarem as novas TIC.

Muitas vezes as pessoas seniores tendem a depender dos seus familiares para os ajudar com as tecnologias, principalmente, com a *internet*, pois a sua utilização requer uma fase de aprendizagem para superar dificuldades técnicas e criar familiarização (Michailidou et al., 2014).

Por isso, destaca-se a pertinência da associação das tecnologias utilizadas pelos seniores, bem como o modo de acesso e usabilidade, no âmbito das investigações atuais, pois são estas as ferramentas que permitem o acesso às redes sociais *online* e cada meio tecnológico tem níveis de acesso e de usabilidade diferentes que podem ser significativos ou ter valores distintos no consumo das redes sociais *online* por parte dos seniores.

Podemos ainda questionar, se no uso das redes sociais *online*, o curso de vida pode estar relacionado com a sua adoção, percepção e utilização. Pelo que se pondera analisar, neste estudo, os diferentes níveis de utilização e como os mesmos influenciam o capital social.

Capítulo 5 . Desenho da pesquisa e metodologia

5.1. Modelo conceptual da investigação

Centrada na dinâmica da inclusão digital dos seniores em Portugal, esta investigação retrata as dinâmicas de utilização das redes sociais *online* pelo segmento +65 anos e para tal definiu-se um modelo conceptual da investigação que permitiu, sustentado na revisão da literatura exposta, desenvolver o plano de pesquisa e de estudo.

O modelo conceptual da investigação (Figura 5.1) relaciona os conceitos que queremos desenvolver por base desta investigação, e como eles beneficiam das redes sociais *online* através da análise dos fatores que influenciam o segmento sénior a usar, a comunicar e a participar no seu dia a dia *online* contribuindo para a sua vida *offline* e, como abordado no capítulo 1, apesar de serem distintas as dimensões de capital social elas inter-relacionam-se e influenciam como um todo o capital social.

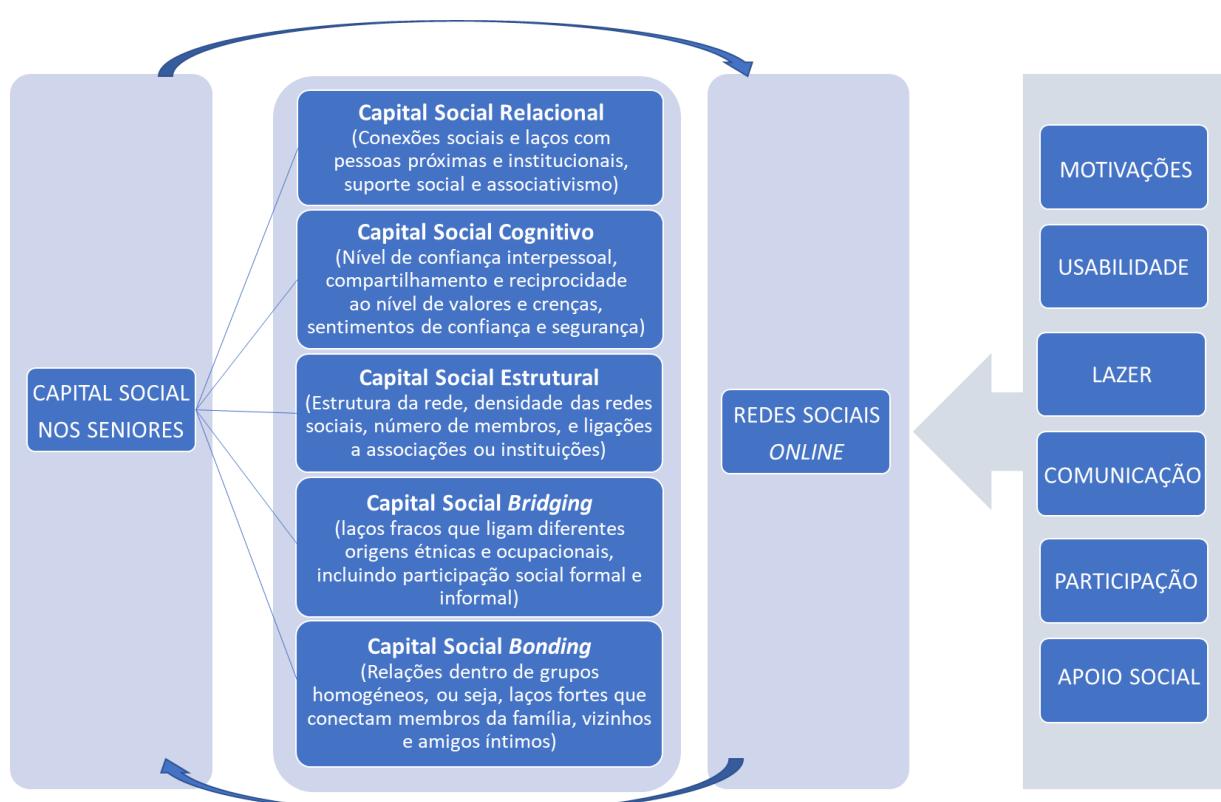


Figura 5.1 - Modelo Conceptual da Investigação

Ao nível do conceito de capital social, o foco desta investigação centrou-se em cinco dimensões: relational, associada à natureza e qualidade das relações pessoais ao nível da confiança e

confiabilidade e das obrigações e expectativas (Nahapiet & Ghoshal, 1998); cognitivo, que é “a soma do conhecimento compartilhado e da informação possuída em relação aos problemas que o ator ou o grupo de referência enfrentam” (Bertolini & Bravo, 2004), ou seja, está associado aos níveis de confiança interpessoal, ao compartilhamento e à reciprocidade entre os indivíduos da rede (Marteletto & Silva, 2004); estrutural, observando a densidade das redes sociais (Burt, 2000; Granovetter, 1973; Murayama et al., 2012; Putman 2002), percecionando os níveis de ligações entre indivíduos ou grupos de que fazem parte e as posições que ocupam na estrutura de rede que existe; o *bonding* e o *bridging*, ao nível das relações que se estabelecem respetivamente entre os laços fortes e os fracos (Granovetter, 1973; Putman 2002).

Para o estudo das redes sociais *online* e de que forma influenciam o capital social, dividiu-se o campo de análise em seis temas: Motivações, ao nível do uso e de participação; Usabilidade, pela acessibilidade e os meios tecnológicos que o permitem; Lazer, no que diz respeito a como utilizam, se na busca de informação ou através de atividades desenvolvidas ao nível de marcação de eventos; Comunicação, quando nos referimos a formas, tipos, tempos de utilização e funcionalidades; Participação, sobre quem faz parte das redes e de que forma; e, por último, que Apoio Social usufruem e prestam.

Partindo deste quadro conceptual almejamos dar resposta às questões de investigação (ponto 5.2), e demonstrar empiricamente que as redes sociais *online* são um contributo positivo para o capital social dos seniores e que à luz do atual cenário estamos perante “ferramentas” que lhes permitem a sua participação e até intervenção social, o que para eles se torna uma extensão da comunicação interpessoal para um mundo digital global.

5.2. Hipóteses de investigação

Partindo do modelo conceptual da investigação, suportado pela revisão da literatura e a problemática do conceito de capital social nos seniores, desenvolveram-se as hipóteses de investigação partindo das perguntas de partida:

As redes sociais online têm um papel ativo no capital social dos seniores?

Como contribuem para um envelhecimento ativo dos seniores em Portugal?

Estas questões guiaram a análise empírica realizada, sendo que o foco desta tese prende-se em, para além de dar resposta às referidas perguntas, demonstrar e validar, com base no conhecimento científico e desenvolvendo todo um processo sustentado em hipóteses de investigação esquematizadas em cinco campos análise que influenciam o uso das redes sociais *online*: Capital Social Relacional, Capital Social Cognitivo, Capital Social Estrutural, Capital Social *Bonding* e *Bridging* e Fatores Sociodemográficos.

A agenda da pesquisa assume que há uma inter-relação entre as diferentes dimensões de Capital Social e neste sentido parte da exploração da *H1: As redes sociais online potenciam positivamente o capital social dos seniores*. No âmbito desta inter-relação das dimensões de capital social, o facto toma relevância para a percepção de as redes sociais *online* potenciarem, pelas suas características, positivamente o capital social.

Nahapiet e Ghoshal (1998) definem três dimensões de capital social: Estrutural, Cognitivo e Relacional. Enquanto o Estrutural se aplica à estrutura da rede e à sua dimensão; o Cognitivo associa-se ao nível de confiança interpessoal, compartilhamento e reciprocidade de valores e crenças, sentimentos de confiança e de segurança; e o Relacional às conexões sociais e aos laços com pessoas próximas e institucionais, ao suporte social e de associativismo (Claridge, 2018).

Para além do Capital Social *Bonding* e *Bridging*, associados, respetivamente, aos laços fortes e fracos das conexões, considera-se que as três dimensões anteriormente referidas, também têm pertinência para o estudo. Assim, importa observar se estão associadas aos modos de interação dos seniores com as redes sociais *online*, principalmente, quando se remete para a análise dos aspetos de integração social dos seniores no mundo digital, ou, como podem explicar qual o contributo das redes sociais *online* no desenvolvimento do capital social dos seniores e as suas repercussões para minimizar o isolamento social associando-se o sentimento de solidão. Como defendem Marcelino et al. (2016) a qualidade de vida dos seniores aumenta profundamente com o uso das redes sociais *online*, sobretudo, na superação da solidão.

Capital Social Relacional

Quando as análises recaem sobre as conexões e os laços sociais com pessoas próximas ou institucionais, quer como suporte social ou associativismo considera-se apontar dois eixos de intervenção: a manutenção das ligações pré-estabelecidas *offline*, e as relações de intergeracionalidade e o seu papel intervencivo e motivacional na dinamização do uso das redes sociais *online*. Neste sentido, o nosso interesse de investigação direciona-se para as seguintes hipóteses:

H2: As redes sociais online fomentam a manutenção das relações pré-estabelecidas offline.

De facto, se as pessoas com os mesmos interesses se encontram e interagem por forma a superarem o seu distanciamento geográfico através da *internet* (Pervushin, 2015; Vroman et al., 2015), estamos a considerar nesta hipótese que, também, podem utilizar as redes sociais *online* para manter e potenciar os seus contactos da sua vida *offline*. E, Ellison et al. (2007) afirmam que o *Facebook* é usado principalmente para manter o contacto com as relações *offline*. Pelo que esta hipótese deverá ser validada, não só no que diz respeito ao uso do *Facebook* em particular, mas de uma forma mais global, na utilização das redes sociais *online*.

H3: A intergeracionalidade é um fator motivacional para a dinamização das redes sociais online.

Quan-Haase et al. (2017) nos seus estudos concluem que as relações intergeracionais são motivadoras para a participação dos seniores nas redes sociais *online*, para acompanhar à distância e de uma forma presente as atividades dos seus netos, acabando por compartilhar a sua vida. Contudo, na validação desta hipótese, importa, ainda, perceber se os seniores portugueses o fazem de uma forma assistida ou se são dinamizadores e que redes empregam.

Capital Social Cognitivo

Ao nível do Capital Social Cognitivo são abordados os valores de confiança interpessoal, o compartilhamento de crenças e valores sociais, assim como, os sentimentos de confiança e segurança expostos ao isolamento social e à solidão, que do nosso ponto de vista acreditamos e pretendemos validar através das hipóteses:

H4: Quanto maior é a dimensão/densidade da rede social nas redes sociais online maior é a percepção de confiança e reciprocidade.

Segundo Blit-Cohen e Litwin (2004), a conexão com grupos que lhe são semelhantes permitem, bem como a construção de redes diversas na *internet*, aos seniores aumentar o seu capital social, pelo que se considera validar que quanto maior for a dimensão das suas ligações nas redes sociais *online* maior será também a sua percepção de confiança e reciprocidade.

H5: A utilização das redes sociais online faz diminuir o sentimento de solidão nos seniores.

Vosner et al. (2016) defendem que uma das principais motivações que levam os indivíduos com mais de 50 anos a utilizar as redes sociais *online*, quando pesquisam e procuram informação, é reduzir a solidão. Pelo que a nossa orientação é, em termos de investigação, validar esta hipótese ponderando se a redução da solidão é procurada pelo tempo que passam em pesquisas de informação, como forma de distração e entretenimento, ou também nos contactos que estabelecem com a sua rede.

Capital Social Estrutural

No contexto da estrutura social das redes dos seniores, o número de conexões, a densidade da rede nas redes sociais *online* utilizadas e os tipos de ligações que possuem, permitem-nos auferir e medir o impacto do capital social Estrutural, essencialmente, ao nível dos laços fracos, quer como forma de prolongamento da sua vida *offline*, bem como no contributo, manutenção e reforço desses laços, identificando assim as hipóteses:

H6: Os laços fracos que fazem parte das redes sociais online dos seniores incitam ao prolongamento da sua vida offline.

Na validação desta hipótese teremos em consideração o estudo de Catarina Rebelo (2013) que afirma que a utilização do *Facebook* leva os seniores a reencontrar pessoas do passado e que já não veem há muito tempo, acabando por gerar, muitas vezes, encontros *offline*. Acresce, ainda, o facto de

os seniores atualmente serem pessoas bastante ativas que vivem em rede (Quan-Haase et al., 2017), por isso, o partilhar nas suas redes sociais *online* torna-as um acessório da sua vida diária (Baugess, 2015).

H7: O desejo de participar e ser ativo nas redes sociais online contribui para manter e reforçar os laços fracos na sua rede.

As conexões estabelecidas *online* podem gerar contactos posteriores, pelo que esta relação está associada à percepção que as pessoas têm sobre ser uma vantagem (Ellison et al., 2010, Steinfield et al., 2012), tal como as suas principais motivações se centram na procura de informação de interesse, no lazer e no nível de informações que partilham sobre a atualidade e os seus contactos (Cardozo, 2017; Kim et al., 2016; Páscoa, 2012), pelo que se espera, na validação desta hipótese, que quanto maior for a sua atividade social maior será também o número de laços fracos que fazem parte da sua rede social *online*.

Capital Social *Bonding* e *Bridging*

Não desvalorizando a capacidade dos seniores na gestão dos seus laços fortes e fracos nas redes sociais *online* que utilizam, a cogitação passa por compreender como se ligam os laços fracos ao nível da participação social formal e informacional (capital social *bridging*) e como se constituem os laços fortes (capital social *bonding*), se em grupos homogéneos e quem englobam (familiares, amigos, vizinhos e conhecidos das suas atividades diárias). E, para isso, é nossa intenção a validação das hipóteses:

H8: O uso das redes sociais online influencia positivamente o capital social bonding.

O capital social *bonding* está associado aos laços fortes, redes de familiares e amigos, promovendo a confiança e a reciprocidade (Putman, 2000), e as redes sociais, segundo Harper e Kelly (2003), são um apoio social.

Relativamente à *internet*, Neves (2015a) afirma que está associada positivamente ao capital social *bonding*, mas que o mesmo não acontece com o uso dos *sites* de redes sociais *online*, nomeadamente ao nível da utilização do *e-mail* e das mensagens instantâneas.

Como tal, e sendo que as redes sociais *online* têm, igualmente, funções de aproximar as pessoas geograficamente (Pervushin, 2015; Vroman et al., 2015) permitindo estabelecer os contactos com familiares e amigos que fazem parte das suas redes e que estão longe, considera-se pertinente validar esta hipótese tendo em consideração o que acontece em Portugal e percecionar quais os meios tecnológicos mais usados e como se diferenciam em termos de usabilidade.

H9: O uso das redes sociais online influencia positivamente o capital social bridging.

Através dos laços fortes nas redes sociais *online* acabam por se conhecer novas pessoas (laços fracos) que, muitas vezes, se transformam em encontros pessoais e em auxílio e ajuda contribuindo para um aumento do capital social *bridging*, segundo os estudos com jovens e redes sociais *online*

desenvolvidos por Ellison et al. (2009, 2011), por isso, importa validar se o comportamento é semelhante com os seniores.

Ainda, focando os estudos de Neves (2015a) em seniores, o uso da *internet*, das redes sociais *online* e das mensagens instantâneas estão positivamente relacionados com o capital social *bridging*, pelo que é relevante validar esta hipótese no nosso País.

Fatores Sociodemográficos

Partindo de um exame sobre as modalidades de consumo das redes sociais *online* pelos seniores em Portugal e, também, por referência de vários autores e como mencionado na revisão da literatura, esta análise implica perspetivar quais os fatores sociodemográficos (idade, género, índice de escolaridade e estado civil) que estão associados a critérios de uso como: Motivação, Usabilidade, Lazer, Comunicação, Participação e Apoio Social. Como referem Vosner et al. (2016), os fatores com impacto direto ou indireto no uso das redes sociais *online* são o género, a idade e a educação. Considerámos, ainda, o estado civil por estar diretamente relacionado com o facto de a pessoa viver só ou acompanhada e isso poder trazer alguma dimensão nos modos de comportamento e de isolamento social.

Na abordagem a este tópico, e não sendo nossa pretensão desenvolver um estudo aprofundado e à escala nacional para cada um dos fatores, procura-se validar os critérios de uso de forma individualizada ou em conjunto através da validação das seguintes hipóteses:

H10: Existem diferenças de género nas principais atividades utilizadas nas redes sociais online.

Vosner et al. (2016) obtiveram, num estudo desenvolvido na sua pesquisa na Eslovénia, resultados de análise que apontam para a existência de diferenças em termos de utilização, em que os homens usam mais as redes sociais *online* do que as mulheres, contudo também afirmam que comparando com estudos semelhantes na Finlândia os dados obtidos não são os mesmos. Pelo que surge a necessidade da validação desta hipótese permitindo-nos confirmar quais as principais atividades utilizadas e se realmente existe mesmo diferenças de género na utilização das redes sociais *online*. Ainda, Lin et al. (2016) encontraram diferenças de género no uso das redes sociais *online* ao nível do suporte informativo, no apoio emocional e na gestão da rede.

H11: Quanto menor a idade maior a usabilidade das redes sociais online.

Segundo os estudos de Neves et al. (2015) a idade é uma variável relevante para a utilização dos telemóveis e do computador, ou seja, quanto maior é a idade do utilizador, menor é a probabilidade de utilização. Neste sentido, e porque o uso das redes sociais *online* está associado à usabilidade da tecnologia, é importante analisar a relação entre a idade e o nível de usabilidade das redes sociais *online*.

H12: Maior índice de escolaridade maior consumo e atividade nas redes sociais online.

O nível de instrução influui significativamente no uso ou não uso da *internet* e das tecnologias, sendo que quanto menor for o nível de instrução menor é a probabilidade do uso da *internet* e do uso de telemóveis e computadores (Neves et al., 2015). Pelo que, esta hipótese defende que o índice de escolaridade está associado ao uso das redes sociais *online* e defende que um maior nível de instrução das pessoas leva a um maior consumo e atividades desenvolvidas ao nível das redes sociais *online*.

H13: O Estado civil influênci a usabilidade das redes sociais online.

Os fatores sociodemográficos que influenciam o uso das redes sociais *online* são, segundo Jiménez et al. (2013), o sexo, a idade, a escolaridade e os recursos económicos, contudo consideramos nesta hipótese, o estado civil (Cardoso, 2014a) como uma variável que influui na usabilidade das redes sociais *online*, pois se estas permitem a redução da solidão, analisar se o facto das pessoas que vivem sós ou quando ficam viúvas, é por si um fator de motivação para as usarem.

Para concluir e, como complemento à explicitação desta estrutura e organização das hipóteses de investigação, destaca-se que os seniores que estão ligados ao uso social da tecnologia podem usufruir de novas formas de comunicação e interação, nomeadamente:

A conetividade social, promovida pelas novas ferramentas de interação digitalmente mediada, introduz novas modalidades de sociabilidade sem território que se baseiam em *social media* e plataformas de redes sociais estruturadas para promover relações em torno de conteúdos. Neste sentido, os novos “conectores” das redes são os metadados. Portanto, o conceito de capital social deve adaptar-se ao novo ecossistema da comunicação e à paisagem das redes sociais: laços e tipo de capital social no ambiente digital não podem ser estudados do ponto de vista das estruturas *offline*. Os utilizadores estão agora ligados por laços sociais diferentes, em redes de larga escala, que podem ter transformado totalmente a interação social *online* e a formação de grupos na *internet*. (Amaral, 2016, p. 161).

5.3. Fundamentação metodológica

Integrados numa sociedade onde tecnologia predomina, em que o *online* é parte integrante da vida de cada individuo, independentemente das diferentes formas de ser, estar e utilizar, apropriamo-nos da ideia de que não existir ou ter acesso limitado à rede, levando a que as pessoas não possam tirar partido dela, é considerar, como defende Castells (2004), que existem desigualdades e infoexclusão entre os sujeitos (p. 287).

Se, por um lado vivemos no mundo global, por outro estamos integrados digitalmente e socialmente, o que nos transporta para uma realidade dicotómica em que as nossas interações sociais ocorrem *offline* e *online* e estão interrelacionadas com a integração das pessoas de forma individual ou em grupo estabelecendo, mantendo e reforçando os seus laços sociais.

A integração social comprehende-se, assim, a constituição dos laços e a pertença a grupos, quer nas relações entre os indivíduos e conjunto de sujeitos do ponto de vista relacional, como no desenvolvimento do conhecimento comum, do ponto de vista simbólico (Pires, 2012).

Consideramos que as redes sociais *online*, pelas suas características, transformaram a forma como as pessoas socialmente se relacionam e interagem com as suas conexões e com isso contribuem para manter e promover as suas relações sociais e, neste sentido, a integração social, como defende Stefan Agamanolis, em Purcell (2006), os relacionamentos e as interações sociais são o apoio das nossas vidas (p. 47).

Porém, deparamo-nos com desigualdades de acessos entre as diferentes faixas etárias. Segundo os dados da OberCom, no estudo Sociedade em Rede de 2013, cuja investigação decorreu em 2013, no segmento +65 anos, a utilização da *internet* era de 11,8%, e no estudo da ERC de 2015 sobre Públicos e Consumos dos Média, cujo trabalho de campo decorreu entre 20 de setembro e 12 de outubro de 2014, apenas 11,5% da população neste segmento etário utilizava a *internet*. Constatase, assim, ser bastante representativa a exclusão deste segmento na sociedade em rede (cerca de 88% em ambos os estudos). Extrapolando para a dimensão nacional, os dados da Pordata (2017) revelam que a população portuguesa com mais de 65 anos é composta por cerca 2,2 milhões de pessoas, em que apenas cerca de 355 mil pessoas acedem à *internet* (reportando apenas os dados da Pordata (2017) que contemplam apenas os utilizadores de *internet* dos 65 aos 74 anos). Nestas estatísticas não são evidenciadas quantas pessoas que acedem à *internet* utilizam as redes sociais *online*, pese embora que os estudos da ERC (2015) e da Obercom (2013) mencionem ser cerca de metade. Para além de que, segundo os dados dos Censos (INE, 2011), 59,6% dos seniores vivem sozinhos ou em companhia de outros idosos.

A pesquisa em termos metodológicos foi concebida com base numa estratégia de uso de fontes secundárias, essencialmente, resultante da análise dos questionários representativos nacionais (ERC, 2015; OberCom, 2013), cujos dados quantitativos trabalhados estatisticamente nos permitiram chegar a conclusões válidas sobre a população portuguesa e o uso da *internet* pelos indivíduos com mais de 65 anos, bem como os seus hábitos de consumo e as suas motivações de uso.

O plano de pesquisa empírica deste estudo decorreu em duas fases. Na primeira fase foi encetada uma pesquisa descritiva quantitativa recorrendo aos dados recolhidos através de um inquérito por questionário *online*. Considerando os resultados obtidos, partiu-se para a segunda etapa da investigação onde era nosso objetivo obter, através de entrevistas semiestruturadas, inferências relacionadas com o comportamento dos seniores no uso da rede *Facebook*, testando a confluência dos resultados da primeira fase e analisando as diferenças entre os usos numa população que se demonstra heterogénea. Interpretando os dados mapeados por tipologias de rotinas, estados civis diferenciados e atividades diárias, esta última fase da pesquisa levou-nos a compreender a interação

entre laços e cadeias de relacionamentos, permitindo delinear uma estrutura de perfis associados à problemática da pesquisa.

Assim, esta investigação teve como objeto de estudo analisar o segmento sénior utilizador das redes sociais *online* na sua vida quotidiana e entender qual o contributo destas redes para o seu capital social.

Ainda, na fase da pesquisa exploratória, no intuito da procura de dados secundários, estabeleceu-se contacto com as instituições RUTIS e MUDA, através dos seus dirigentes, para auferir de informação sobre o segmento sénior em Portugal que utiliza as redes sociais *online*, sendo este o foco da investigação. Porém, os dados existentes no momento eram restritos às atividades que desenvolvem.

Neste sentido, a metodologia delineada para este estudo teve a pretensão da validação das hipóteses desenvolvidas, bem como de algumas conclusões anteriormente estudadas por outros autores e enunciadas no estado da arte, como é o exemplo de que o *Facebook* é a rede mais utilizada (Ciboh, 2017; Coelho, 2019; Ellison et al., 2007; Jung & Sundar, 2016; Páscoa & Gil, 2012; Rebelo, 2013; Vosner et al., 2016; Vroman et al., 2015). Sendo que se acredita que, face ao forte crescimento das redes sociais *online* e aplicativos, outras também têm significância no dia a dia dos seniores, pelo que defendemos que dependendo das características e funcionalidades que assumem enquanto forma comunicacional, cada meio terá a sua influência na atividade digital dos seniores. Por isso, é fundamental identificar junto dos seniores, contextualizando as diferenças de uso, quais as motivações, e que fatores contribuem para uma maior usabilidade ou que impactos geram no seu capital social.

O foco da investigação procurou, ainda, conhecer a realidade social do segmento +65 anos ao nível das relações *online*, a informação que divulgam e procuram e de que forma isso contribui para o seu bem-estar social, para manterem uma vida ativa e diminuírem o sentimento de solidão. Mais do que se descrever as redes de relações, é importante, e também neste estudo, entender que efeitos estas relações têm nos indivíduos (Jones, 1999). Consideramos estar, desta forma, a percecionar o papel das redes sociais *online* na vida dos seniores, colmatando num nicho do conhecimento algumas lacunas associadas à infoexclusão dos seniores no mundo digital.

Entender a natureza dos laços sociais e qual a influência que têm na sua estrutura social (Lemieux & Ouimet, 2004) é fundamental, porque ao estarmos a determinar o capital social, estamos a focar-nos em valores construídos na estrutura social (Wellman et al., 2001). Não havendo na atualidade, do nosso ponto de vista, e como já referimos, uma dissociação clara entre o *online* e o *offline* ao nível do relacionamento social, será também esta uma realidade para o segmento sénior? É importante entender se a sua rede social *online* é independente da sua vida social ou se contribuiu, igualmente, para um prolongamento da sua vida *offline*.

De um modo genérico almeja-se saber, para além do *Facebook*, quais são as redes sociais *online* mais impactantes no seu dia a dia e as mais representativas para este segmento, e, para isso, conhecer quais as motivações e ações desenvolvidas para que, numa análise global, se possam explicar as semelhanças de uso ou se são distintos os comportamentos, dependendo de que variáveis, e, consequentemente, que fatores/relações são diferenciadores em cada rede ou grupo de indivíduos. Não é nossa pretensão desenvolver uma abordagem profunda com outras redes, deixando em aberto esta questão para outras linhas de investigação futuras.

Complementando a nossa análise das redes sociais *online* pelos seniores em Portugal, sobretudo, do *Facebook*, é elementar capacitar o conhecimento sobre: o que faz com que as pessoas se conectem, o que procuram com suas interações, e o que publicam ou quais os temas que lhes interessam e que seguem. Estes podem ser fatores motivacionais que levam, os seniores portugueses, a ponderar o uso das redes sociais *online*, mas que precisam, para além de legitimação, saber-se a ponderação e a influência que cada um exerce. A maioria dos trabalhos até agora desenvolvidos centrados na pesquisa do *Facebook*, incorrem no sentido de que esta é a rede social *online* que mundialmente tem, hoje, mais expressão neste segmento e evocam as funcionalidades que mais utilizam (Ellison et al., 2007; Osuna & Gavira, 2016; Sum et al., 2008; Wasserman et al., 2012). Neste trabalho defendemos que se deve compreender a particularidade da rede ao nível das suas funcionalidades, e que, ao se entender esta utilização num âmbito mais global, ao nível da diversidade das redes sociais *online* e na forma como contribuem para o capital social dos seniores, estaremos a dar mais um contributo e um passo para o conhecimento das ciências sociais e para o desenvolvimento no futuro de políticas de integração digital.

Esta fundamentação vem de encontro às opções metodológicas que se propõem e ao processo heurístico que se pretende seguir neste estudo e que são descritos em seguida.

5.4. Metodologia de investigação

Uma das formas de assegurar a validade dos dados é a opção na triangulação dos paradigmas. Esta triangulação permitiu-nos avaliar a fiabilidade da investigação, pois, ao conseguirmos ter uma maior diversidade de métodos produzimos uma maior confiança nos resultados (Santos, 2002).

Uma triangulação entre os paradigmas positivista, interpretativo e pragmático é a forma como se enseja demonstrar a veracidade dos dados da investigação, através dos métodos quantitativos, qualitativos e mistos. Ao longo da investigação houve a preocupação de desenvolver uma abordagem de métodos mistos, visando a complementaridade dos resultados através das potencialidades de cada método obtendo-se a interpretação holística dos fenómenos em estudo.

Como ponto de partida do trabalho de investigação fez-se uma análise dos estudos já efetuados ao nível da sociedade em rede neste segmento em Portugal, uma pesquisa documental sobre políticas e iniciativas de inclusão digital em Portugal e interpretaram-se indicadores estatísticos nacionais e internacionais, que nos permitiram uma contextualização da investigação.

Entendeu-se prosseguir, com a análise exploratória e interpretativa da evolução da sociedade em rede em Portugal no segmento sénior, com os dados disponíveis dos inquéritos “Obercom – A Internet em Portugal – Sociedade em Rede 2013” e “ERC – Públicos e Consumos de Média 2015”. No tratamento estatístico desta informação, observou-se que tipo de dados poderiam ser coletados e utilizados para uma interpretação e conhecimento do objeto em estudo, fazendo no final, o levantamento dos temas e das variáveis para o inquérito por questionário *online* que se pretendia desenvolver na primeira fase da investigação.

Assim, a primeira fase recaiu sobre a aplicação do inquérito por questionário *online* e, como forma de se chegar ao público-alvo da amostra, que se encontrava disperso geograficamente, foi considerada uma análise quantitativa para descrever a realidade *online* e o perfil deste segmento, estudar e dar resposta às questões de investigação e hipóteses em estudo.

Com a interpretação dos dados recolhidos, utilizando a metodologia quantitativa, estudaram-se as motivações dos seniores no uso das redes sociais *online* e como estas estão presentes na sua vida quotidiana, se têm uma vida *online* ou se esta vida *online* é um prolongamento da sua vida *offline*.

A opção de utilização do inquérito como ferramenta de pesquisa teve por objetivo a análise quantitativa para explicar os fenómenos observados. Com base em conceitos quantificados no inquérito procurou-se, como defende Jones (1999), especificar os objetivos da pesquisa e as respetivas hipóteses de respostas, sendo que, em cada intervalo foi definida a estrutura dos dados recolhidos que pode ser replicada, e o mais importante é que a estrutura geral foi projetada de forma a garantir uma maior precisão da estimativa desses valores quantificados.

A preferência por este instrumento na primeira fase empírica foi determinada por alguns fatores como: a dimensão geográfica nacional; o conseguir contactar os indivíduos com custos baixos; minimizar os erros relacionados com a reconversão dos dados, permitindo uma melhor qualidade da própria investigação; obter rapidez e facilidade de gestão dos dados recolhidos; e, por fim, não menos importante nos estudos neste segmento, proporcionar a sensação de segurança da informação transmitida, mantendo os inquiridos em ambientes que lhes são favoráveis, minimizando o efeito das não respostas e gerando uma maior atenção e reflexão nas respostas (Flick, 2009; Saumure & Given, 2008).

O inquérito por questionário *online* foi desenvolvido em *Qualtrics* que permitiu, como instrumento de investigação junto de indivíduos com mais de 65 anos utilizadores de *internet*, a

diversificação da amostra a uma escala nacional, embora não fosse pretensão do estudo que esta expressasse a sua representatividade.

Na segunda fase empírica, a opção recaiu em entrevistas semiestruturadas sobre a rede social *online* mais representativa no segmento sénior, o *Facebook*, que ao serem analisadas qualitativamente utilizando o software MAXQDA 2020, nos permitiu contextualizar alguns fenómenos e resultados até então obtidos. Depois de se efetuar a codificação, de se classificarem os dados com a construção de uma grelha e de se definirem as categorias conceptuais, passou-se para uma análise quantitativa identificando na análise contextual as categorias conceptuais e utilizando uma análise univariada. Procurou-se também de forma qualitativa, tanto quanto possível numa lógica abdutiva, interpretar e fundamentar os resultados obtidos.

Como referido, nesta análise foram contempladas categorias e variáveis que se analisaram quantitativamente. Esta categorização foi apoiada pelo enquadramento conceptual, através do qual se pretendeu compreender os resultados numa perspetiva holística, abrangente e contextual (Ritchie & Lewis, 2003, p. 52). Com base no discurso, pelos elementos que o constituem do ponto de vista estrutural e contextual, a análise temática revelou dados que refletem o modo e a forma como os seniores usam as redes sociais *online*, nomeadamente, o *Facebook*, realçando, ainda, as singularidades e as diferenças de utilização ao nível descritivo, interpretativo e comparativo (Bardin, 2002).

A classificação categorial, para além das expressões enunciadas com maior frequência, baseou-se, também, em conceitos fundamentados na revisão da literatura, como é o caso das funcionalidades do *Facebook* em que se optou por analisar os discursos com base nas categorias propostas por Cardoso (2011, pp. 222-224): Gestão de Laços Sociais; Incremento de Socialização; Entretenimento e Lazer; Expressão Identitária e Intervenção Social; acrescentando, ainda, a Informação, por ser uma funcionalidade evidente ao nível da análise discursiva realizada e, também, enumerada por Sum et al. (2008).

Através da análise de conteúdo das entrevistas e dando relevância a algumas categorias identificadas, estabelecemos comparações recorrendo a dados estatísticos, fundamentalmente, ao nível da principal motivação e principal funcionalidade, com outros indicadores da base de dados e, assim, explorando, descrevendo e explicitando algumas das relações existentes entre as variáveis.

Como defende Bryman (2012), a utilização de métodos mistos permite realizar uma melhor compreensão dos dados resultantes do inquérito *online*, aprofundar o conhecimento através da observação participante do investigador durante as entrevistas e, portanto, aumentar a nossa confiança nos resultados obtidos, ganhando maior credibilidade nas conclusões da investigação.

Portanto, a abordagem empírica do estudo baseou-se, primeiramente, numa análise quantitativa, sustentada em indicadores que nos permitem um padrão suscetível de generalizar, e que conduz ao estudo de padrões sociais (Costa & Aparício, 2013). Resultados estes que suportaram, em seguida, a

fase qualitativa em que o contexto e as dimensões culturais expressos pelos indivíduos são reveladores de significados para as suas ações (Costa & Aparício, 2013).

De facto, após o desenvolvimento dos estudos exploratórios, a confluência de metodologias e perspetivas de análise foi a escolha adotada para a investigação, que tinha por objetivo a produção de ciência, e, embora sem dados com representatividade nacional, procurou-se estabelecer generalizações a partir da realidade estudada de forma aprofundada. Ainda, sobre a informação que se torna relevante para a investigação iremos de seguida descrever os procedimentos de cada uma das ferramentas empregues neste estudo, explicitando de forma detalhada os seus contextos de produção.

5.5. Instrumentos de recolha de dados

Iremos aqui pormenorizar a contextualização e produção das ferramentas utilizadas. Grande parte do trabalho recaiu na análise empírica quantitativa e qualitativa e na triangulação de dados estatísticos, contudo realça-se o propósito de atestar a confluência de resultados, com recurso ao tratamento estatístico dos dados sobre o segmento +65 anos disponíveis nos estudos de dimensão nacional sobre a *internet* e os *media* (ERC, 2015; OberCom, 2013).

5.5.1. Instrumentos utilizados na análise exploratória

Na análise exploratória, o foco centrou-se na identificação dos vários estudos nacionais com incidência sobre os seniores e a *internet/redes sociais online*, bem como nas políticas nacionais desenvolvidas nas últimas décadas por organizações governamentais e institucionais, comparando com as diretrizes comunitárias, que nos permitiram fazer o enquadramento global, definindo e dando ênfase ao objeto de estudo.

Ao nível da inclusão digital dos seniores em Portugal, indagou-se identificar atividades, práticas e objetivos desenvolvidos pelas várias organizações, em particular, ao nível da literacia digital. Como já referido, tornaram-se um contributo valioso para referência ao longo do trabalho os dados estatísticos, entre outros, do INE, da Pordata e Marktest.

A análise exploratória quantitativa partiu da base de dados dos estudos “ERC - Públicos e Consumos de Média 2015” (ERC, 2015) e “Sociedade em Rede em Portugal 2013” (OberCom, 2013), tendo sido selecionada a amostra representativa do segmento +65 anos. Para além de serem estudos rigorosos com representatividade nacional, esta análise pareceu-nos pertinente e proporcionou a obtenção de uma pormenorizada caracterização dos seniores em Portugal, abrindo, também, campos de pesquisa com a reflexão sobre os resultados obtidos.

Assim, consideraram-se os dados da subamostra (indivíduos com mais de 65 anos), incluindo os utilizadores e não utilizadores de *internet*, e foram selecionadas e organizadas as questões que se enquadram no âmbito da abordagem em estudo. Através de uma análise descritiva em *Excel* e da tabulação cruzada em *software IBM SPSS (SPSS)*, com base em variáveis sociodemográficas (idade, sexo, género e nível de instrução), foram estudados: o modo de utilização da *internet*, os tipos de redes sociais *online* e dispositivos tecnológicos mais utilizados, as principais atividades realizadas pelos seniores *online* e as relações de sociabilidade refletidas na composição das suas ligações.

Ao selecionarmos a amostra apenas pelo segmento em estudo, verificou-se que o número de casos era reduzido, para além de que, e a título de exemplo, o estudo “ERC - Púlicos e Consumos de Média 2015” (ERC, 2015) pretendia dar a conhecer a forma como se processam o consumo de notícias, com especial influência das plataformas digitais.

Também, no estudo “A Internet em Portugal - Sociedade em Rede 2014” (OberCom, 2013), com uma amostra representativa da sociedade Portuguesa ($n=1542$), quando selecionamos os dados a população com mais de 65 anos ($n=342$) e destes apenas os que são utilizadores de *internet* (11,8%), acabamos por fazer uma extração das conclusões, utilizando análises descritivas por frequência e percentagem, em SPSS.

Como passo subsequente, procurou-se a descrição e discussão dos dados para o desenvolvimento da fase empírica da investigação.

5.5.2. O Inquérito por questionário *online* a utilizadores de *internet* e de redes sociais *online*

Era pretensão desta investigação desenvolver-se à escala nacional, por isso, de forma a conseguir contactar os indivíduos utilizadores da *internet* com 65 ou mais anos a custos reduzidos, considerou-se a realização de um inquérito por questionário *online*, embora sem ambição da representatividade nacional pela falta de recursos.

Os dados foram recolhidos segundo uma amostra por conveniência, entre 29 de setembro e 15 de novembro de 2019, nas redes sociais *online* a que a investigadora teve acesso e através da rede de contactos que estabeleceu, junto das UTI's que fazem parte da rede RUTIS (278) e 86 instituições e associações de reformados. De realçar o apoio da revista DIGNUS (<https://www.dignus.pt/2019/10/14/estudo-sobre-uso-das-redes-sociais-online-pelos-seniores-em-portugal-a-decorrer/>), que muito ajudou na divulgação mas, essencialmente, na credibilização da investigação junto dos seniores e das diferentes instituições. De salientar, ainda, o estabelecimento de contactos diretos da investigadora com os seniores, através das suas próprias redes com a publicação de 40 posts; o envio de 1285 mensagens através do *Linkedin*, *Messenger* e *WhatsApp*; e a expedição de 545 e-mails para as UTI's, incluindo uma segunda fase de reforço.

Não havendo comparação com os estudos anteriores, utilizados como dados secundários para uma melhor interpretação sobre a possível evolução da utilização das redes sociais *online* no segmento etário com mais de 65 anos, a análise apoiou-se no tratamento dos indicadores através da tabulação cruzada descritiva por SPSS, entre os resultados e algumas variáveis sociodemográficas. A revelação dos principais indicadores abriu novas pistas no desenvolvimento desta investigação, bem como a interpretação de novas análises, bivariadas, multivariadas e os testes de Pearson, por forma a dar resposta às perguntas supramencionadas e validando as hipóteses de investigação propostas.

Os dados recolhidos através dos inquéritos proporcionaram uma pesquisa quantitativa relevante sem envolver qualquer manipulação dos participantes e a obtenção de informações dos entrevistados sobre os seus conhecimentos, crenças, atitudes, valores e comportamentos, como defende Gunter (2002). Apesar de não se investigarem relacionamentos de causa-efeito, a análise realizada viabilizou a indagação de relacionamentos ou graus de associação entre as variáveis.

Na construção do questionário *online*, optou-se por manter algumas perguntas utilizadas nos anteriores estudos (OberCom, 2013; ERC, 2015), fazendo a ressalva que não existia pretensão de comparabilidade entre os estudos, mas porque se considerou importante interpretar alguma analogia ou evolução dos resultados obtidos, apesar dos âmbitos de investigação serem diferenciados.

O desenho do inquérito *online* iniciou-se, como defende Lumsden (2007), a partir das perguntas de investigação, identificando, portanto, o seu objetivo. Posteriormente, considerando as hipóteses definidas dividiu-se a estrutura do estudo em várias categorias e subcategorias, ordenando-as por uma ordem lógica na abordagem do questionário *online* composto por questões fechadas, e respeitou cinco campos de análise: a utilização das redes sociais *online*; o perfil dos seniores nas redes sociais *online*; a usabilidade das redes sociais *online*; as relações pessoais e de sociabilidade; e a caracterização do entrevistado.

É relevante realçar que no inquérito não foi feita a distinção de redes sociais *online* como considerado por alguns estudos. Por exemplo, os relatórios da We are social e Hootsuite (2019) fazem a distinção entre “*Messenger/VOIP (Voice over Internet Protocol)*”, onde incluem o *Facebook*, *Messenger*, o *WhatsApp*, o *Skype* e o *Viber*; e “*Social Network*” que consideram o *Facebook*, o *YouTube*, o *Instagram*, o *Linkedin*, o *Pinterest* e o *Twitter*. A nossa opção recaiu numa lógica de interpretação face à baixa literacia digital dos seniores e sustentada por outros estudos, como o de Statista (2020) cujas análises globais das “*Social Networks*” englobam todas as plataformas.

Outra fundamentação passa pelo perfil e evolução do *WhatsApp* que reforça a nossa convicção nesta opção. O *WhatsApp* surgiu em 2009 como uma aplicação para *iPhone* destinada à partilha de mensagens de texto, vídeos e fotos, e que ficou disponível para *Android* um ano mais tarde. Em 2011, foram disponibilizados os grupos de conversação; em 2013, as mensagens de voz; em 2014, a aplicação é adquirida pelo *Facebook* e, atualmente, conta já com 2 mil milhões de utilizadores em todo o mundo

(*WhatsApp Blog*, 2019). Como a própria WhatsApp afirma no seu blog: "Na última década, ouvimos de pessoas de todo o mundo que usam o *WhatsApp* para manter contato com seus entes queridos, para se conectarem com suas comunidades e criar negócios" (*WhatsApp Blog*, 2019). Pelo exposto, assumimos nesta investigação, o *WhatsApp* como uma rede social *online* pela sua capacidade de promover o relacionamento entre as pessoas e permitir a partilha, entre outras, de fotos, vídeos, voz e notícias. Surgiu outra reflexão, que nos levou a considerar a avaliação do impacto que poderia ocorrer no enviesamento dos dados, se o *Skype* e o *Viber* fossem adicionados ao conjunto das redes sociais *online* analisadas. E, sobre este aspeto, considerámos que, de forma geral, a pouca literacia sobre o *online* por parte dos seniores tornaria confuso e complexo o processo de interpretação dos conceitos e das perguntas aquando do preenchimento do inquérito *online*, que seria preenchido de forma autónoma. Esta validação ficou demonstrada no pré-teste, no qual se verificou que os seniores não faziam a distinção entre redes sociais *online* e aplicativos.

Neste sentido, acrescentamos, que foi construído um inquérito *online* baseado num questionário composto por questões fechadas e de interpretação, fácil de classificar e compreender evitando o viés da análise (Anexo A).

A recolha dos dados a utilizadores de *internet* decorreu durante um mês e meio, no qual se obtiveram 622 respostas, das quais se validaram 337, repartidas por 235 indivíduos com perfil nas redes sociais *online* e 102 sem perfil. Com idades compreendidas entre os 65 e os 85 anos, a amostra encontrava-se distribuída em 20 regiões do País, que considerando a distribuição geográfica do INE NUTS III (25 regiões) permitiu verificar que não se obtiveram dados de Alto Minho, Cávado, Douro, Trás-os-Montes e Região Autónima da Madeira. Não sendo possível a representatividade nacional da amostra, nem a extração para análises comparativas entre meios urbanos e rurais, era marcante para o estudo ser o mais abrangente possível na dispersão geográfica dos inquiridos por forma a não condicionar os dados aos grandes centros urbanos (Lisboa, Porto e Coimbra).

No que respeita aos campos de análise da estrutura do inquérito englobava 13 questões e foram estudados os utilizadores (235 respostas) e não utilizadores (102 respostas) de redes sociais *online*. Aos indivíduos com perfil criado nas redes sociais *online* questionou-se sobre quais as redes que usavam com mais frequência, onde e através de que equipamentos acediam, quais as funcionalidades que utilizavam e o que os fez aderir a estas redes. Relativamente aos que não tinham perfil criado, incluíram-se apenas questões relacionadas com o conhecimento que possuíam: se já tinham utilizado, qual o motivo por que não utilizavam e se algum dia pensariam vir a utilizar.

Seguiu-se a abordagem ao perfil dos seniores nas redes sociais *online*, composta por seis questões: interpellou-se sobre o número e o tipo de pessoas que fazem parte da sua rede, qual a frequência de utilização face a sua atividade nas redes e como se vê no perfil por si criado nas redes sociais *online*.

A usabilidade das redes sociais *online*, o terceiro campo de análise, foi versado através de duas perguntas que pretendiam aportar às pessoas com perfil nas redes sociais *online* e perceber as limitações na utilização e nos relacionamentos.

No quarto campo de análise, no estudo das relações pessoais e de sociabilidade nos utilizadores das redes sociais *online*, o inquérito englobava dez questões sobre: formas de relacionamento e tecnologias utilizadas com familiares e amigos; a importância dos familiares e amigos nos seus relacionamentos; o grau destes relacionamentos com a utilização das redes sociais *online*; os sentimentos que têm desde o momento que passaram a ser utilizadores das redes sociais *online*; a pertença a grupos nessas redes; e a informação que mais lhes interessa.

Por último, na caracterização do inquirido, definiram-se os dados sociodemográficos em estudo: Idade, género, estado civil, concelho em que vive, nível de instrução e condição perante o trabalho.

Neste último ponto foi, ainda, introduzida uma avaliação da autoestima, onde se propôs a aplicação da Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) (Rosenberg, 1989). Por se considerar que não era pretensão nem foco do estudo medir a autoestima antes e depois da utilização das redes sociais *online*, apesar de ser uma oportunidade em investigações futuras, estes resultados poderiam ser utilizados para uma auscultação sobre o nível de autoestima destes inquiridos, mas nunca no propósito de obtenção de resultados para extrapolações de impacto das redes sociais *online* nesta variável de análise. Esta escala é constituída por dez itens e também com a utilização de uma escala tipo *likert*, para itens de autoconfiança (1, 2, 4, 6 e 7) classificados com a pontuação, Concorde completamente = 4, Concorde = 3, Discordo = 2 e Discordo completamente = 1; e para os itens autodepreciativos (3, 5, 8 e 10) classificados de forma inversa (Concordo completamente = 1, Concordo = 2, Discordo = 3 e Discordo completamente = 4). A soma de todos leva a um valor que varia entre 10 e 40, e tal como na escala anterior quanto menor for o resultado obtido menor é a autoestima global de cada indivíduo e vice-versa.

Em conclusão, o recurso ao software *Qualtrics* permitiu a exportação dos dados para o SPSS, podendo, dessa forma, ser trabalhados segundo um critério científico, utilizando uma abordagem quantitativa descritiva e a tabulação cruzada entre os dados auferidos e os fatores sociodemográficos.

5.5.3. Entrevistas semiestruturadas a utilizadores do *Facebook*

Os resultados alcançados, após a análise dos dados do inquérito por questionário *online* sobre modos e motivações de utilização, foram aprofundados com a realização de entrevistas semiestruturadas (Anexo B) a seniores utilizadores de *Facebook*, a rede social *online* mais utilizada pelos seniores e também validada nesta investigação.

Esta ferramenta metodológica usou percecionar aspectos mais subjetivos, nomeadamente, ao nível dos relacionamentos sociais e composição da rede, fundamentar os motivos de uso auferidos, e, mais concretamente, identificar perfis de motivação de uso. No fundo, como sugere Jones (1999), com a metodologia centrada nas características qualitativas do fenómeno a investigar, a pesquisa tenta compreender a forma, o conteúdo e alguns atributos que fazem parte do uso das redes sociais *online*, analisando, sempre que possível, as particularidades.

Segundo Bardin (2002), a análise qualitativa não rejeita toda e qualquer forma de quantificação. Os índices foram retidos de maneira não frequente, mas possibilitaram o recurso a testes quantitativos, como é exemplo a manifestação de índices similares em discursos semelhantes (Bardin, 2002). Pelo que, a nossa análise qualitativa caracteriza-se pela inferência fundamentada num índice (temas, palavras, ações, etc.), e não sobre a frequência da sua aparição, em cada comunicação individual.

Por isso, aquilo que se pretendeu conhecer com a análise quantitativa de conteúdo foi ao que Bardin (2002) menciona de frequência com que surgem diversos temas, essencialmente, identificados como motivações de utilização das redes sociais *online*. Neste sentido, criaram-se categorias, objetivando-se entender os seus significados no uso e motivações de utilização das redes sociais *online*.

O guião da entrevista semiestruturada (Anexo B) foi desenvolvido em nove campos de observação: caracterização do entrevistado; utilização da rede *Facebook*; perfil do utilizador; história de vida relacionada com o *Facebook*; atividades diárias; usabilidade; relações pessoais e de sociabilidade; impactos da utilização do *Facebook*; e solidão. De forma flexível, este guião permitia-nos conduzir o entrevistado, levando-o a responder às questões, variando na sequência e nos tópicos abordados, mas respeitando uma organização discursiva.

Na preparação das entrevistas semiestruturadas optou-se pela adoção de algumas indicações propostas por Sellitz et al. (1987): as entrevistas foram realizadas, baseadas numa amostragem não probabilística e por conveniência, num contexto semelhante ao de uma conversa informal, delimitando os temas e ajudando a recompor o contexto, ou no esclarecimento das questões e permitindo a cobertura em profundidade da investigação. Como estes autores salientam, e se comprovou no trabalho de campo, a interação entre a investigadora e o entrevistado levou à obtenção de respostas espontâneas, criando sentimentos de confiança que consumaram a exposição de assuntos mais complexos e delicados, na maioria, temas do foro da sua vida pessoal, valorizando os resultados da pesquisa. Era objetivo ter acesso às experiências com o *Facebook*, entender porque usavam a rede e o que faziam ou publicavam, quais os tipos de conexões que possuíam e, essencialmente, entender no âmbito do lazer, da comunicação, das relações ou da informação, o que mais os motivava a fazer parte deste tipo de redes. Isto fez estimular momentos de narrativa pessoal do qual as histórias de vida complementavam as suas opções e ações.

Foram também abordadas questões ligadas às dificuldades de aprendizagem, sobre quem os ajudou na sua inclusão digital e os ajuda nos problemas que surgem de usabilidade, com tecnologias ou redes sociais *online*, até às evidências de segurança e privacidade.

Um facto relevante é, e que explicamos em pormenor mais à frente, o de que durante a recolha dos dados, após 11 entrevistas realizadas, surge o confinamento obrigatório por motivo da pandemia COVID-19, o que obrigou à alteração do método de recolha da informação nas restantes 19 entrevistas. Numa primeira fase, presencialmente, a recolha foi conjugada com a observação participante da investigadora sobre os comportamentos dos indivíduos; posteriormente, quando se incluíram as entrevistas por telefone, tentou-se percecionar, também, as alterações de utilização das redes sociais *online* face a um maior isolamento social no momento.

A vontade de contar, partilhar experiências e memórias permitiu perceber que, apesar da idade, são pessoas com valor e ativas, com uma grande vontade de viver e aprender sempre, o que foi muito valorizador para as conclusões da pesquisa e contextualização dos dados, e, pelo que possibilitaram desenvolver uma estrutura de categorias (Quadro 5.1) muito rica, que através do MAXQDA2020 originou a nossa análise qualitativa e alguns indicadores quantitativos.

Quadro 5.1 - Estrutura de categorias desenvolvida com base na análise de conteúdo das entrevistas (n=30)

PERFIL NO FACEBOOK			
Tipo de Grupos	Composição da Rede	Contactos	O que tem descrito no perfil do Facebook
Economia e Política	Artistas/Figuras Públicas (cantores, atores e escritores)	Mais de 1000	Nome
Compra e venda <i>online</i>	Apresentadores	Entre 500 e 1000	Data de Nascimento
Anedotas	Políticos	Entre 100 e 500	Foto pessoal
Culinária	Especialistas	Menos de 100	Localidade onde mora
Religião	Familiares e Amigos		Contactos Pessoais
Locais	Conhecidos		Interesses
Artes (pintura, bordados, ...)	Novos relacionamentos		Relacionamentos
Animais	Pessoas que conhece pessoalmente		
Cultura (cinema, teatro, literatura, música ...)	Pessoas que fazem parte da sua vida social		
Desporto			
Jardinagem			
Turismo/viagens			

(Continua)

(Continuação)

IMPACTOS DA UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK			
Experiência com a tecnologia	Dificuldades de utilização	Segurança	Mudanças
Recorreu à ajuda dos amigos	Recorre à ajuda de familiares (sobrinhos, etc.)	Que medidas adota para se proteger: - Se não conhece vê o perfil e só aceita se tiver algum interesse; - Só aceita pedidos de pessoas que conhece	Mais informado(a): - Sobre a atualidade; - Sobre os seus hobbies e interesses; e - Sobre a vida dos seus familiares e amigos
Recorreu à ajuda dos filhos e netos	Resolve o problema sozinho	Por vezes sente-se inseguro (a)	Permite comunicar
Recorreu a aulas de informática	Recorre a um amigo	Sente-se seguro (a)	Permite conhecer pessoas novas
Já utilizava na minha atividade profissional	Recorre a um especialista informático		Permite passar o tempo
	Recorre aos filhos e netos		Permite sentir-se mais próximo dos familiares e amigos
FUNCIONALIDADES E PARTILHAS UTILIZADAS NO FACEBOOK			
Funcionalidades	Partilha		
Gestão de Laços Sociais	Utiliza os Chats		
Incremento de Socialização	Frases		
Entretenimento e Lazer	Vídeos		
Expressão Identitária	Post		
Intervenção Social	Causas Sociais		
Informação	Notícias		
	Trabalhos que realiza		
	Fotos		
RELAÇÕES PESSOAIS E DE SOCIABILIDADE			
Solidão	De que forma se Exprimem no Facebook	Benefícios	
Situação em geral: - Não me sinto sozinho(a); - Sinto-me sozinho(a)	Não partilho coisas pessoais	Permite comunicar mais com a família	
As redes sociais contribuem para diminuir a solidão: - sim; - não	Partilho preocupações e emoções	Permite comunicar mais com os amigos	
	Publico coisas da vida pessoal	Estou mais próximo dos que estão longe	
	Exprimo sentimentos	Permite novos relacionamentos: - Conheci novas pessoas com os mesmos interesses; - Reencontrei familiares e amigos de longa data	
		Aumentou os relacionamentos offline: - Sim; - Não	
		Percepção sobre impacto do Facebook na vida: - Não mudou em nada a minha vida; - Mudou positivamente a minha Vida	

(Continua)

(Continuação)

ATIVIDADES QUOTIDIANAS			
Facebook vs. interações		Lazer	
Sentir-me incluído na vida dos familiares e amigos		Voluntariado	
Conheço melhor os amigos pelo que publicam		Hobbies	
Fortalecer laços com os amigos			
HISTÓRIA DE VIDA RELACIONADA COM O FACEBOOK			
Motivação	Tempo de utilização		
Relacionamento:	Semanalmente		
- Relacionar com familiares e amigos que estão longe;			
- Porque os amigos estão nestas redes;			
- Encontrar pessoas e voltarem a relacionar-se			
Comunicar:	Várias vezes ao dia		
- Conhecer e comunicar com novas pessoas;			
- Motivos profissionais;			
- Para poder partilhar pensamentos, comentários			
Entretenimento:	Todos os dias		
- Para passar o tempo;			
- Para descontrair;			
- Ver o que os outros publicam			
UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS <i>ONLINE</i>			
Outras redes utilizadas	tecnologia mais utilizada	Acesso	Frequência
<i>Spotify</i>	Computador	Fora de casa	Uma vez por dia
<i>Pinterest</i>	Telemóvel	Casa	Várias vezes ao dia
<i>FaceTime</i>	<i>Tablet</i>		Uma vez por semana
<i>Skype</i>			
<i>Messenger</i>			
<i>WhatsApp</i>			
<i>YouTube</i>			
<i>Twitter</i>			
<i>Linkedin</i>			
<i>Instagram</i>			

De facto, a investigação contempla aspetos afetivos dos entrevistados que determinam significados pessoais sobre as suas atitudes e comportamentos face ao uso das redes sociais *online*, e estas inferências foram determinantes para o agrupar de perfis de utilizadores que desenvolvemos no ponto 8.2.

5.6. Considerações éticas

No cumprimento do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) - Regulamento UE 679/2016, publicado a 26 de abril de 2016, foi garantido o art.º 4º, nº11, em que o consentimento é definido como uma manifestação de vontade livre, específica, informada e explícita, no qual o titular dos dados aceita mediante uma declaração que os dados que lhe digam respeito sejam objeto de tratamento.

A distribuição do questionário *online* foi efetuada por *e-mail*, utilizando as redes sociais *online*, e, também, divulgado através de algumas entidades e associações com representatividade no universo da amostra como, entre outras, as UTI's, garantindo a confidencialidade dos dados solicitados.

Em termos éticos, e porque o inquérito *online* recolheu informações pessoais dos inquiridos, tal como Saumure e Given (2008) evocam a relevância de garantir a confidencialidade dos dados, a investigadora manteve toda a transparência sobre as intenções da investigação e respeitou a segurança, fundamentalmente, dos *e-mails* para contacto futuro, solicitados de forma opcional e reiterando o consentimento expresso.

O mesmo sucedeu com as entrevistas realizadas pela investigadora de forma presente ou num contacto direto por telefone, no qual foi solicitado aos entrevistados, garantindo o carácter voluntário da sua participação, o consentimento para a gravação do depoimento, bem como a utilização dos dados, disponibilizados espontaneamente, para análise, sendo que lhes foi explicado o âmbito do estudo e avalizado que toda a informação seria veiculada neste trabalho através de pseudónimos, substituindo nas transcrições os nomes referenciados por siglas, ou quaisquer outras informações que pudessem estar associadas a uma identificação explícita do entrevistado.

5.7. Potencialidades, obstáculos e limitações da investigação

Acreditamos que esta análise de melhor compreender as redes sociais *online* no segmento sénior, desde o estudo global das redes que utilizam e como fazem parte da sua vida, até à sua utilização para a gestão dos relacionamentos, ao conhecimento dos amigos, familiares, participação em outros grupos, que moldam de forma formal e informal esta estrutura de relações (ligações e nós), permite-nos perceber o capital social e, eventualmente, definir estratégias de socialização e de influência na sociedade em rede para este segmento.

Para a maioria dos entrevistados, a inclusão digital foi vista como um benefício e uma experiência muito positiva na sua vida, bem como o uso das redes sociais *online* justificadas, em muitos momentos, pela revisitação do passado ou por situações que vivem atualmente, desencadeando um rol de emoções, na maioria, associadas a sentimentos de solidão, saudade, alegria e tristeza.

Porém, há limitações à investigação, e a principal é o facto de nestes estudos estarmos a entrar no campo pessoal dos indivíduos e das suas relações e em áreas privadas das suas redes, pelo que para mantermos uma investigação ética, e ganharmos a sua confiança, estabeleceu-se um compromisso com os entrevistados garantindo a confidencialidade dos seus dados.

Como referido anteriormente, outra das principais limitações desta investigação é o facto de, por motivos económicos, não se ter conseguido fazer uma análise representativa em Portugal. Apesar de, na primeira fase empírica, se dispor de uma amostra que abrangia grande parte do território

português, este é um segmento (indivíduos com mais de 65 anos) que, até à data desta investigação, não se encontrava estruturado ao nível de dados estatísticos de utilização das redes sociais *online*, quer pelo INE, como pela Pordata. Eventualmente, poderia ter-se optado pela estruturação evidenciada pelo uso de *internet*, contudo não haveria comparabilidade para dois objetos de estudo distintos, provocando incertezas de entre as realidades, e o que poderia originar o enviesamento dos dados. Todavia, os meios que se possuíam não garantiam a obtenção de dados em todo o território nacional.

Ao nível dos resultados do inquérito por questionário *online*, não sendo um estudo representativo, foi estruturado utilizando um método aleatório para obtenção de dados a nível nacional, contudo isso não nos permitiu realizar análises sobre as diferenças de utilização das redes sociais *online* entre as zonas rurais e urbanas.

Porém, enquanto meio para recolha dos dados quantitativos, a utilização do inquérito permitiu aos entrevistados completarem-no ao seu próprio ritmo, garantindo o anonimato e evitando o viés do entrevistador. Mas, na conceção do questionário foram ponderadas as suas limitações, identificadas por Gunter (2002): nem sempre todas as questões são respondidas; possibilidade de haver atrasos nas respostas, daí a importância dos alertas constantes; obtenção de maior número de respostas para algumas categorias sociodemográficas do que para outras; e, no caso de haver dúvidas o questionário não ser compreendido ou ser interrompido no seu preenchimento, estando em causa os diferentes índices de escolaridade e, alguns, poderem ser relativamente baixos.

Por isso, e para fazer face a algumas destas limitações, optámos pelas considerações de Cohen et al. (2007) e definimos algumas regras com vista a melhorar a eficácia do inquérito: utilização de *software* de versões simples, de acesso fácil e rápido; inclusão de uma pequena introdução que motivasse os inquiridos e os despertasse para a relevância da sua participação; apresentação clara de instruções de preenchimento junto da questão à qual dizia respeito; questões simples, de fácil compreensão e resposta; simplificação das formatações; e transição fluida entre as questões.

Na abordagem dos questionários *online*, que produzem resultados estatisticamente significativos, pode ocorrer alguma dificuldade na sua interpretação porque os inquiridos têm de atribuir pontuações ou terem de respeitar uma escala (Poynter, 2010). Ponderámos esta situação e, por isso, foi acautelada a aplicação de tipos de escalas a determinadas questões, uma vez que era pretensão apenas o uso de questões fechadas para uma simplificação do inquérito.

Tendo em consideração que a amostra incluiria os utilizadores de *internet* e das redes sociais *online* com mais de 65 anos, deparámo-nos com outro desafio, a dimensão do inquérito. Estávamos cientes que um inquérito extenso como o desenhado afetaria a taxa de resposta, a diversificação em termos de género, idade e escolaridade dos inquiridos, e a obtenção da maior dispersão geográfica possível.

No entanto, no pré-teste, que decorreu entre 1 de agosto e 15 de setembro, testou-se, também, a sua dimensão e concluiu-se que a situação se ultrapassava, com uma maior divulgação e que o impacto poderia não ser significativo na recolha dos dados. Também, aqui se detetou que, apesar da recolha dos dados se efetuar de forma confidencial, as perguntas referentes aos dados sociodemográficos geravam receio de privacidade para alguns seniores, todavia eram dados relevantes para o estudo, pelo que se assumiu como uma limitação, e se decidiu que nos casos em que estes dados não fossem completados iríamos rejeitar o questionário e considerar não válido para o estudo. Por este motivo, realizou-se um maior esforço na sua distribuição por forma a atingir o maior número de respostas válidas junto dos utilizadores da *internet* e das redes sociais *online*.

Para além de se identificar a incompreensão de algumas questões ou instruções como refere J. W. Best, em Rojas (2001), o pré-teste permitiu-nos ajudar a eliminar a presença de "bugs" na passagem entre as questões e que ao passar despercebida poderia ter tido impacto na quantidade de respostas validadas. Se se pensar no universo da amostra que estava em causa, o acesso era difícil e aspirava-se a ter um maior grau de confiança nas respostas que se obtivessem.

Queria ainda referir, que o agradecimento final foi relevante para a continuidade deste estudo. Para além da gratulação introdutória, reforçou-se a mensagem sobre a importância do estudo, o porquê de ter sido selecionado como participante e, assim, em alguns casos, sentir-se bem-vindo e com total disponibilidade a participar em entrevistas semiestruturadas a realizar presencialmente nesta investigação. Enaltecedo o valor do seu contributo, era solicitado, caso o inquirido pretendesse continuar a participar num estudo mais aprofundado, que fosse registado um *e-mail* de contacto.

Quando à segunda fase empírica, limitámos a nossa amostra das entrevistas na região de Lisboa a utilizadores da rede *Facebook*. Apesar de utilizarmos um método de amostragem não probabilístico aleatório, pretendíamos ter uma homogeneidade ao nível de idade, género e estado civil. Contudo, o limite imposto pela situação originada pelo confinamento face à pandemia devido ao COVID-19, a meio desta fase do estudo, não nos permitia ter amostras semelhantes e comparativas entre estudos antes e durante o confinamento.

Sendo um segmento extremamente preocupado com a sua segurança e privacidade, foi essencial gerir a insegurança em relação ao seu anonimato e a confiança gerada entre entrevistado e entrevistador, nas entrevistas semiestruturadas, criando alguma empatia, e por forma a que não fossem retidas informações importantes (Sellitz & Allii, 1987).

Em média as entrevistas foram de 60 minutos, pelo que na preparação da informação foi necessário estabelecer a forma como seria tabulada e interpretada, optando-se pela utilização de software especializado, como referido, para análise de conteúdo – MAXQDA 2020.

Antes de se realizar as entrevistas semiestruturadas efetuou-se um teste num pequeno grupo com características o mais parecidas com a amostra por conveniência. Esta aplicação experimental foi útil

para detetar questões ambíguas e validar que o guião estava estruturado corretamente e que nos permitiria ter uma conversação que iria de encontro ao aprofundamento dos dados.

Porém, como refere Moraes (1999), sendo a análise de conteúdo uma interpretação pessoal por parte do investigador com relação à percepção que tem dos dados e, constituindo toda a leitura uma interpretação, esta não é neutra. Os múltiplos significados de uma mensagem e as numerosas possibilidades de análise estão diretamente relacionados com o contexto em que se verifica e o âmbito da interpretação. A incompreensão do sentido (desconhecimento da língua, do repertório e das ideias) e os enviesamentos afetivos e ideológicos (grau de sensibilidade e emotividade dos operadores, a influência da ideologia do codificador) são os riscos enunciados por Mucchielli (1978) sobre a análise dos conteúdos. Sendo apenas um investigador associado ao projeto e trabalho de campo, estes riscos fizeram parte da reflexão de análise, tentando que conscientemente não fossem efetuados enviesamentos sobre resultados ou conclusões.

Como se referiu, é fundamental elucidar que a situação crítica no País por motivo da pandemia do COVID-19, levou a alterações profundas nas técnicas de recolha de dados. A realização das entrevistas foi iniciada em janeiro, e, já com 11 entrevistas efetuadas, surgiu a situação do confinamento obrigatório em Portugal, em que as pessoas com mais de 65 anos eram consideradas as mais vulneráveis. Se, por um lado, não era viável a realização presencial de mais entrevistas junto desta população, por outro, e mais importante, estávamos perante uma situação de maior isolamento social dos seniores e isso versava à possível interpretação se existiria um maior consumo das redes sociais *online* e se estas seriam um apoio na diminuição da solidão e do isolamento social.

A realidade é que, num ápice, se deu o isolamento social da população levando ao afastamento de laços fortes, nomeadamente de filhos e netos. A nossa circunspeção levou-nos a decidir alterar o método de recolha da informação para entrevistas realizadas por telefone, recaindo a opção no meio mais utilizado por todos os seniores para comunicar. A falta de contacto visual e o facto de não conhecerem o entrevistador foram limitações consideradas, quer na forma de como nos íamos apresentar para que reconhecessem confiança a dar a entrevista, mas, também, na criação de empatia, para que as suas histórias de vida e experiências com as redes sociais *online* nos fossem contadas sem obstáculos. Assim, entre 16 de março e 25 de maio realizaram-se mais 19 entrevistas, que decorreram de forma aberta e fluida, sem qualquer entrave sobre as limitações referidas anteriormente. Auferimos que, pelo facto de as pessoas se encontrarem numa situação atípica, desconheciam o que poderia acontecer, e eram bombardeadas diariamente pelos *media* com notícias assustadoras e de maior isolamento social, no entanto, estas dificuldades geraram nos indivíduos uma maior necessidade de comunicarem, de se exprimirem e falarem de toda a situação que estavam a viver, quer ao nível do afastamento das suas atividades e relações sociais, como dos medos e receios do que poderia e estava a acontecer. Em algumas situações, os discursos desenrolaram-se por campos de revisitação do

passado e das glórias conquistadas com o uso das redes sociais *online*, o que os fez esquecer que se sentiam sós, estavam isolados e com medo deste novo vírus.

A amostra acabou por abranger 11 entrevistas realizadas antes da situação de confinamento e 19 durante esse período, e, apesar de se avaliar o impacto desta situação em todo o processo de estudo, concluiu-se que acabou por valorizar a análise global dos resultados. Ainda que, existindo uma amostra global homogénea em termos de género, idade e estado civil, reitera-se que os perfis defendidos nesta tese não podem ser considerados generalizados no segmento em estudo.

Apesar de todas as limitações referenciadas, acreditamos que os resultados do estudo nos levam à compreensão de como as redes sociais *online* contribuem para um maior capital social dos seniores em Portugal, tal como se uma maior inclusão digital está associada a estímulos sobre os benefícios da sua utilização.

Nos próximos capítulos procuramos analisar os dados dos estudos exploratórios e empíricos, reforçando a nossa abordagem numa perspetiva acrítica com a ambição de alargar o conhecimento sobre objeto de estudo a que nos propusemos desenvolver.

Capítulo 6 . Os seniores portugueses em rede: uma análise exploratória 2013 e 2015

A crescente preocupação sobre a infoexclusão dos seniores na sociedade em rede veio fomentar a importância da agenda de investigação. No contexto português, vários investigadores têm-se debruçado sobre os seniores num contexto de inclusão digital, nomeadamente, no uso da *internet*, no qual são de apontar os estudos de: Afonso (2015), Alves (2015), Azevedo e Ponte (2020), Cabral et al. (2013), Cabral et al. (2014), Coelho (2019), Dias (2012), Ferreira (2013), Gouveia et al. (2016), Loureiro e Barbas (2014), Neves e Amaro (2015), Neves et al. (2015), Oliveira, (2019); Páscoa e Gil (2012), Páscoa (2017) e Páscoa et al. (2017).

Maioritariamente, o foco dos estudos em Portugal sobre os seniores e as redes sociais *online* está na aprendizagem (Amaral, 2016; Páscoa, 2012; Páscoa & Gil, 2015; Rebelo, 2013), e na sua percepção para a melhoria da qualidade de vida (Gouveia et al., 2016; Oliveira, 2019; Páscoa & Gil, 2017; Páscoa et al., 2017; Pocinho, 2014; Varela, 2012).

Sendo que nenhum dos estudos referidos nos permite a extrapolação dos resultados a uma dimensão nacional e com o intuito de obter um retrato atual e representativo dos seniores portugueses sobre o uso da *internet* e, fundamentalmente, das redes sociais *online*, desenvolvemos uma análise exploratória quantitativa e descritiva com base nos dados dos dois únicos estudos com representatividade nacional, referentes ao segmento analisado (indivíduos com mais de 65 anos): “ERC – Públicos e Consumos de Média 2015”, que deu a conhecer as formas de consumo de meios de comunicação social em Portugal e “Obercom - A Internet em Portugal - Sociedade em Rede 2013.

Em 2013, em colaboração com ISCTE-IUL a OberCom desenvolveu um estudo com base no Inquérito Sociedade em Rede, aplicado a uma amostra representativa da sociedade portuguesa ($n=1542$), com distribuição por Região NUTs, com aplicação de um questionário e a informação recolhida através de entrevistas pessoais.

Em 2015, através do questionário do *Digital News Report - 2014*, elaborado com base no utilizado pelo Reuters Institute for The Study of Journalism – University of Oxford no seu projeto Digital News Report, surgiu a primeira edição do projeto ERC – Públicos e Consumos de Média, cujo trabalho de campo decorreu entre os dias 20 de setembro e 12 de outubro de 2014, seguindo como processo de amostragem o método Random-Route. Este projeto (ERC, 2015) deu a conhecer a evolução das formas de consumo de meios de comunicação social em Portugal, tendo por objeto o consumo de notícias e as plataformas digitais.

A exploração analítica dos dados disponíveis no segmento etário +65 anos fundamentou a reflexão sobre o aprofundamento conceptual da investigação, desde a apropriação da tecnologia até à forma como emergem as novas TIC na sociedade em rede, e são utilizadas pela população sénior em Portugal.

A comparação de resultados e conclusões entre os estudos não é possível pela diferenciação dos objetos de estudo e âmbitos de pesquisa, assim como, pelo facto dos inquéritos serem distintos. Por isso, tão pouco urge uma abordagem sobre a evolução de 2013 e 2015 relativa aos usos e comportamentos dos seniores relativamente às ferramentas digitais.

O acesso aos dados destes estudos possibilitou a exploração sobre as atividades dos seniores na *internet*, o estudo da sua relação com a tecnologia, e, sobretudo, a avaliação do uso das redes sociais *online*, sendo este o foco e ponto de partida para a nossa investigação.

6.1. Seniores portugueses *online* em 2015: consumos tecnológicos e de *internet*

O estudo “ERC – Públicos e Consumos de Média 2015” (ERC, 2015) partiu de uma amostra de 1035 indivíduos utilizadores de *internet*. No que concerne ao interesse do nosso estudo, centrado na faixa etária com 65 ou mais anos, foi efetivada uma seleção dos dados apenas neste segmento, e através de uma análise descritiva em Excel e de tabulação cruzada em SPSS analisámos a relação entre as variáveis sociodemográficas (idade e género) e as questões que se centravam no grau de utilização da *internet*, nos dispositivos tecnológicos mais utilizados e nas principais atividades realizadas *online*.

6.1.1. O retrato dos seniores num mundo digital

A subamostra da segmentação dos seniores com mais de 65 anos, abrangeu 217 indivíduos. A amostra, com representatividade nacional e por regiões (NUT II), está distribuída por género (121 mulheres e 96 homens), das quais 37,3% têm idades compreendidas entre os 65 e os 69 anos, 46,5% representam a faixa etária dos 70 aos 79 anos e 16,1% têm mais de 80 anos. Maioritariamente a sua condição perante o trabalho é de reformado/a (90,3%), onde apenas 3,6% se encontram perante um trabalho a tempo completo e 3,2% das mulheres são domésticas.

Ao nível do grau de escolaridade, a maioria (59,4%) possui o 1º ciclo e de notar que o grau de instrução muito baixo (20,8%) também é representativo, ou seja, 11,1% não sabe ler nem escrever e 9,7% sabe ler e escrever, apesar de nunca ter frequentado a escola. Com formação superior contabilizou-se 23% da amostra, 17,5% das pessoas têm formação média (2º e 3º ciclo do ensino básico e ensino secundário), sendo que apenas 3,2% têm o 12º ano. Porém, o nível de instrução é superior nos homens como se observa na Figura 6.1.

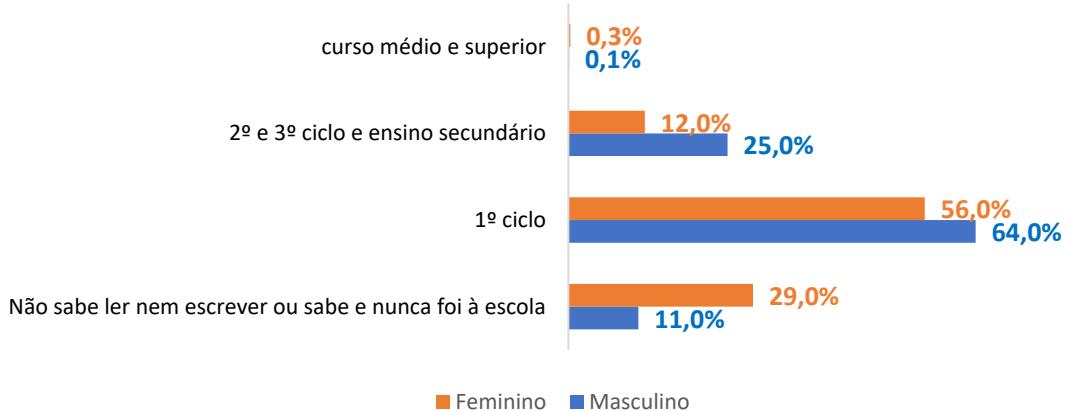


Figura 6.1 - Nível de instrução por género (indivíduos com mais de 65 anos)

Na composição do agregado familiar por género existem mais mulheres a viverem sozinhas (19%) comparativamente com os homens (5%), embora a maioria dos seniores viva acompanhada de outra pessoa (mulheres cerca de 26,2% e homens aproximadamente 24,4%).

Através da tabulação cruzada entre as variáveis género e estado civil verificou-se que 85,4% dos homens são casados ou vivem em união de facto, 12,5% viúvos e 2,1% solteiros. Ao passo que apenas metade das mulheres são casadas ou vivem em união de facto (50,4%), 41,3% são viúvas e 7,4% são divorciadas ou solteiras.

Em resumo, a amostra revela que de uma forma global os homens têm mais instrução, sendo que existem mais mulheres a viverem sozinhas, eventualmente, pelo facto de o número de mulheres em situação de viudez, solteiras e divorciadas ser de 48,7%, chegando quase a metade da amostra no género feminino. Com isto, importa também referir que, comparativamente com o género masculino, as mulheres têm uma menor integração digital. Na análise relativa à utilização da *internet* (Quadro 6.1), cerca de 88,5% dos indivíduos não utiliza, e apenas 11,5% são utilizadores, apresentando as mulheres uma taxa inferior à dos homens. Nestes dados pode estar refletido o menor grau de instrução das mulheres. No que diz respeito aos não utilizadores, a maioria nunca utilizou a *internet* (97,4%). Importa aqui percecionar quais os motivos que levam à não utilização, se fatores ligados ao uso da tecnologia, à falta de conhecimento dos benefícios que podem usufruir ou, mesmo, a questões económicas. Já no que diz respeito aos que deixaram de utilizar, existe uma diferença em termos de género os homens são em dobro das mulheres, e seria interessante entender, em investigação futura, que critérios são mencionados por ambos os géneros sobre a falta de interesse desta inclusão digital.

Quadro 6.1 - Utilizadores de *internet* por género (indivíduos com mais de 65 anos)

P1. É um Utilizador de *internet* (pelo menos uma vez por semana)?

	Sim	Não	Total
Masculino	13,5%	86,5%	100,0%
Feminino	9,9%	90,1%	100,0%
Total	11,5%	88,5%	100,0%

P2. Nunca utilizou a *internet* ou deixou de usar?

	Nunca utilizou	Deixou de utilizar	Total
Masculino	96,4%	3,6%	100,0%
Feminino	98,2%	1,8%	100,0%
Total	97,4%	2,6%	100,0%

Analizando a variável idade, tendo como referência os não utilizadores (88,5%), verifica-se que a amostra se comporta da seguinte forma, face aos que nunca utilizaram: 33,3% na faixa etária dos 65 aos 69 anos; 46,4% dos 70 aos 79 anos, e 17,7% para os maiores de 80 anos. Observa-se também que apenas 3% deixou de utilizar a *internet*, sendo que 2% ocorreu na faixa etária dos 65 aos 69 anos e 1% dos 70 aos 79 anos. Na nossa perspetiva, importa fazer duas ponderações relativamente a estes dados: o desinteresse pelo uso de *internet* estará associado à capacidade de usabilidade ou pelo facto dos inquiridos acharem que não é para si (Helsper, 2009); e se na não utilização da *internet* é relevante o sentimento de benefício para a sua vida (Neves, 2013) e se isso é potenciado pela variável idade.

Estas observações lançam-nos aqui alguns desafios de significação, considerando, porém, que 55,7% sabe o que é a *internet* apesar de não utilizar e 29,8% não têm qualquer conhecimento. Importa, assim, entender qual a justificação para o não uso da *internet*, para além da possível falta de literacia digital; e, sobre os utilizadores, interessa averiguar que tipo de tecnologia utilizam, quais são os seus principais interesses no uso da *internet* e até quem tem perfil nas redes sociais *online*.

6.1.2. As relações sociais dos seniores em torno das atividades *online*

Partindo do conhecimento sobre as atividades desenvolvidas pelos seniores *online* é intuito percecionar os seus interesses e como se desenrolam as suas relações de sociabilidade.

Os dados indicam que a não utilização da *internet* está diretamente relacionada com a falta de conhecimento suficiente para usar (52,4%) e apenas 19% referem que não veem utilidade nessa utilização.

Dos 11,5% dos indivíduos que utilizam a *internet*, o computador é o meio mais utilizado no acesso às suas atividades *online* (Figura 6.2), sendo que as atividades que mais se destacam são: enviar e

receber *e-mails* (80%), pesquisar informação para fins lúdicos (76%) e utilizar *sites* de redes sociais (*Facebook, Instagram, Google +*) (60%).

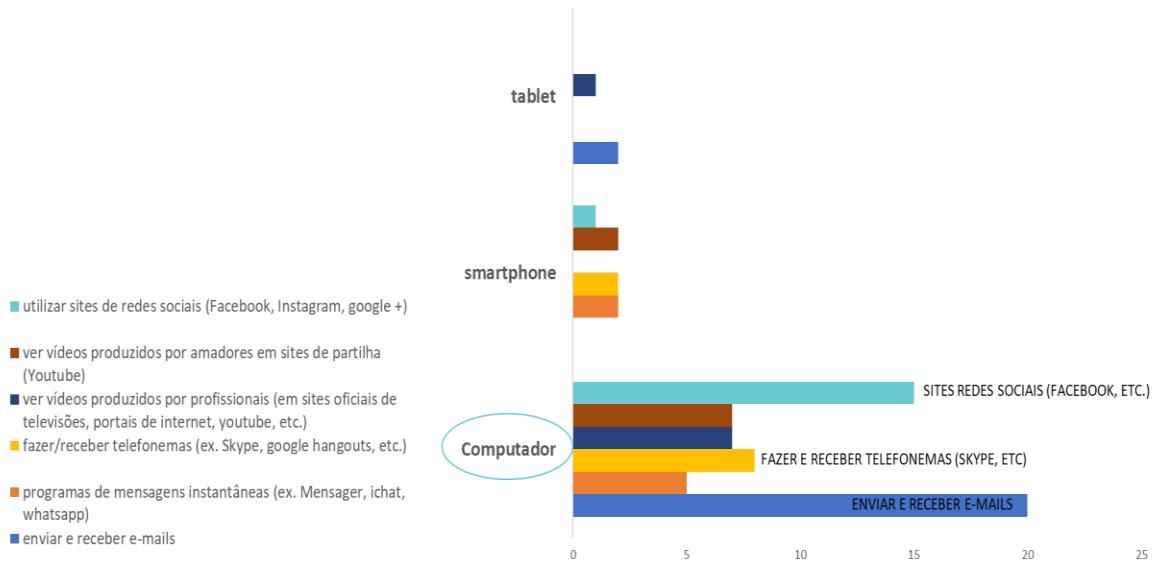


Figura 6.2 - Algumas atividades realizadas na *internet* por dispositivos tecnológicos em número de indivíduos (indivíduos com mais de 65 anos)

Numa análise comparativa entre atividades que realizam na *internet* e a variável género, observou-se que, para ambos os sexos, a *internet* é utilizada, essencialmente, para enviar e receber *e-mails* (H:44%; M:16%). Os indivíduos do sexo masculino dão preferência a atividades como: utilizar programas de mensagens instantâneas (ex. *Messenger, iChat, WhatsApp*) (16%) e ler conteúdos de jornais e revistas (16%). Porém, para as mulheres a opção das atividades no uso da *internet* recai em: fazer/receber “telefonemas” (ex. *Skype, Google, Hangouts, etc.*) (12%), enviar e receber *e-mails* (8%) e ler conteúdos de jornais e revistas (8%). Ambos os géneros (8%) utilizam a *internet* para aceder a *websites* de redes sociais (*Facebook, Instagram, Google+*, ...).

Como sugere a análise, se se considerar as atividades utilizadas para comunicação e socialização como os *e-mails*, as mensagens instantâneas e os telefonemas a nossa observação é que existe uma associação entre o uso da *internet* e as relações de sociabilidade, mas que aqui se encontra restringida ao uso da tecnologia e que se torna relevante aprofundar e interpretar.

Dos 11,5% dos utilizadores da *internet*, mais de metade (60%) usam as redes sociais *online*, embora isso signifique que à escala da amostra total é uma percentagem muito reduzida de utilizadores (6,5%), sendo que o *Facebook* assume claramente relevância na rede mais utilizada (56%) pelos seniores com idades compreendidas entre os 65 e os 79 anos (Figura 6.3).

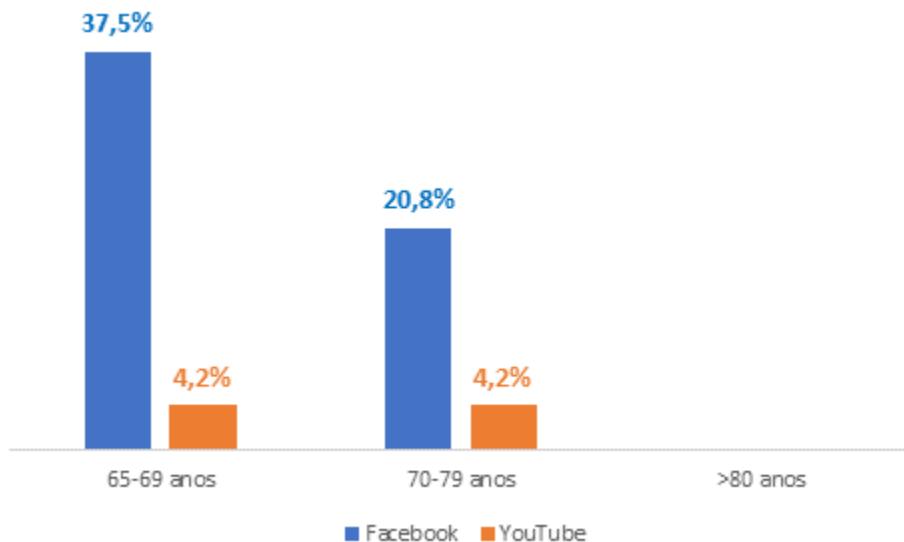


Figura 6.3 - Redes sociais *online* mais utilizadas por idade (indivíduos com mais de 65 anos)

Em resumo, podemos afirmar que em 2015, os seniores utilizadores de redes sociais *online* eram em maioria os indivíduos mais novos, a tecnologia mais utilizada era o computador, e o *Facebook* liderava o *ranking* das redes mais utilizadas. Todavia, por este estudo estar focado no uso dos *media*, vários campos de análise se interrogam ao nível dos estudos da *internet*, tendo como relevância o domínio das redes sociais *online* por parte dos seniores.

6.2. Sociedade em Rede 2013: os seniores e a *internet* em Portugal

O estudo “Obercom – A *Internet* em Portugal – Sociedade em Rede 2013” (Obercom, 2013) revela que apenas 11,8% da população com mais de 65 anos são utilizadores de *internet*, e que à medida que a faixa etária aumenta, menor é o número de utilizadores (Figura 6.4), dados que se assemelham aos anteriores (ERC, 2015).

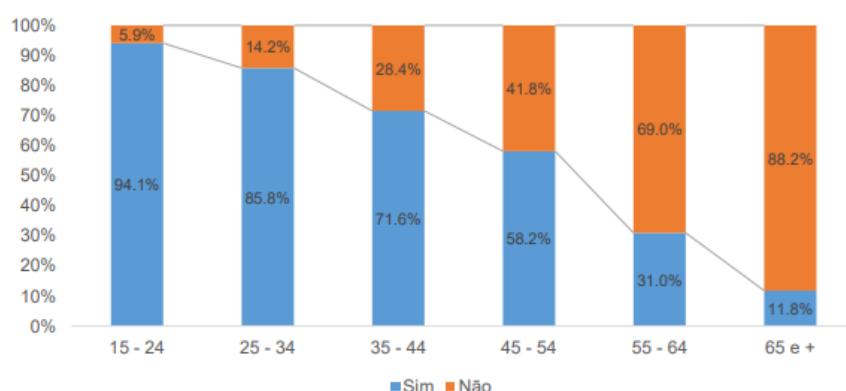


Figura 6.4 - Utilização de *internet* por escalão etário em Portugal
Fonte: OberCom, Inquérito a sociedade em Rede 2013 (n=1542)

A análise dos dados constitui-se como uma forma de percecionar alguns comportamentos dos seniores em áreas como: a utilização de *internet*; a navegação por conteúdos; e o uso das redes sociais *online*.

6.2.1. O sénior digital num Portugal em rede

Apesar de termos um sénior digital a uma escala nacional muito reduzida, continuamos a considerar de enorme relevância o acesso aos dados do estudo “Obercom – A *Internet* em Portugal – Sociedade em Rede 2013” (Obercom, 2013), para que através de uma análise quantitativa sobre os indivíduos com mais de 65 anos nos permita olhar para os resultados e refletir sobre o perfil do sénior num Portugal em rede.

A subamostra de indivíduos com mais de 65 anos é constituída por 342 inquiridos, dos quais se obtém a dimensão de 145 pessoas do género masculino e 197 do género feminino, com idades compreendidas entre os 65 e os 85 anos e distribuídas da seguinte forma: 40% dos 65 aos 69 anos, 50% dos 70 aos 79 anos e 9% com mais de 80 anos. Destes, apenas 11,8% são utilizadores de *internet* (H:6,1%; M:5,3%), dos quais apenas 50% têm perfil criado nas redes sociais *online* (H:17,5%; M:32,5%) (Quadro 6.2). De notar que, face aos dados da ERC (2015), verifica-se que as mulheres usam mais as redes sociais *online* do que os homens, e, apesar não serem estudos comparativos, questiona-se se esta inferência possa estar associada aos índices de escolaridade ou a particularidades das redes ao nível da socialização.

Quadro 6.2 - Tabulação cruzada por contagem entre sexo vs. utilizadores de redes sociais *online* com mais de 65 anos (n=40)

A0 - Sexo do entrevistado	W2 - Utilizador de redes sociais		
	Sim	Não	Total
Masculino	7	14	21
Feminino	13	6	19
Total	20	20	40

Nos dados globais, o índice de escolaridade da subamostra possuía 57,6% de indivíduos com o 1º ciclo, 22,4% tinham escolaridade média (2º e 3º ciclos e ensino secundário) e apenas 7,1% continham estudos superiores (curso médio e superior), sendo, ainda, representativo (12,8%) as pessoas que não sabiam ler nem escrever, ou apesar de saberem ler e escrever nunca frequentaram a escola. Porém, o nível de instrução é uma variável que o estudo de Díaz-Prieto e Gacía-Sánchez (2016) associa à utilização das redes sociais *online*, e fazendo uma análise descritiva de tabulação cruzada entre estas duas variáveis (Figura 6.5), verifica-se que as pessoas sem instrução ou que apenas sabem ler e

escrever não utilizam estas redes, e de facto, quanto maior é o índice de escolaridade menor é o número de não utilizadores. Todavia, como se observa nestes dados, arriscamo-nos a ponderar uma inter-relação entre o grau de instrução e o uso, existindo, contudo, uma percentagem bastante elevada de não utilizadores (50%), como mencionado anteriormente, sendo que é intuito na nossa fase empírica analisar os dados de caracterização sociodemográfica face ao uso das redes sociais *online*.

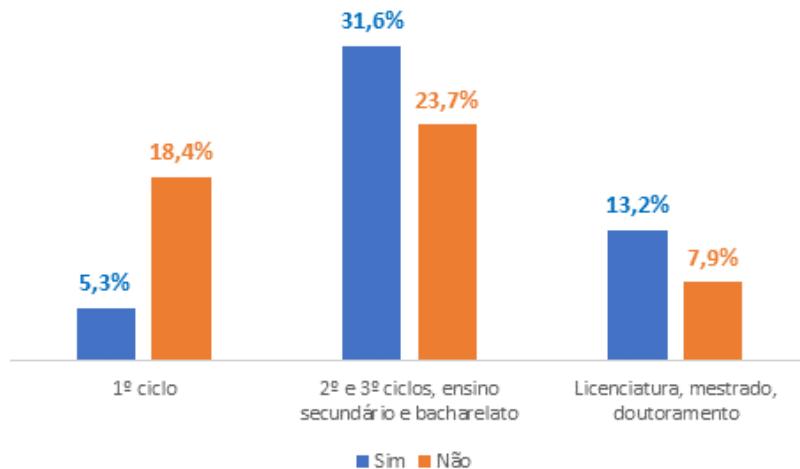


Figura 6.5 - Nível de escolaridade da população com mais de 65 anos utilizadores de redes sociais *online* (n=40)

Importa entender que o não uso das redes sociais *online*, de alguma forma, acaba por estar subjacente ao não uso da *internet*. Estes dados, em que 88,4% são indivíduos não utilizadores de *internet*, são bastante significativos para o panorama digital dos seniores em Portugal, e apesar de mais de metade saber o que é a *internet* não a utilizam, ainda existe alguma iliteracia quando 29,8% assume que não sabe o que é a *internet*, embora já tenha ouvido falar (Quadro 6.3). Factos estes que despertam alguns campos de análise: será que quem sabe o que é e não utiliza não tem a percepção do tipo de benefícios ou de atividades pelo qual pode vir a usufruir? Considera que não tem capacidades com a usabilidade da tecnologia para o fazer ou simplesmente não vê utilidade em usar? Para quem não sabe o que é, mas já ouviu falar existe falta de interesse e de conhecimento? Considera não ter capacidades, ou não tem meios de acesso?

No que se refere ao principal motivo pelo qual estes não utilizadores não aderem à *internet* é por considerarem não saberem o suficiente para usar (52,4%) ou não verem utilidade nessa utilização (19%), tal como observou Helsper (2009), e no estudo anterior (ponto 6.1.2), em que não havendo comparabilidade de dados, os resultados se mantêm análogos. É, também, evidente que o interesse em virem, algum dia, a utilizar a *internet* é manifestado negativamente por 60,6%, apenas 20,6% destes seniores afirma que talvez e 2,3% confirma que sim. Realçamos aqui que existe um potencial de cerca

de 23% de não utilizadores que mostram algum interesse no uso da *internet* no futuro e, não sendo nosso objeto de análise nesta investigação, será um tema pertinente em futuros estudos.

Quadro 6.3 - Nível de conhecimento sobre a *internet* dos utilizadores com mais de 65 anos (n=342)

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Sim, sabe o que é	191	55,7	63,0	63,0
	Não sabe o que é, mas já ouviu falar	102	29,8	33,6	96,6
	Não sabe o que é nem nunca ouviu falar	6	1,7	2,0	98,6
	Ns/Nr	4	1,2	1,4	100,0
	Total	303	88,4	100,0	
Omissos	Sistema	40	11,6		
	Total	342	100,0		

Em resumo, o sénior digital na sociedade em rede é composto por indivíduos utilizadores de *internet*, com idades compreendidas entre os 65 e os 79 anos, com instrução, e em que cerca de metade usam as redes sociais *online*. Nestes resultados, as mulheres estão mais despertas para a utilização das redes sociais *online* do que os homens, por isso importa entender qual a diferença de usos evidenciadas por cada género, incentivando assim o foco de potenciais atividades e benefícios.

6.2.2. Inclusão digital dos seniores: atividades na *internet*, dispositivos tecnológicos e uso das redes sociais *online*

A transição dos seniores para o mundo digital tem associado a usabilidade com a tecnologia ao nível das experiências e interações positivas (Cunha, 2017), o acesso à *internet* e as atividades que são desenvolvidas quer em termos de comunicação, entretenimento, comércio e informação (Sum et al., 2008).

No que diz respeito às atividades de comunicação na *internet* (Figura 6.6), os dados revelam-nos que contactar com os amigos e enviar/receber *e-mails* são as atividades mais utilizadas pelos seniores, seguindo-se as mensagens instantâneas e o uso das redes sociais *online*. Dados que se assemelham e se observaram no ponto 6.1.2, também fatores ligados à socialização e comunicação estimulam as atividades na *internet*. De notar, igualmente, que os seniores mais novos (65-69 anos) são mais ativos digitalmente do que as pessoas com mais de 70 anos, por isso importa percecionar se o facto está ligado à iliteracia digital, à usabilidade da tecnologia ou, simplesmente ao interesse manifestado.

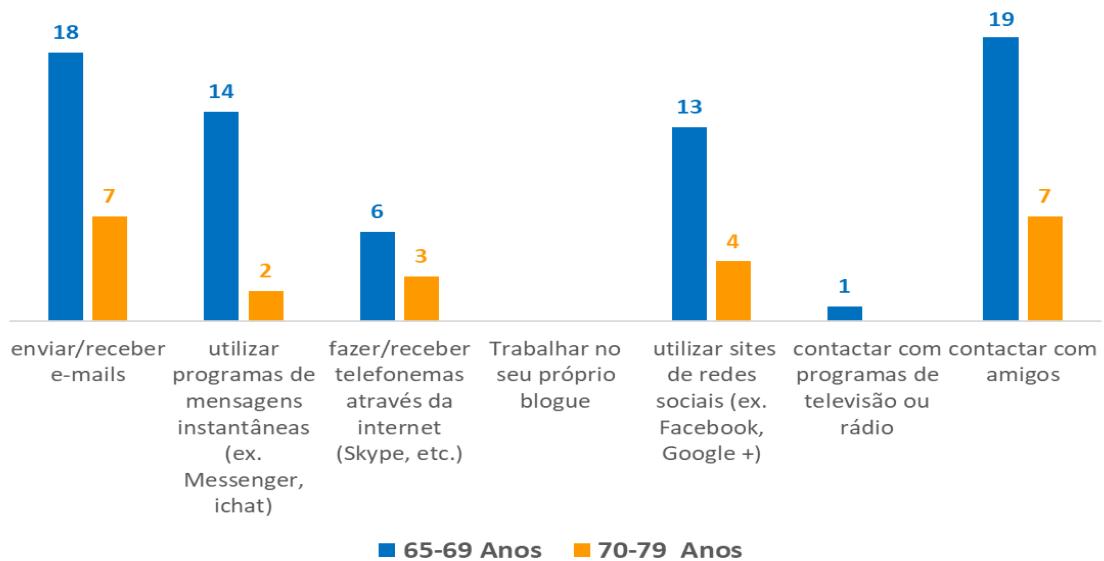


Figura 6.6 - Atividades na *internet* por segmentos de idade (subamostra: indivíduos com mais de 65 anos; n=40)

No campo da tecnologia utilizada para as atividades de comunicação, e ao contrário dos resultados anteriores (ERC, 2015) e como se constata na Figura 6.7, para além do computador, os seniores utilizam igualmente o telemóvel/tablet. A explicação destes resultados não é percutível se se ponderar haver uma analogia entre os restantes dados, embora como tenhamos referido não há comparabilidade entre os estudos pelos métodos e abordagens distintas. Em complemento, dados de implantação do telemóvel/*smartphones*, e do *tablet* junto do segmento +65 anos associados a fatores sociodemográficos poderiam ajudar a ilustrar perfis de utilizadores.

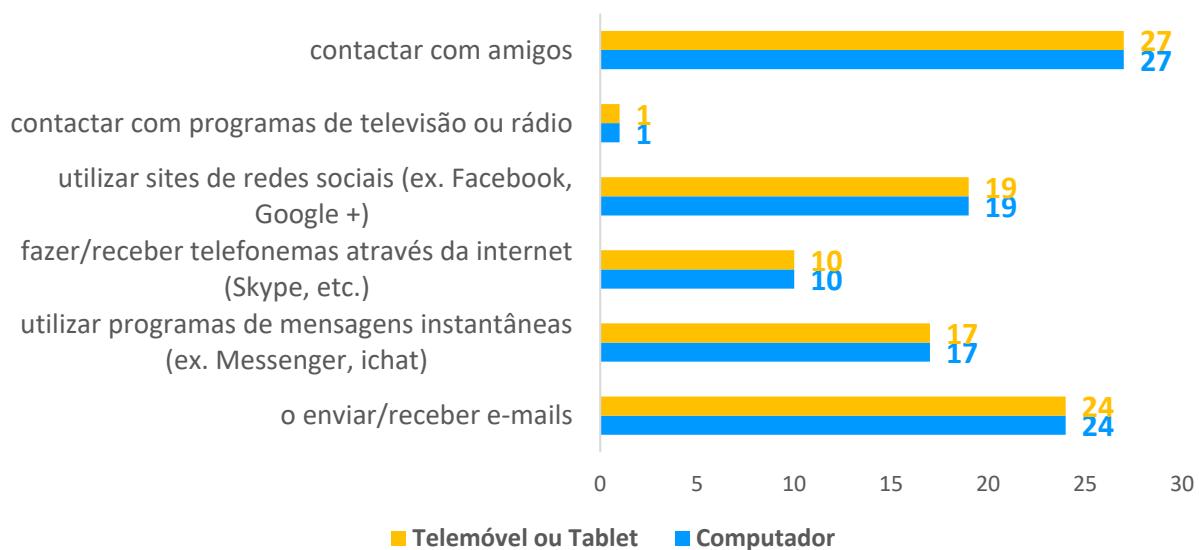


Figura 6.7 - Dispositivos tecnológicos utilizados em atividades de comunicação por indivíduos com mais de 65 anos (n=40)

Sobre o acesso a informação diversa, os seus graus de interesse variam com a idade, com base na Figura 6.8, verifica-se que os seniores com mais de 80 anos apenas se interessam em pesquisar informação sobre serviços públicos, política, sindical ou associativa, consultar bibliotecas, encyclopédias, ao mesmo nível, encontram-se a pesquisa de informação sobre saúde e a leitura de blogues e, por fim, a consulta de notícias na *internet* e informação sobre a sua cidade. Os dados demonstram, igualmente, que a população com idades compreendidas entre os 65 e os 69 anos é mais ativa nas atividades *online*, apesar do segmento etário dos 70 aos 79 anos partilhar, na maioria, os mesmos interesses, mas com menor atividade. Importa, também, mencionar que as atividades mais procuradas pelos seniores são a participação em cursos *online* e a utilização do *Twitter* em todas as idades (Figura 6.8) e géneros (Figura 6.9). O que denota, por um lado, a sua vontade em aprender e por outro o acesso a informação não jornalística.



Figura 6.8 - Atividades de informação diversa por idade dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)

Numa análise por género surgem diferenças sobre os interesses nas atividades de informação que procuram (Figura 6.9). De uma forma global, as mulheres procuram essencialmente informações sobre saúde, viagens, espetáculos e consultam bibliotecas, encyclopédias e dicionários (ex. Wikipédia), enquanto os homens pesquisam informação sobre serviços públicos, consultam bibliotecas,

enciclopédias e dicionários (ex. Wikipédia), tal como as mulheres, e buscam informação política, sindical e associativa, dando menos relevância à saúde, viagens, informação sobre a cidade, espetáculos programados e à leitura de blogues e ter acesso a notícias de imprensa no *Facebook*.

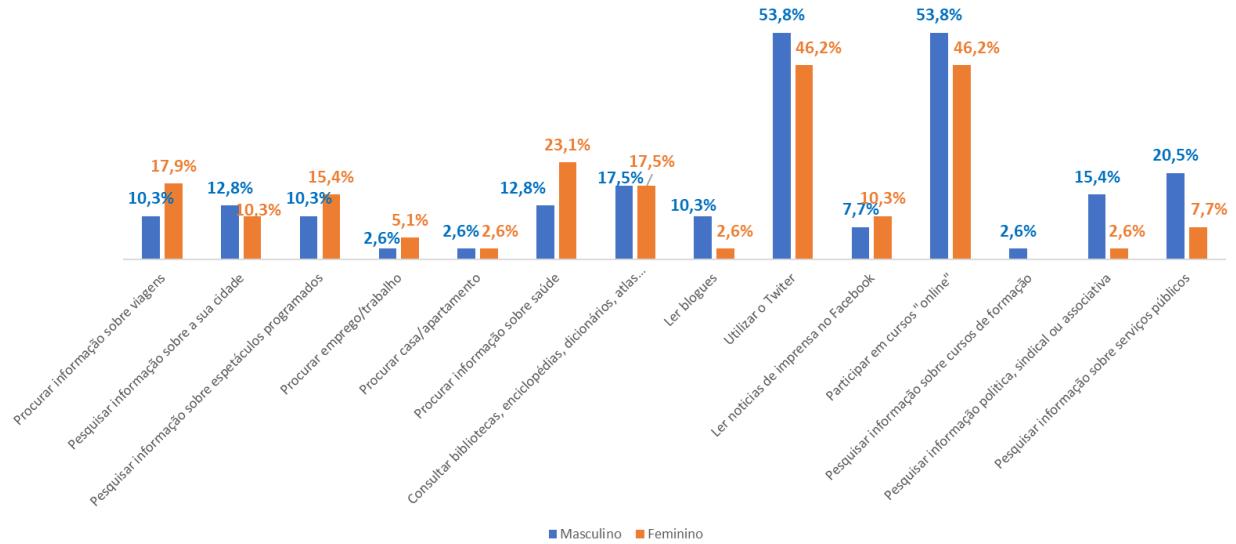


Figura 6.9 - Atividades de informação diversa por género dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)

A rede social *online* mais utilizada pelos seniores é sem qualquer dúvida o *Facebook*, uma vez que todos têm perfil criado nesta rede, identificados pelo nome pessoal e no qual têm publicado: a data de nascimento (80%), a fotografia pessoal (65%) e apenas 15% divulga vídeos e músicas. Contudo, neste estudo, o *Twitter* acaba por ser uma rede com bastante expressão e interesse em cerca de metade dos utilizadores seniores.

Por isso, e, em modo de reflexão, podemos validar que a rede de *Facebook* é a rede mais utilizada pelos seniores, como defendem estudos de outros autores (Ciboh, 2017; Coelho, 2019; Ellison et al., 2007; Jung & Sundar, 2016; Páscoa & Gil, 2012; Rebelo, 2013; Vosner et al., 2016; Vroman et al., 2015), porém existem outras também usadas como o *YouTube* (ERC, 2015) e o *Twitter* (Obercom, 2013).

6.2.3. As Relações de sociabilidade e o uso da tecnologia

As relações de sociabilidade dos seniores diminuem com a idade, essencialmente, com os familiares que não vivem em sua casa (Quadro 6.4).

Quadro 6.4 - Tabulação cruzada entre a idade e os familiares que não vivem em sua em casa e que se relacionam com frequência (indivíduos com mais de 65 anos)

	Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	65	37	10,8	10,8
	66	26	7,5	18,3
	67	20	5,9	24,2
	68	32	9,5	33,7
	69	22	6,3	40,0
	70	32	9,4	49,4
	71	17	5,0	54,4
	72	23	6,8	61,2
	73	12	3,6	64,9
	74	19	5,5	70,3
	75	11	3,2	73,5
	76	12	3,6	77,2
	77	16	4,7	81,8
	78	19	5,6	87,4
	79	10	3,0	90,4
	80	13	3,7	94,1
	81	4	1,3	95,4
	82	6	1,9	97,2
	83	5	1,5	98,7
	85	4	1,3	100,0
Total	342	100,0	100,0	

Globalmente, com os familiares que vivem no mesmo distrito, a frequência de contacto é estabelecida, normalmente, de forma pessoal, seguindo-se o contacto por telefone fixo e telemóvel, pelo menos uma vez por semana ou por mês (Figura 6.10).

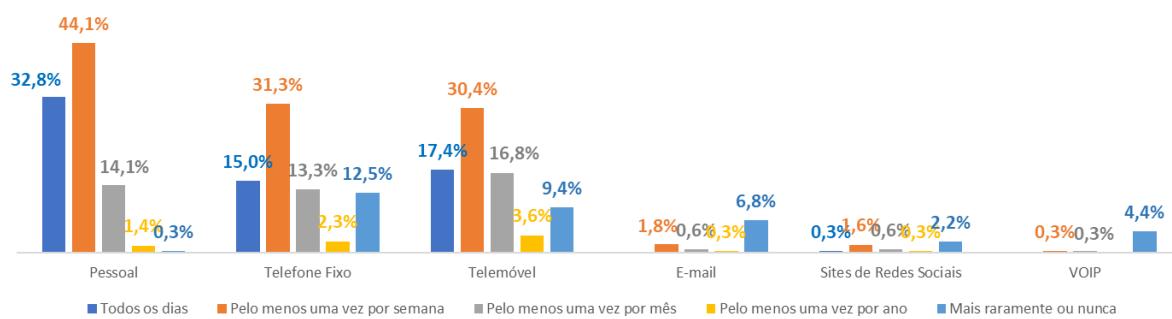


Figura 6.10 - Frequência de contactos com familiares no mesmo distrito por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)

Na relação com os amigos que vivem no mesmo distrito, prevalece o contacto pessoal diário ou pelo menos uma vez por semana, seguindo-se o contacto semanal ou mensal por telefone fixo e telemóvel (Figura 6.11).

Através destes dados, subentende-se que as relações de amizade acabam por ser mais próximas que as relações com os familiares em termos de contactos estabelecidos.

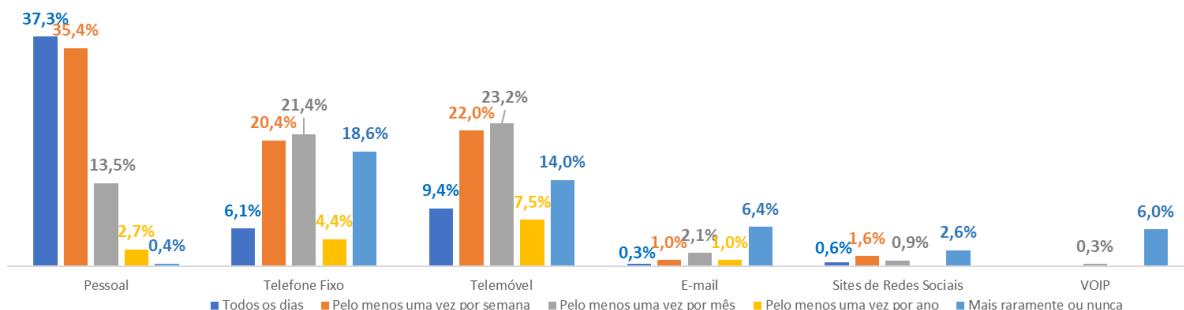


Figura 6.11 - Frequência de contactos com amigos no mesmo distrito por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)

Todavia, à medida que surge o afastamento geográfico, diminui a frequência diária dos contactos. Com os familiares que vivem fora do distrito, os seniores tentam que prevaleça o contacto pessoal, pelo menos uma vez por mês ou por ano. Quanto à frequência diária, esta diminui com a utilização de outros meios, sendo os mais utilizados o telemóvel e o telefone fixo, existindo quase uma ausência de contactos por e-mail, através de sites de redes sociais online e VOIP (Figura 6.12).

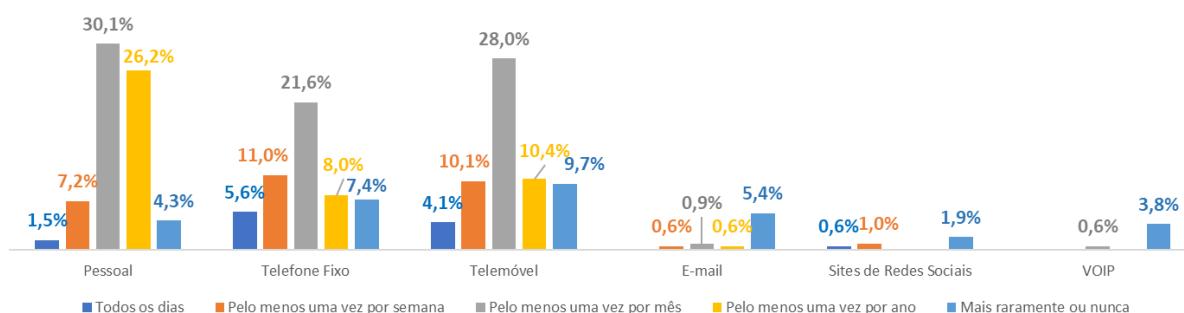


Figura 6.12 - Frequência de contactos com familiares noutro distrito por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)

Contudo, o mesmo não acontece com os amigos que vivem noutra distrito. Neste aspeto, sobe ligeiramente o número de indivíduos que utilizam o e-mail nas suas comunicações e, até, os contactos mensais por VOIP (Figura 6.13).

Aquilo que se observa é que com o afastamento geográfico dos familiares e amigos, os seniores nem por isso utilizam de forma mais frequente a tecnologia para socializar e reduzir o tempo e a distância.

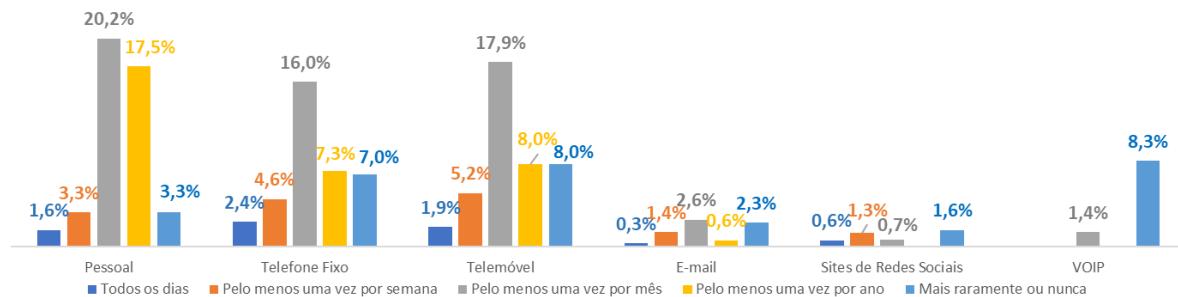


Figura 6.13 - Frequência de contactos com os amigos noutro distrito por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)

O que acontece com a existência de familiares e amigos residentes no estrangeiro? Os hábitos e as tecnologias mudam?

Com os familiares no estrangeiro, tal como no afastamento para outros distritos, diminui a frequência de contactos. Os contactos pessoais passam na maioria a ser uma vez por ano, seguindo-se de raramente ou nunca, descem os contactos por rede fixa e por telemóvel, aumentando, no entanto, mas de forma muito insignificante, o uso do *e-mail*, dos sites de redes sociais e do *VOIP* (Figura 6.14).

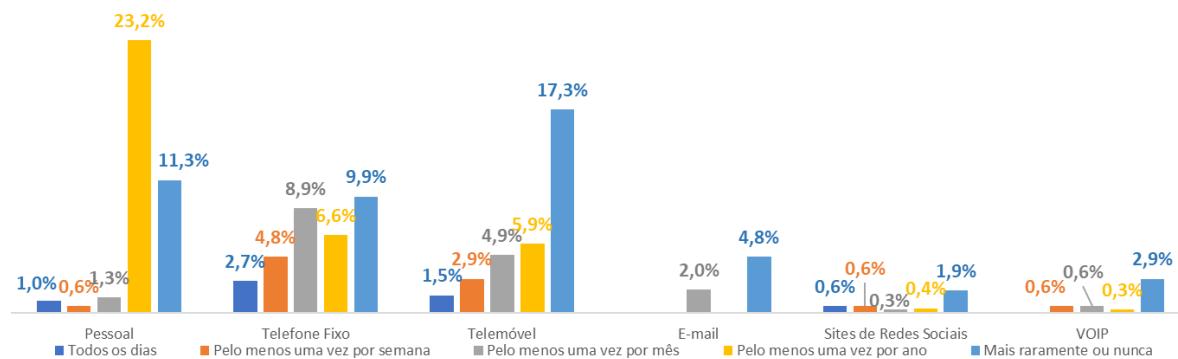


Figura 6.14 - Frequência de contactos com familiares no estrangeiro por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)

Para além de diminuir a frequência de contactos com os amigos que se encontram no estrangeiro, é relevante realçar que é quase nulo o uso do *e-mail*, das redes sociais *online* e do *VOIP* para manter

estes contactos, ao contrário do que se esperaria para manterem e reforçarem os seus laços de amizade (Figura 6.15).



Figura 6.15 - Frequência de contactos com amigos no estrangeiro por tecnologia dos inquiridos com mais de 65 anos (n=40)

Ao contrário dos estudos de Madden (2010), em que o *e-mail* era o meio mais utilizado para manter o contacto com familiares e amigos, nestes resultados, o telefone fixo acaba, ainda, por ser muito utilizado pelos seniores nas suas relações de socialização quer com familiares, como com os amigos. Considerando que o telemóvel acaba por ter expressão como um dos meios mais utilizados para comunicar, como refere Lehtinen et al. (2009), especialmente para conversar, enviar mensagem (SMS) e *e-mails*, tentou-se perceber, através do cruzamento entre a variável género e as várias atividades, o que os indivíduos realizam através deste meio e percecionou-se que não existe uso do telemóvel no acesso às redes sociais *online* nestes estudos. Refletindo em abordagens de análise para a nossa investigação, poderão elevar-se duas interpretações: a primeira é a de que os telemóveis utilizados pelos seniores, na maioria, não são *smartphones* com acesso à *internet*, uma vez que ao se exibirem os dados de tabulação cruzada apenas 0,6% dos homens o usam para tal e; a segunda é a de que o computador é o meio mais utilizado para se desenvolverem as atividades nas redes sociais *online*, tal como revelam os estudos de Selwyn (2004) em que o computador era o meio mais utilizado para comunicar com os outros e aprender.

Cada meio de comunicação tem as suas características e está diretamente relacionado com a usabilidade, e a adoção da tecnologia está associada a experiências e interações de uso (Cunha, 2017), por isso na nossa investigação importa incorporar, não só o tipo e o uso da tecnologia, mas, também, o tipo de atividades e redes sociais *online* que lhe estão associadas.

6.2.4. Funcionalidades e motivações de referência para o uso das redes sociais *online* pelos seniores

O *Facebook* é a rede mais utilizada pelos seniores neste estudo, sendo que, todos os utilizadores da amostra que usam as redes sociais *online*, têm perfil criado na rede.

Através da observação da Figura 6.16 sobre das funcionalidades mais utilizadas nas redes sociais *online* onde os seniores têm perfil criado, verifica-se que, ao nível do comportamento global, as mulheres têm uma atividade superior à dos homens. As mulheres utilizam mais o envio de mensagens (11), colocam *likes* e comentam *posts* (8), seguindo-se os *chats* e os serviços de alertas dos aniversários (7). Os homens valorizam, igualmente, o envio de mensagens e a colocação de *likes* nas publicações (5), usam o serviço de *chat*, comentam *posts* e distinguem-se notoriamente das mulheres pela criação de aplicações (4).

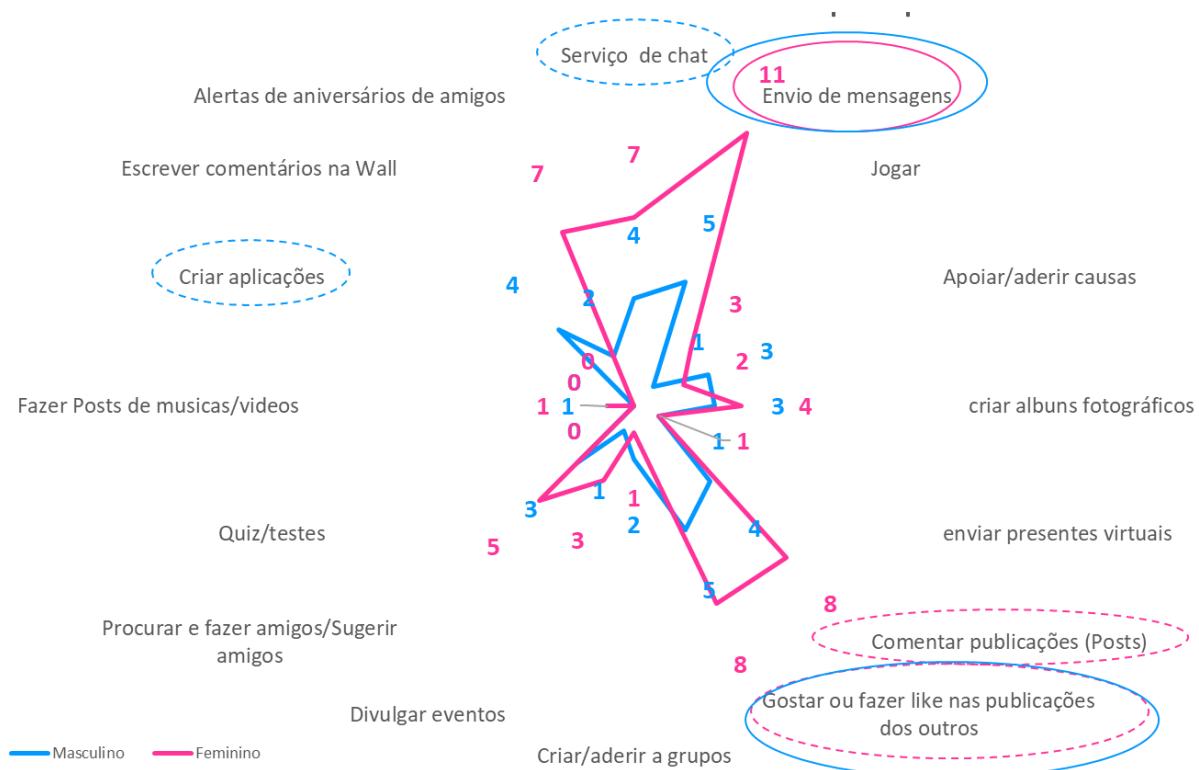


Figura 6.16 - Relação entre funcionalidades utilizadas nas redes sociais *online* onde os seniores (indivíduos com mais de 65 anos) têm perfil por Género (n=20)

São poucos os estudos associados às funcionalidades mais utilizadas nas redes sociais *online*, Wasserman et al. (2012) evocam também as mensagens indo de encontro ao verificado nestes resultados.

No entendimento de Silva et al. (2013) a teoria das redes encontra-se posicionada numa dimensão meso-sociológica, querem com isto os autores dar respostas e elucidar sobre o comportamento dos indivíduos através das redes de que fazem parte, e, por outro lado, explicar como se estruturam as redes com base na análise das interações entre os indivíduos associadas às suas motivações. Sendo que nesta relação, entre individuo/sociedade e sociedade/indivíduo, prevalece a explicação da estrutura social.

Por isso, a este nível, é importante perceber como são constituídas as redes, quais as ligações e que tipo de conexões possuem: familiares e amigos (Quan-Haase et al., 2017; Teng & Joo, 2017; Vilte et al., 2013), pessoas que já não viam há muito tempo e que se reencontraram (Coelho, 2019; Rebelo, 2013), pessoas que estão longe (Ellison et al., 2007; Gibson et al., 2010; Páscoa, 2017) e, eventualmente, novos relacionamentos (Bargh & McKenna, 2004; Kraut et al., 1998; Kraut et al., 2002; Neves, 2015; Williams, 2005) baseados nos seus interesses.

Os resultados evidenciam que os fatores motivacionais que influenciam os seniores a se inscreverem numa rede social *online* estão diretamente relacionados com a sua rede e as suas relações sociais, indo de encontro aos estudos acima referidos. A principal motivação é manterem o contacto com pessoas que estão longe, seguindo-se, por ordem decrescente, o facto de a maioria dos indivíduos que conhecem estarem nestas redes, o poderem manter o contacto com pessoas que não veem há muito tempo, assim como, o lhes permitir fortalecer relações que já existiam *offline* (Figura 6.17).

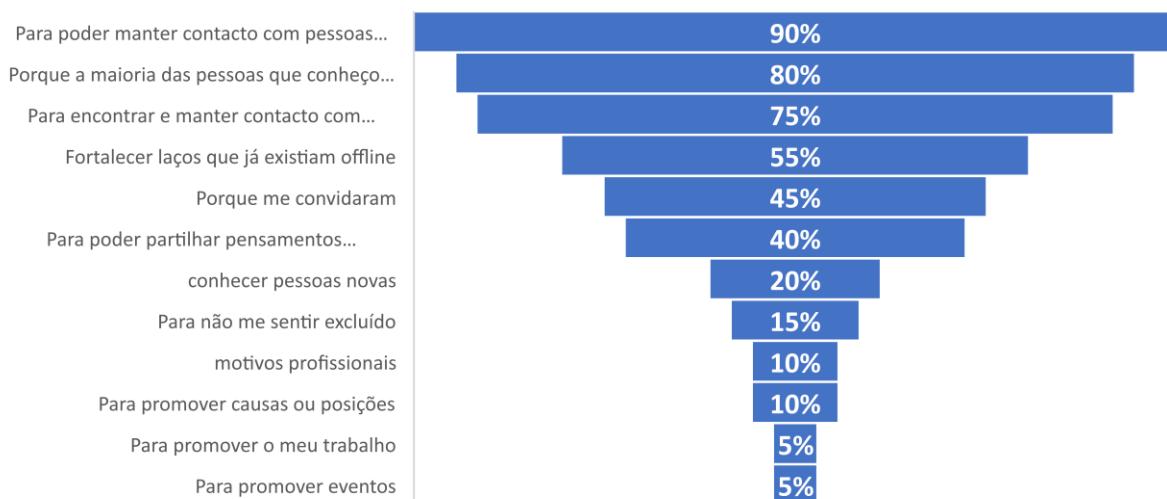


Figura 6.17 - Motivos que levaram os indivíduos inquiridos com mais de 65 anos a aderir à rede social *online* mais utilizada (n=20)

As motivações e as funcionalidades são compostas por variáveis que devem fazer parte do nosso estudo, no sentido de as tornar explicativas para a compreensão dos seus relacionamentos destes indivíduos com as variáveis sociodemográficas e os contextos sociais em que se encontram envolvidos.

6.3. Ser séniior numa sociedade em rede: reflexões e linhas de investigação

Voltamos a reiterar que não existe uma análise comparativa, nem evolutiva entre estes dois estudos com representatividade nacional, e onde apenas podemos focar dados semelhantes sem que nos possibilitem analogias e conclusões.

Todavia, existem alguns comentários de análise, com ressalvas de limitações ao nível do âmbito das investigações que podemos mencionar e que nos serviram para a investigação que nos propusemos realizar e desenvolvida nos capítulos seguintes.

Quer na análise dos dados do estudo “ERC - Públicos e Consumos de Média de 2015” (11,5% de utilizadores de *internet*), como da “Sociedade em Rede 2013” (11,8% de utilizadores de *internet*) observa-se que as taxas de integração digital da geração sénior (indivíduos com mais de 65 anos) são bastante baixas em Portugal, e que, apenas cerca de metade destes utilizadores de *internet* têm perfil criado nas redes sociais *online*.

A rede social *online* maioritariamente utilizada é o *Facebook* e em termos de idade, os seniores mais novos (com idades compreendidas entre os 65 e os 69 anos) são os que mais utilizam. Estes resultados vêm de encontro aos restantes estudos nacionais e internacionais (Ciboh, 2017; Coelho, 2019; Ellison et al., 2007; Jung & Sundar, 2016; Páscoa & Gil, 2012; Rebelo, 2013; Vosner et al., 2016; Vroman et al., 2015; Wasserman et al., 2012), sendo que a informação sobre outras redes utilizadas é escassa e pouco sustentada. A revisão da literatura identificou um forte crescimento das redes sociais *online*, motivo pelo qual se torna relevante no futuro observar se houve, também, uma maior adesão por parte deste segmento etário.

As variáveis sociodemográficas como a idade, e a escolaridade têm influência quer no grau de utilização das redes sociais *online* como ao nível do tipo de utilização, tal como referido por Jiménez et al. (2013), no qual se denota nestes estudos, ao contrário do que afirma este autor e apesar de não se ter realizado um estudo aprofundado, que a variável género tem pouca influência ao nível da usabilidade, mas acaba por ter impacto nas variáveis de atividades desenvolvidas e no tipo de informação que procuram e pesquisam na *internet*. Por isso, constitui, assim, relevância o estudo do impacto das variáveis sociodemográficas no uso e atividades desenvolvidas nas redes sociais *online*, para uma melhor interpretação sobre os fatores que influenciam as capacidades dos indivíduos mais velhos em lidar com estas redes.

Os fatores determinantes para o não uso da *internet* é o não a saberem usar e a circunstância de não percecionarem a utilidade que possa ter nas suas vidas. Contudo, comprehende-se que a importância para os que a utilizam está associada ao poder manter o contacto com quem está longe, ou, por possibilitar partilhar interesses semelhantes, conhecer pessoas que estão nessas redes ou, ainda, procurar e encontrar pessoas que já não veem há muito tempo. Estas motivações demonstram a sua valorização e necessidade de relacionamento com os seus contactos que se encontram distantes (Coelho, 2019; Gibson et al., 2010; Páscoa, 2017).

Ao contrário do que se poderia supor, e, em modo de reflexão tendo por base estas motivações evidenciadas para o uso da *internet*, quem utiliza as redes sociais *online* o faz para fortalecer os laços existentes ou para colmatar as lacunas de dispersão geográfica com os seus familiares, amigos e

conhecidos. Nos dados do estudo da sociedade em rede 2013 observa-se que com o afastamento geográfico diminuem os contactos diários, contudo, isso não proporciona um aumento significativo na utilização das redes sociais *online*.

Neste sentido, e também sustentados na revisão da literatura, consideramos que se torna pertinente fazer evoluir o nosso campo de investigação, não só, para o entendimento do impacto das redes sociais *online* nos relacionamentos com as conexões fortes e fracas da sua rede, mas, também, para a relevância que estas redes poderão ter no entretenimento, na procura de informação e na comunicação. No fundo, é nosso objetivo estudar o impacto das redes sociais *online* no capital social no segmento +65 anos e compreender melhor como as utilizam, assim como, ao nível do conhecimento, do lazer e do apoio social, como forma de maior inclusão social e diminuição dos momentos de solidão.

Conhecer o perfil dos seniores utilizadores das redes sociais *online* e perceber de que vantagens e benefícios usufruem na sua vida e no seu bem-estar aquando do seu uso é um dos focos desta investigação. Através de uma abordagem sobre os percursos de vida delineou-se objetos de análise de forma a compreender em que momento a tecnologia e as redes sociais *online* surgem no seu ciclo de vida. Igualmente, e considerando que o segmento sénior não é homogéneo por segmento etário, uma abordagem qualitativa irá possibilitar estruturar perfis de utilizadores, que não estarão condicionados apenas aos fatores sociodemográficos (idade, estado civil, género, nível de escolaridade e profissão que exerceu ao longo da vida), mas, principalmente, pelos seus interesses e atividades enquanto usuários.

Capítulo 7 . Os seniores e as redes sociais *online* em Portugal

Neste capítulo procura-se, através de uma triangulação dos dados quantitativos e qualitativos da nossa análise empírica, dar resposta às nossas perguntas de investigação e validar as hipóteses propostas num enquadramento dos conceitos dos diferentes tipos de capital social, avaliando como contributo o uso por parte dos seniores portugueses das redes sociais *online*.

Os resultados quantitativos são provenientes de um inquérito realizado através de um questionário *online* a utilizadores de *internet* e de redes sociais *online*, a pessoas com mais de 65 anos, e os qualitativos através de entrevistas semiestruturadas a seniores utilizadores da rede *Facebook*. Ambos foram descritos em termos de características e procedimentos no capítulo 5 que trata da conceptualização e metodologia da investigação.

Primeiramente centraremos, em cada ponto, a atenção nos dados estatísticos quantitativos, e os dados qualitativos irão sustentar uma melhor compreensão dos resultados, ilustrando com análises quantitativas e discursivas, bem como com outros indicadores/ou estudos realizados nacional e internacionalmente.

O primeiro e o segundo pontos deste capítulo apontam os indicadores gerais de cada amostra das duas fases empíricas desenvolvidas e o enquadramento sociodemográfico dos utilizadores e não utilizadores das redes sociais *online*.

Os fatores sociodemográficos e a sua correlação com o uso das redes sociais *online* são abordados no ponto 7.3, seguindo-se o ponto 7.4 com um enquadramento sobre a inclusão dos seniores nestas redes, tendo em conta os padrões e modos de uso.

A abordagem às funções, motivações, usos e atividades dos seniores nas redes sociais *online* (ponto 7.5) foi complementada com observações ao nível da tecnologia utilizada, do tamanho e da estrutura das conexões existentes, fazendo uma associação ao que procuram os seniores nas redes sociais *online*.

E sustentando o propósito deste capítulo, descreve-se no ponto 7.6 o papel que as redes sociais *online* têm no prolongamento da vida dos seniores, e no ponto 7.7 faz-se o enquadramento sobre a relevância que possuem ao nível da solidão e da autoestima dos seniores inquiridos e entrevistados.

Em suma, o ponto 7 reflete as principais conclusões da pesquisa empírica associada ao propósito da investigação: o contributo das redes sociais *online* no capital social dos seniores em Portugal.

7.1. Os seniores *online* e no *Facebook*

De forma a clarificar os dados apresentados durante este capítulo, ressalva-se que a investigadora prosseguiu, na sua abordagem, com uma metodologia de recolha dos dados já descrita no ponto 5.5.2,

não considerando semelhanças com outros estudos e tendo em conta apenas os propósitos da sua investigação que sustentou com a revisão da literatura e com a análise exploratória desenvolvida no capítulo anterior.

7.1.1. Os seniores *online* do estudo

Partindo da análise sobre o perfil do segmento sénior na amostra do inquérito por questionário *online* observa-se, tendo por base os dados sociodemográficos evidenciados no Quadro 7.1, que iremos trabalhar com uma homogeneidade de dados em termos do género, nos indivíduos com perfil nas redes sociais *online*.

A amostra é constituída por indivíduos entre os 65 e os 85 anos, contudo, tendo em consideração a importância de evidenciar os mais novos e os mais velhos, optou-se por agrupar, nas análises, por segmentos de idade. Assim, a amostra constitui-se por indivíduos dos 65-69 anos (48%), dos 70-79 anos (46%) e dos 80-85 anos (6%).

Quadro 7.1 – Descrição da amostra (indivíduos com mais de 65 anos) com e sem perfil nas redes sociais *online*

	Com Perfil nas redes sociais <i>online</i> (n=235)	Com Perfil nas redes sociais <i>online</i> (%)	Sem Perfil nas redes sociais <i>online</i> (n=102)	Sem Perfil nas redes sociais <i>online</i> (%)	Total (n=337)	Total (%)
Idade						
65-69 anos	110	48%	25	25%	135	41%
70-79 anos	111	46%	58	57%	165	50%
80-85 anos	14	6%	18	18%	32	9%
Género						
Feminino	117	50%	56	57%	170	52%
Masculino	118	50%	41	43%	158	48%
Estado Civil						
Solteiro (a)	14	6%	2	2%	16	5%
União de Facto	11	5%	3	3%	14	4%
Casado (a)	153	65%	56	60%	209	64%
Separado (a)	9	4%	2	2%	11	3%
Divorciado (a)	22	9%	8	9%	30	9%
Viúvo (a)	26	11%	22	24%	48	15%

(Continua)

(Continuação)

	Com Perfil nas redes sociais online (n=235)	Com Perfil nas redes sociais online (%)	Sem Perfil nas redes sociais online (n=102)	Sem Perfil nas redes sociais online (%)	Total (n=337)	Total (%)
Escolaridade						
Nunca frequentou a escola, mas sabe ler e escrever	0	0%	1	1%	1	0%
1º ciclo do ensino básico (4º ano de escolaridade)	17	8%	16	17%	33	10%
2º ciclo do ensino básico (6º ano de escolaridade)	7	3%	1	1%	8	3%
3º ciclo do ensino básico (9º ano de escolaridade)	34	15%	10	11%	44	14%
Ensino secundário (12º ano de escolaridade)	47	21%	18	20%	65	20%
Bacharelato/curso médio/CET	27	12%	3	3%	30	9%
Licenciatura (ensino superior)	74	33%	32	35%	106	33%
Mestrado (ensino superior)	16	7%	6	7%	22	7%
Doutoramento (ensino superior)	4	2%	5	5%	9	3%
Situação perante o Trabalho						
Trabalha a tempo completo	12	5%	2	2%	14	4%
Trabalha a tempo parcial	5	2%	2	2%	7	2%
Está desempregado (a)	1	0%	0	0%	1	0%
Reformado (a)	217	91%	84	90%	301	91%
Doméstica	2	1%	3	3%	5	2%
Incapacitado permanentemente para o trabalho	1	0%	2	2%	3	1%
Região onde vive (NUTS III)						
Alentejo Central	1	0%	0	0%	1	0%
Alentejo Litoral	6	3%	1	1%	7	2%
Algarve	6	3%	2	2%	8	2%
Alto Alentejo	3	1%	1	1%	4	1%
Alto Minho	0	0%	0	0%	0	0%
Alto Tâmega	0	0%	45	48%	45	11%
Área Metropolitana de Lisboa	106	45%	4	4%	200	48%
Área Metropolitana do Porto	20	9%	0	0%	20	5%
Ave	8	3%	0	0%	8	2%
Baixo Alentejo	2	1%	0	0%	2	0%
Beira Baixa	1	0%	0	0%	1	0%
Beiras e Serra da Estrela	2	1%	0	0%	2	0%
Cávado	0	0%	0	0%	0	0%
Douro	0	0%	0	0%	0	0%
Lezíria do Tejo	6	3%	1	1%	7	2%
Médio Tejo	6	3%	13	14%	19	5%
Oeste	2	1%	2	2%	4	1%
Região Autónoma da Madeira	0	0%	0	0%	0	0%
Região Autónoma dos Açores	1	0%	0	0%	1	0%
Região de Aveiro	11	5%	4	4%	15	4%
Região de Coimbra	32	14%	12	13%	44	11%
Região de Leiria	10	4%	6	6%	16	4%
Tâmega e Sousa	10	4%	1	1%	11	3%
Terras de Trás-os-Montes	0	0%	0	0%	0	0%
Viseu Dão Lafões	2	1%	1	1%	3	1%

O acesso à *internet* nesta população com mais de 65 anos surge como uma nova aprendizagem ao longo da sua vida, quer em termos profissionais, mas essencialmente a nível pessoal, considerando que a *internet* surge nos anos 90 em Portugal. Em 1994⁴ a *internet* é apresentada e começa por se generalizar nas classes sociais média e média alta, nas classes profissionais especializadas e nos estudantes universitários, que na altura eram nascidos na década de 70. Consideramos assim, na amostra, que a utilização da *internet* passou, para a maioria das pessoas em estudo, por uma aprendizagem na fase adulta.

A recolha dos dados englobou 337 respostas válidas de utilizadores de *internet*, dos quais 235 indivíduos (70% da amostra) têm perfil criado nas redes sociais *online* e 102 (30% da amostra) não as utilizam (75% nunca utilizaram e 2% deixaram de utilizar).

Estes utilizadores de *internet*, são maioritariamente casados (64%), seguindo-se o estado de viuvez (15%) e divorciados (9%). Estando estabelecida a idade da reforma os 66 anos e 5 meses em Portugal (eportugal.gov, 2019), e como é natural, na globalidade, a situação perante o trabalho dos inquiridos é a de reformado (91%).

Como abordado na análise dos dados exploratórios (ERC 2015; Obercom 2103), os utilizadores da *internet* têm um índice de escolaridade mais elevado, o que também se torna efetivo nesta amostra onde 33% são licenciados. Porém, existe a um segundo nível, 20% das pessoas que completaram o ensino secundário (12º ano de escolaridade) e 14% terminaram o 3º ciclo do ensino básico (9º ano de escolaridade). Jiménez et al. (2013) referem que a escolaridade é um fator associado à usabilidade, em que, normalmente, maiores índices de escolaridade levam a uma maior usabilidade da tecnologia, da *internet* e das redes sociais *online*. Não comportando a amostra, utilizadores que não sabem ler nem escrever ou que nunca frequentaram a escola, mas que sabem ler ou escrever, os dados levam-nos a ponderar se as pessoas desta amostra com menor índice de escolaridade tiveram acesso ou alguma abordagem às TIC, através da sua atividade profissional, em outros ambientes sociais ou escolares, ou se simplesmente lhes foi incutido pelos familiares que os apoiaram na sua inclusão digital, uma vez que como evidenciou o estudo de Rodrigues e Oliveira (2012) alguns jovens afirmam ajudar os avós no acesso à *internet* e no uso do telemóvel.

Estes fatores sociodemográficos identificados servirão de base de análise enquanto variáveis nos próximos capítulos, para a interpretação de correlações sobre usos, atividades e motivações na utilização das redes sociais *online*.

Considerou-se que perante uma amostra não representativa, a dimensão nacional seria essencial na obtenção de alguma diversidade de indivíduos em território nacional, minimizando os

⁴ Num seminário em Portugal intitulado “A Internet em Portugal” José Legatheaux, na altura subdiretor da Faculdade e Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa apresenta publicamente a *internet*. Fonte: Público, “os pioneiros da *internet* em Portugal”, 30 de outubro de 2009

condicionalismos de apenas se analisarem os indivíduos residentes nos grandes centros urbanos. Assim, dos utilizadores com perfil criado nas redes sociais *online* vivem 45% na Área Metropolitana de Lisboa, 14% na Região de Coimbra e 9% na Área Metropolitana do Porto. As restantes regiões do território nacional estão representadas com taxas que variam entre um inquirido e os 5%. De referir, ainda, que existem 6 regiões NUTS III, no qual não nos foi possível obter inquiridos utilizadores de redes sociais *online* que são: Alto Minho, Alto Tâmega, Cávado, Douro, Região Autónoma da Madeira e Terras de Trás-os-Montes.

Ainda, sobre o perfil dos utilizadores de redes sociais *online*, relativamente à zona onde nasceram e atualmente residem, 48,5% nasceram no mesmo distrito onde residem, 44,7% vivem fora do distrito onde nasceram e 6% nasceram fora de Portugal (Países PALOP ou no estrangeiro). Estes dados podem ser explicativos no manter de relações com familiares e amigos que se encontram nos locais onde nasceram, ou até mesmo nas atividades e funcionalidades que as redes sociais *online* podem permitir na procura de informação das suas vivências de outros tempos e evolução das cidades das suas origens.

Para complementar a relevância dos dados para este estudo, 98% dos utilizadores de redes sociais *online*, são utilizadores diretos e com perfil criado nas redes, tornando-se quase irrelevante os que utilizam através de outra pessoa (familiar ou amigos), pelo que o enviesamento dos resultados não será significativo pelo facto das redes sociais *online* fazerem parte da sua vida, na maioria os perfis são pessoais e não partilhados com outras pessoas.

Mantendo a coerência e indo de encontro aos resultados dos estudos anteriores, a rede social *online* que mais usam é o *Facebook* (98,7%), e, seguindo uma ordem decrescente, as restantes redes referidas pelos utilizadores inquiridos são: *WhatsApp* (66,2%), *YouTube* (36,4%), *Instagram* (28,1%) *Linkedin* (19,5%), *Twitter* (9,1%) e 4,3% outras (*Blog*, *e-mail*, *Messenger*, *Pinterest*, *Skype*, *Hangouts*, *Telegram*, *VIBER* e *Vimeo*). A grande evidência aqui, face aos estudos anteriores, é que existe uma diferenciação no uso de outras “redes”, e demonstra-se que as redes sociais *online* começam a ganhar expressão também no segmento sénior, tornando-se visível a importância do *WhatsApp* e não menos relevante o *YouTube* e o *Instagram*. São redes com características diferentes, pelo que iremos tentar nos próximos capítulos interpretar estes resultados, sem que seja o foco da nossa investigação o seu aprofundamento.

Numa análise entre os modos de utilização com a variável género, como se observa na Figura 7.1, comparando o *Facebook* e o *WhatsApp* verifica-se que o seu uso é semelhante entre homens e mulheres, as diferenças não ultrapassam um ponto percentual. Contudo, nas restantes redes as mulheres dão mais relevância do que os homens no *Instagram* e a outras, enquanto o inverso sucede com o *YouTube*, o *Linkedin* e o *Twitter*.

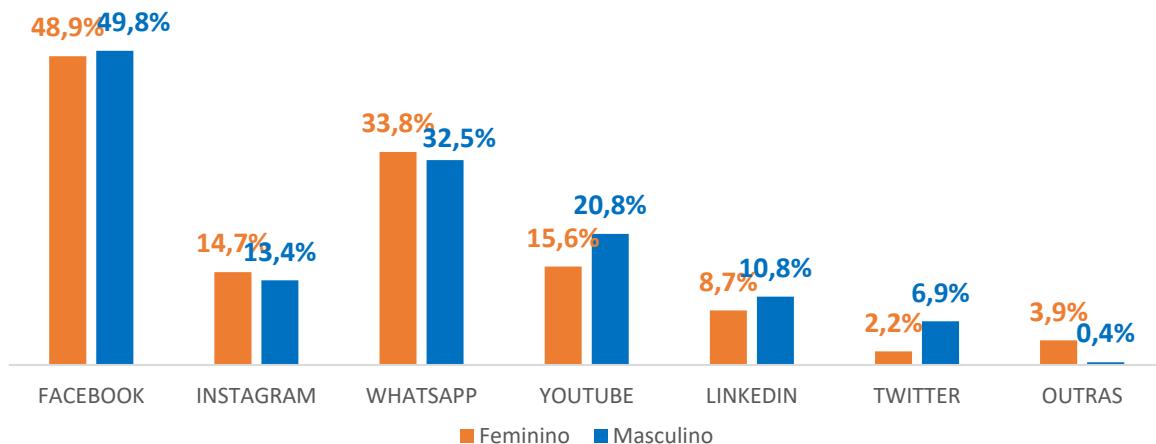


Figura 7.1 – Redes sociais *online* utilizadas pelos inquiridos com o cruzamento com a variável género
(n=235)

Nesta inquirição, e com base nestes dados surge-nos como ponto de partida e que iremos tentar interpretar e aprofundar mais à frente, se estas diferenças de comportamento entre homens e mulheres que usam as redes sociais *online* estão associadas às atividades e motivações de cada género, tendo em consideração as características próprias de cada rede.

7.1.2. Os seniores do estudo com perfil no Facebook

Nesta análise, a investigadora, ao pensar num enquadramento analítico que foi sustentado anteriormente pelos resultados do inquérito por questionário *online* e pela revisão da literatura, planeou o desenvolvimento da pesquisa qualitativa que abrangeu 30 entrevistas semiestruturadas, segundo a metodologia referenciada no ponto 5.5.3.

A recolha de dados foi concluída, com a totalidade dos entrevistados na situação de reforma e residentes na Região de Lisboa (NUTSIII), conforme expressa a sua estrutura da amostra (Quadro 7.2).

Quadro 7.2 - Seniores utilizadores da rede *Facebook*: caracterização dos entrevistados (n=30)

ANTES DO CONFINAMENTO					
Nome	Idade	Género	Estado Civil	Escolaridade	Acesso à tecnologia anteriormente
01_AMÉLIA	73	Feminino	Viúvo (a)	4ª Classe	Não
02_BIA	78	Feminino	Casado (a)	3ª Classe	Não
03_ARTUR	66	Masculino	Casado (a)	Curso Comercial	Sim
04_CLARA	66	Feminino	Divorciado (a)	Licenciado (a)	Não
05_BRUNO	79	Masculino	Casado (a)	4ª Classe	Não
06_DÁLIA	73	Feminino	Viúvo (a)	4ª Classe	Não
07_ESTER	66	Feminino	Casado (a)	7º Ano	Sim
08_FLÁVIA	66	Feminino	Viúvo (a)	6º Ano	Não
09_CÉSAR	68	Masculino	Casado (a)	4ª Classe	Não
10_GABI	74	Feminino	Casado (a)	3ª Classe	Não
11_HELOISA	69	Feminino	Casado (a)	9º Ano	Não
DURANTE O CONFINAMENTO					
Nome	Idade	Género	Estado Civil	Escolaridade	Acesso à tecnologia anteriormente
12_DAVID	72	Masculino	Divorciado (a)	7º Ano	Sim
13_ELTON	68	Masculino	Solteiro (a)	Licenciado (a)	Sim
14_IVONE	79	Feminino	Solteiro (a)	Licenciado (a)	Sim
15_FELICIO	76	Masculino	Casado (a)	Curso Industrial	Não
16_GASPAR	66	Masculino	Viúvo (a)	Licenciatura Incompleta	Sim
17_JÚLIA	75	Feminino	Viúvo (a)	7º Ano	Sim
18_LÚCIA	76	Feminino	Divorciado (a)	Licenciado (a)	Sim
19_MARIA	87	Feminino	Viúvo (a)	Licenciado (a)	Não
20_NICOLE	67	Feminino	Divorciado (a)	1º Ciclo	Não
21_OLGA	80	Feminino	Viúvo (a)	5º Ano	Sim
22_PETRA	85	Feminino	Casado (a)	Licenciatura Incompleta	Não
23_HÉLDER	74	Masculino	Viúvo (a)	9º Ano	Sim
24_ISAC	77	Masculino	Divorciado (a)	Licenciado (a)	Sim
25_JOSUÉ	81	Masculino	Casado (a)	Curso Comercial	Sim
26_LEONEL	76	Masculino	Viúvo (a)	5º Ano	Sim
27_MÁRIO	87	Masculino	Viúvo (a)	7º Ano	Sim
28_NICO	82	Masculino	Divorciado (a)	Licenciado (a)	Sim
29_OTÁVIO	65	Masculino	Divorciado (a)	7º Ano	Sim
30_PETER	78	Masculino	Viúvo (a)	Licenciado (a)	Sim

O intuito foi todos os entrevistados serem utilizadores com perfil criado no *Facebook*, a rede social *online* mais utilizada pelos seniores portugueses, e que, no final, se pudesse ter uma amostra equilibrada entre idade (65-69 Anos: H:5 e M:5; 70 - 79 Anos: H:7 e M:7; > 80 Anos: H:3 e M:3), género

(H: 15; M:15) e estado civil (Casados: H:5 e M:5; Viúvos: H:6 e M:6; Divorciados: H:3 e M:3; Solteiros: H:1 e M:1).

Não sendo uma amostra com perfis representativos, importa realçar que, globalmente, são seniores com uma vida ativa, na maioria procuram desenvolver atividades fora de casa e em que 13 indivíduos (H:4 e M:9), ou seja, 43% da amostra, nunca tinha tido contacto com a tecnologia nas suas atividades profissionais anteriores.

Ao nível das trajetórias escolares não há pessoas sem instrução, 7 concluíram apenas a 3^a e 4^a classe; 10 possuem os 5º, 6º, 7º e 9º ano, tendo alguns já feito a escolaridade na fase adulta; 3 fizeram o curso comercial; 2 têm frequência universitária e 8 possuem habilitações ao nível da licenciatura.

É evidente, nestes indivíduos, o interesse na aprendizagem, mesmo as pessoas com menor escolaridade revelaram ter pena de não terem prosseguido os estudos, porém na sua época, a situação económica e social durante a infância e juventude não lhes permitia. Os homens referem que tinham de ir trabalhar muito novos para ajudar financeiramente em casa, ou para que, rapidamente, se tornassem independentes, e as mulheres, como socialmente era concebida a ideia de que não precisavam de estudar, tinham de ajudar em casa, cuidar dos irmãos e cresceram num contexto social em que a mulher casava e cuidava do marido, dos filhos e da casa.

A sua vida social associa-se, maioritariamente, aos seus *hobbies*, às atividades de lazer e voluntariado, essencialmente, como argumentam, com aquilo que lhes dá prazer fazer na vida. Os entrevistados têm histórias de vida distintas, mas que lhes permitiram ter hoje uma vida económica estável.

O aprofundado da análise qualitativa exposta permite-nos, com base numa quantificação permitida pela análise categorial, conferir alguns dados de perfil que se traduzem no Quadro 7.3, e que verificam uma ilustração de como se apresentam no *Facebook*, como estão organizados, que contactos possuem e como estão estruturados.

Quadro 7.3 - Seniores utilizadores da rede *Facebook*: caracterização do perfil dos entrevistados (n=30)

Perfil no Facebook			
Tipos de Grupos	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Cultura (cinema, teatro, literatura, ...)	13	43,33	56,52
Locais	11	36,67	47,83
Artes Manuais (pintura, bordados, ...)	7	23,33	30,43
Desporto	4	13,33	17,39
Turismo	3	10,00	13,04
Culinária	2	6,67	8,70
Anedotas	1	3,33	4,35
Animais	1	3,33	4,35
Economia e Política	1	3,33	4,35
Religião	1	3,33	4,35
Compra e venda <i>online</i>	1	3,33	4,35
DOCUMENTOS com código(s)	23	76,67	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	7	23,33	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

Composição da Rede	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
familiares e amigos	23	76,67	88,46
Figuras Públicas (cantores, atores e escritores)	13	43,33	50,00
Conhecidos	9	30,00	34,62
Pessoas que conhece pessoalmente	6	20,00	23,08
Novos relacionamentos	5	16,67	19,23
Pessoas que fazem parte da sua vida social	5	16,67	19,23
DOCUMENTOS com código(s)	26	86,67	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	4	13,33	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

Contactos	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Menos de 100	12	40,00	42,86
Entre 100 e 500	10	33,33	35,71
Mais de 1000	4	13,33	14,29
Entre 500 e 1000	2	6,67	7,14
DOCUMENTOS com código(s)	28	93,33	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	2	6,67	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

O que tem descrito no perfil do Facebook	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Nome	18	60,00	94,74
Foto pessoal	15	50,00	78,95
Data de nascimento/Aniversário	10	33,33	52,63
Localidade onde vive	9	30,00	47,37
contactos pessoais (telefone e e-mail)	5	16,67	26,32
Interesses	4	13,33	21,05
Relacionamentos	3	10,00	15,79
DOCUMENTOS com código(s)	19	63,33	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	11	36,67	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

De forma analítica e contextualizada, verifica-se que, fundamentalmente, a sua rede de contactos é constituída por familiares e amigos, embora seja do seu interesse seguir algumas figuras públicas,

aquelas que vão de encontro à sua preferência de grupos a que estão associados na área da cultura, das artes e do desporto.

Na maioria, o número de ligações da sua rede de contactos não ultrapassa as 500 conexões (cerca de 73%), sendo que 40% têm até 100 conexões, demonstrando que, na maioria, os seniores utilizadores da rede *Facebook* são seletivos na gestão dos contactos que estabelecem.

A maioria dos entrevistados não se recorda do que tem descrito no seu perfil. Ponderamos que possa ter a ver com o facto de que muitos foram ajudados pelos filhos, netos ou professor de informática, não sabendo o que têm descrito, nem interesse em compreender como se cria um perfil. Contudo, a gestão da sua privacidade é notória, apesar do nome e a foto pessoal serem utilizadas pela maioria, outros dados como, onde vivem, especificações pessoais, principais relacionamentos e interesses, apenas uma minoria o exibe no perfil. O sentimento de insegurança e de preservação da sua privacidade leva à precaução na divulgação dos seus dados.

No objeto de análise da utilização das redes sociais *online* pelos seniores do nosso estudo e observando os dados do Quadro 7.4, se, por um lado todos são utilizadores do *Facebook*, também a maioria utiliza o *WhatsApp* (86,67%), justificando que agora com telemóveis melhores, esta aplicação lhes permite uma ligação mais momentânea e de videochamada com os familiares, especialmente, com os netos que não utilizam o *Facebook*. Essencialmente, consideram o *WhatsApp* um meio mais pessoal em que a comunicação é mais direta e estabelecida só com quem querem. Podemos mesmo afirmar que os seniores que têm *smartphones* utilizam o *WhatsApp*, fundamentalmente, para falarem com os seus familiares mais diretos, e pertencem a grupos de família e dos amigos das atividades que frequentam.

O *Messenger* (30%) é utilizado para falar de forma privada quando estão no *Facebook*, o *Instagram* (26,67%) é usado porque os netos, na maioria, já não usam Facebook e, deste modo, sempre podem ir acompanhando as suas publicações. O *Skype* é utilizado por 16,67%, embora para alguns tenha caído em desuso, como nos explicam, pelo facto de passarem a utilizar mais o *WhatsApp*. O *Twitter* é usado por apenas 10% dos entrevistados, onde apenas as pessoas com mais habilitações têm perfil criado, porém acabaram por admitir que não o utilizam. Quase sem expressão surgem as outras redes, como o *Linkedin*, o *FaceTime*, o *Spotify* e o *Pinterest*, que pelas suas características, quando utilizadas, o seu interesse passa pela importância dada às artes e cultura, como revelaram alguns entrevistados.

Quadro 7.4 - Seniores utilizadores da rede *Facebook*: outras redes sociais *online* utilizadas pelos entrevistados (n=30)

Outras redes utilizadas	Utilização das redes sociais <i>online</i>		
	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
<i>WhatsApp</i>	26	86,67	92,86
<i>Messenger</i>	9	30,00	32,14
<i>Instagram</i>	8	26,67	28,57
<i>YouTube</i>	5	16,67	17,86
<i>Skype</i>	5	16,67	17,86
<i>Twitter</i>	3	10,00	10,71
<i>Spotify</i>	1	3,33	3,57
<i>Pinterest</i>	1	3,33	3,57
<i>Linkedin</i>	1	3,33	3,57
<i>FaceTime</i>	1	3,33	3,57
DOCUMENTOS com código(s)	28	93,33	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	2	6,67	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

O contacto físico com jornais, livros ou até mesmo CDs é muito apreciado e preterido, mas sempre que possível a ler os *media online* ou *e-books*. E, os que apreciam a música optam, preferencialmente, pelo *YouTube* (16,67%) que lhes permite ver e ouvir *online*, para além de aceder aos espetáculos e de possibilitar acompanhar os artistas de que gostam.

7.2. Os seniores infoexcluídos das redes sociais *online*

A infoexclusão de alguns seniores nas redes sociais *online* foi uma realidade encontrada na primeira fase da pesquisa empírica - seniores utilizadores da *Internet*, mas sem perfil criado nas redes sociais *online*. Apesar da investigação se centrar nos utilizadores das redes sociais *online*, considerou-se relevante analisar, de forma não aprofundada, o perfil dos não utilizadores, averiguando se estes indivíduos se enquadram nos fatores relacionados com a aceitação da tecnologia, propostos por Braun (2013), ou se apenas era evidente a não percepção dos benefícios de que poderiam usufruir (Vroman et al., 2015).

Os dados descritos no Quadro 7.5, relativos aos não utilizadores das redes sociais *online*, divulgam que 75% nunca as utilizaram e 25% dos indivíduos deixaram de usar. Observando os dados, na perspetiva das diferenças de género, constata-se que cerca de 61% das mulheres nunca as utilizaram comparativamente com 34% dos homens. Neste sentido, surgem considerações que podem abrir novos campos de pesquisa no futuro, se estes valores estão associados a graus de interesse, a menor

escolaridade, ou, simplesmente, se os homens são mais ativos nas redes sociais *online*, como referem Vosner et al. (2016).

Quadro 7.5 - Seniores sem Perfil nas redes sociais *online* (n=102)

	Nunca utilizou	Deixou de utilizar	Total			
Género	n=77	75%	n=25	25%	n=102	100%
Feminino	47	61%	6	24%	53	52%
Masculino	26	34%	14	56%	40	39%
Escolaridade	n=72	78%	n=20	22%	n=92	100%
Nunca frequentou a escola, mas sabe ler e escrever	1	1%	0	0%	1	1%
1º ciclo do ensino básico (4º ano de escolaridade)	14	19%	2	10%	16	17%
2º ciclo do ensino básico (6º ano de escolaridade)	0	0%	1	5%	1	1%
3º ciclo do ensino básico (9º ano de escolaridade)	8	11%	2	10%	10	11%
Ensino secundário (12º ano de escolaridade)	14	19%	4	20%	18	20%
Bacharelato/curso médio/CET	1	1%	2	10%	3	3%
Licenciatura (ensino superior)	26	36%	6	30%	32	35%
Mestrado (ensino superior)	3	4%	3	15%	6	7%
Doutoramento (ensino superior)	5	7%	0	0%	5	5%
	Sim, Sabe o que é	Não sabe o que é, mas já ouviu falar	Total			
Género	n=72	78%	n=20	22%	n=92	%
Feminino	38	53%	15	75%	53	58%
Masculino	34	47%	5	25%	39	42%

No global, os não utilizadores de redes sociais *online* representam 30% da amostra, deste universo apenas 22% “não sabe o que é, mas já ouviu falar”, e a maioria (78%) “sim, sabe o que é”, mas não usa. Dos inquiridos que sabem o que são as redes sociais *online*, 25% já utilizaram e deixaram de utilizar. Não sendo o nosso objeto de análise entender quais os fatores que estão associados aos seniores que sabem o que são as redes sociais *online*, mas que não as usam, poderemos sugerir, com base na revisão da literatura realizada, que os indicadores podem estar relacionados ao facto de as pessoas não se sentirem motivadas por se considerarem velhas, não saberem o suficiente por forma a entender a sua finalidade, ou por não terem capacidades de uso da tecnologia, uma das principais barreiras referida por DiMaggio e Hargittai (2001).

Interpretando os dados dos indivíduos que já utilizaram as redes sociais *online*, revelam-se diferenças de género, observando-se que 56% dos homens deixaram de as utilizar face a 24% das mulheres. Para além dos motivos evidenciados na Figura 7.2, destaca-se o “não vê utilidade”. Pelo que

surge logo à partida uma questão para a qual não se consegue obter resposta nesta investigação: que características e funcionalidades das redes sociais *online* não vão de encontro aos interesses dos seniores?

Porém, são evidentes as questões de usabilidade, em que 17% menciona não saber o suficiente para usar, e de percepção sobre a segurança e privacidade, no qual 17% consideram perigoso e 10% têm a sensação de que estão a ser vigiados (Figura 7.2).

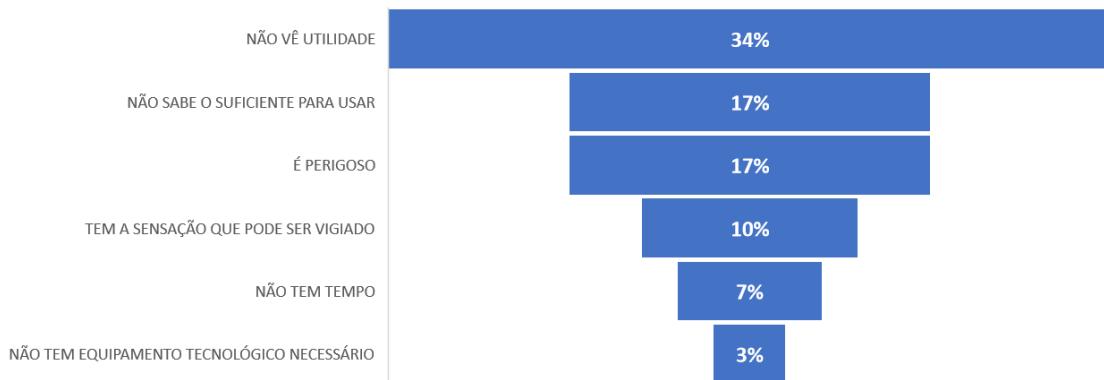


Figura 7.2 - Motivo pelo qual os seniores não utilizam as redes sociais *online* (n=102)

Perante estes resultados, há a ponderar que havendo um maior conhecimento sobre os benefícios, maior literacia e mais informação sobre questões de segurança e privacidade das redes sociais *online*, o número de utilizadores aumentaria, porque como defende Helsper (2008, 2009, 2012), o acesso, o uso, as habilidades e atitudes são condicionantes que levam ao não uso por parte dos seniores das TIC, e, neste caso, consequentemente, também são evidentes para o uso das redes sociais *online*.

A análise descritiva cruzada por variável género e não utilizadores destas redes, permite verificar que as mulheres dão mais relevância ao perigo (5%) como o seu principal motivo para o não uso; enquanto os homens expõem que não veem utilidade na sua utilização (8%).

Porém, não deixamos de refletir nos dados de que 49% das mulheres e 15% dos homens não sabem ou não responderem a esta questão, demonstrando, por um lado, a falta de conhecimento ou, eventualmente, a outras situações como, a falta de interesse (Díaz-Prieto & Gacía-Sánchez, 2016; Helsper, 2009) ou considerarem as redes sociais *online* como um meio que não é para si (Helsper, 2009). Dissociam-se, assim, do que alguns autores consideram ser os principais benefícios do uso das redes sociais *online*, como um contributo no seu bem-estar social (Christodoulatos et al., 2016; Helsper, 2008; Lehtinen et al., 2009; Neves, 2015). Até porque, considerando as suas expectativas de poderem vir a utilizar as redes sociais *online*, a maioria não expressou opinião (77,5%), sendo que 10,8% referem talvez, 2,9% afirmam que sim e 8,8% manifestam não ter interesse.

Defendemos ao longo desta investigação que, como concluiu Braun (2013) no seu estudo, se a utilidade das redes sociais *online* for percecionada pelos seniores, há uma intensão de as utilizar, bem como, ao perceberem que têm capacidade para as usarem, a confiança aumenta, e estes podem ser fatores que levam os seniores a ponderar e a usufruir delas.

No entanto, esta argumentação carece que sejam desenvolvidos, no futuro, trabalhos mais aprofundados sobre os motivos do não uso das redes sociais *online*. E, também, ponderar, quer no desenvolvimento de políticas nacionais, bem como o papel de inclusão digital que representam as universidades seniores, associações e organismos públicos, que desenvolvem atividades junto dos seniores ajudando na divulgação do conhecimento e impulsionando a utilização das redes sociais *online*, proporcionando a crescente adesão e contribuindo para uma menor desigualdade digital e uma maior inclusão social dos seniores.

7.3. Os fatores sociodemográficos que se correlacionam com o uso das redes sociais *online* por parte dos seniores

Autores anteriormente citados na revisão da literatura focam-se na inter-relação sobre os fatores sociodemográficos, enquanto variáveis condicionantes no uso das novas TIC (Jiménez et al., 2013; Lin et al, 2016; Neves et al., 2015; Vosner et al., 2016), pelo que é nosso intuito explorar de forma analítica esta inter-relação ao nível das redes sociais *online*.

A análise quantitativa permitiu apurar que a convergência dos dados dos utilizadores das redes sociais *online* apontava para que, nem sempre, os fatores sociodemográficos (género, idade, índice de escolaridade) tivessem impactos significativos nos resultados. De uma forma global, existe uma homogeneidade de utilizadores na nossa amostra ao nível do género. A usabilidade e a literacia digital encontram-se associadas, pelo que se torna relevante perceber que fatores sociodemográficos estão relacionados com o uso das redes sociais *online* e qual o grau de correlação para, posteriormente, melhor se entenderem os interesses e as funcionalidades que mais utilizam.

A este nível, desenvolvemos uma análise de correlação bivariável entre as variáveis sociodemográficas, idade, género, estado civil e grau de instrução, face ao ter perfil criado nas redes sociais *online*. Para esta análise baseámo-nos nos conceitos de correlação bivariável em SPSS (Field, 2009) e no coeficiente de correlação proposto por Pearson (1904).

Pelos dados expostos, far-se-á nos pontos seguintes a verificação se o género, a idade, o estado civil e a escolaridade são variáveis preponderantes no uso das redes sociais *online*. A situação perante o trabalho, sendo todos reformados, e local onde residem, não foram considerados nesta inter-relação, até pelo motivo de que não havendo uma representatividade geográfica nos levou a ponderar que poderia haver enviesamento dos resultados face a não se considerar a diferenciação entre os

meios rurais e urbanos, o interior e o litoral do País, cujas realidades sociais, económicas e culturais têm as suas particularidades.

Idade

O envelhecimento não é gradual e homogéneo, e consoante a idade existem vários condicionalismos que se podem apontar, desde a saúde, ao bem-estar financeiro e suporte e vida social e, como referem Schneider e Irigaray (2008) difere de pessoa para pessoa. Na base desta premissa, sabe-se que se encontram pessoas mais velhas com maior capacidade cognitiva e motora que outras mais novas. Apesar da idade não deixar de ser um referencial de estudo no segmento sénior, não podemos deixar que seja um fator efetivo de infoexclusão no futuro.

A correlação entre as variáveis idade e perfil criado nas redes sociais *online* tem um coeficiente $r=0,245$, e existe uma probabilidade de 0,001 que esse coeficiente de correlação ocorra na nossa amostra de 337 pessoas, o que representa que em 99% dos casos existe uma correlação positiva moderada ($r>0,25$ e $r<0,50$) entre as variáveis (Quadro 7.6).

Quadro 7.6 - Correlação bivariável entre o perfil nas redes sociais *online* e a idade

		Importa-se de dizer a sua idade?	Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?
Importa-se de dizer a sua idade?	Correlação de Pearson	1	,245**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	337	337
Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	Correlação de Pearson	,245**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	337	337

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

Pela análise do Quadro 7.7, verifica-se que a idade é um fator relevante ao nível da usabilidade e das dificuldades encontradas na utilização das redes sociais *online* (Neves et al., 2015). Pode também perceber-se que, embora a maioria procure a ajuda de outros familiares quando surgem problemas, os indivíduos da população mais nova (65-69 anos) são mais propensos a resolver os problemas sozinhos ou através de uma ou várias pessoas da sua casa (18%), do que os segmentos de idade mais velhos.

Quadro 7.7 - A quem recorrem os seniores quando necessitam de ajuda nas redes sociais *online* por idade (n=235)

	65-69 anos (n=110)	70-79 anos (n=110)	>80 anos (n=15)
Nunca necessita de ajuda	2%	2%	0%
Resolve os problemas sozinho	8%	7%	1%
Uma ou várias pessoas de sua casa	8%	7%	0%
Outro familiar	11%	14%	3%
Um amigo	8%	8%	1%
Um companheiro de trabalho	2%	1%	0%
Aos netos	3%	4%	1%
Outra pessoa: quem?	4%	3%	0%
NS/NR	1%	0%	0%

Torna-se, assim, válida a H11: *Quanto menor a idade maior a usabilidade das redes sociais online*. Quer porque a idade é uma variável correlacionada com o uso das redes sociais *online*, mas também porque maior a idade menor a usabilidade nas redes sociais *online*, até pela expressão que os mais velhos têm na nossa amostra, apesar de esta não ser representativa. Estes dados vêm corroborar o estudo de Neves et al. (2015), que confirma que quanto maior a idade, menor a probabilidade de utilização de tecnologia, podendo ser uma referência para explicar o menor número de indivíduos utilizadores de redes sociais *online*.

Pensamos que para além da idade ser uma variável relevante no uso das redes sociais *online*, também se deverá associar, o uso e a apropriação da tecnologia. Ambas têm uma associação muito direta e relevante com o uso das redes sociais *online* por parte dos seniores, na medida em que a evolução tecnológica, pela simplicidade de usabilidade, tem cativado os seniores a um maior consumo de produtos tecnológicos e consequentemente no aumento da adesão à *internet* e às redes sociais *online*.

Género

A dimensão género no segmento etário +65 anos vem demonstrar, em análises posteriores, que em funcionalidades e motivações no uso das redes sociais *online* são diferenciadoras entre homens e mulheres.

Por isso, e de forma a validar abordagens de outros autores (Helsper & Van Deursen, 2015; Lin et al., 2016; Livingstone et al., 2003; Vosner et al., 2016) procedeu-se ao estudo da correlação entre a variável género e a variável ter perfil criado nessas redes, obtendo-se um coeficiente $r = -0,065$, significando que existe uma correlação negativa baixa ($r<0,25$; Pearson, 1904), ou seja, apesar de existir uma correlação entre as variáveis, o género tem pouca relevância na elaboração de um perfil nas redes sociais *online* (Quadro 7.8).

Quadro 7.8 - Correlação bivariável entre o perfil nas redes sociais *online* e o género

		Género:	Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?
Género:	Correlação de Pearson	1	-,065
	Sig. (bilateral)		,241
	N	328	328
Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	Correlação de Pearson	-,065	1
	Sig. (bilateral)	,241	
	N	328	337

Ao nível da usabilidade e de a quem recorrem quando surgem problemas e necessitam de ajuda, o recurso a outro familiar e netos é significativo em ambos os géneros (18,3%), porém 11,9% dos homens diz que nunca necessitaram de ajuda e que resolvem os problemas sozinhos, que comparando com as mulheres (7,7%) se verifica que são em menor número (Quadro 7.9).

Quadro 7.9 - A quem recorre quando necessita de ajuda nas redes sociais *online* por género (N=235)

	Feminino (n=117)	Masculino (n=118)
Nunca necessita de ajuda	1,7%	1,7%
Resolve os problemas sozinho	6,0%	10,2%
Uma ou várias pessoas de sua casa	8,5%	6,0%
Outro familiar	13,6%	14,9%
Um amigo	8,9%	8,1%
Um companheiro de trabalho	1,7%	1,3%
Aos netos	4,7%	3,4%

Constatou-se nesta investigação, apesar da fraca correlação entre o género e perfil criado, que a variável género foi sem dúvida a que mais se relacionou, não ao nível das capacidades de usabilidade, mas, essencialmente, nas atividades desenvolvidas nas redes sociais *online* e que desenvolvemos nos pontos seguintes, nomeadamente, no ponto 7.5.1, validando-se a *H10: Existem diferenças de género nas principais atividades utilizadas nas redes sociais online*.

Estado Civil

Englobámos o estado civil proposto por Cardoso (2014) como uma variável que influiu na usabilidade das redes sociais *online*, sendo que, no presente estudo se verificou que esta variável não teve impacto ao nível da usabilidade das redes sociais *online* (Quadro 7.10).

Quadro 7.10 - Os seniores com e sem perfil nas redes sociais *online* segundo a variável estado civil (n=235)

		Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?					
		Sim		Não			
Qual o seu estado civil?	Contagem	N % da linha	N % da coluna	Contagem	N % da linha	N % da coluna	
SOLTEIRO (A)	14	87,5%	6,0%	2	12,5%	2,2%	
UNIÃO DE FACTO	11	78,6%	4,7%	3	21,4%	3,2%	
CASADO (A)	153	73,2%	65,1%	56	26,8%	60,2%	
SEPARADO (A)	9	81,8%	3,8%	2	18,2%	2,2%	
DIVORCIADO (A)	22	73,3%	9,4%	8	26,7%	8,6%	
VIÚVO (A)	26	54,2%	11,1%	22	45,8%	23,7%	

Contudo, com base no teste qui-quadrado a H13: *O Estado civil influênci a usabilidade das redes sociais online*, não é válida para uma significância de 0,5, embora o fosse para 1, o que se tornava relevante considerar, neste estudo, como uma variável em análise que pode influenciar o uso das redes sociais *online*, uma vez que não estamos perante uma amostra representativa e poderá haver algum desvio nos resultados obtidos (Quadro 7.11).

Quadro 7.11 - Testes de Pearson (Qui-quadrado) relativos à influência da variável estado civil sobre os seniores com e sem perfil nas redes sociais *online* segundo a variável estado civil

		Testes qui-quadrado de Pearson
		Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?
Qual o seu estado civil?	Qui-quadrado	10,382
	gl	5
	Sig.	.065 ^a

Os resultados têm como base linhas e colunas não vazias em cada subtabela mais interna.

a. Mais de 20% das células nesta subtabela esperavam contagens de célula menores que 5. Os resultados de qui-quadrado podem ser inválidos.

Considerando, ainda, que o estado civil tem impacto ao nível do isolamento social e da solidão (Neves et al., 2017), sendo que na interpretação dos dados recolhidos foi efetivada a capacidade que as redes sociais *online* detêm ao nível do relacionamento e do entretenimento integrando as pessoas na sociedade em que vivem (Jantsch et al., 2012).

Numa correlação bivariável entre as variáveis em estudo (Quadro 7.12), obteve-se um coeficiente $r=0,151$, e existe uma probabilidade de 0,001 que esse coeficiente de correlação possa ocorrer, por isso, apesar de estarmos perante uma correlação positiva baixa ($r<0,25$) acredita-se que o uso das redes sociais *online* está positivamente relacionado com o estado civil, neste segmento etário.

Quadro 7.12 - Correlação bivariável entre o perfil nas redes sociais *online* e o estado civil

		Qual o seu estado civil?	Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?
Qual o seu estado civil?	Correlação de Pearson	1	,151**
	Sig. (bilateral)		,006
	N	328	328
Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	Correlação de Pearson	,151**	1
	Sig. (bilateral)	,006	
	N	328	337

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

Se as redes sociais *online*, permitem a redução da solidão (Vosner et al., 2016), considerámos na análise qualitativa ser importante perceber se as pessoas que vivem sós e/ou que ficam viúvas sentem maior necessidade de fazer parte do mundo *online*, e compreender se o consideram como um fator de motivação para usarem as redes sociais *online*. Porém, segundo o Quadro 7.10, em cima, e com base na estrutura da nossa amostra, observa-se que existe um número elevado de pessoas viúvas que não têm perfil nas redes sociais *online* (23,7%), quase o dobro das que têm perfil (11,1%), levando-nos a crer que o estado civil não é por si só um elemento influenciador do uso das redes sociais *online* e que existem outros fatores da vida social que impactam nesta situação, justificando esta correlação baixa, e que analisamos e interpretamos ao longo do estudo.

Nível de Instrução

A inclusão digital dos seniores é baixa como já se demonstrou. Outra verificação nos dados recolhidos é que as pessoas sem instrução ou que não sabem ler nem escrever não englobam os perfis de utilizadores nas redes sociais *online*. Também a revisão da literatura aponta para tendências de que quanto maior for o grau de instrução maior a aptidão digital. Para além de que, segundo Lee et al. (2011), os níveis de escolaridade têm impacto no acesso à tecnologia.

No quadro 7.13 observa-se que o nível de instrução está negativamente relacionado com o perfil criado nas redes sociais *online* com um coeficiente $r=-0,069$, o que significa que esta variável, independentemente, do nível de correlação ser baixo ($r<0,25$; Pearson, 1904), indica-nos também que se uma variável aumenta, a outra diminui de forma proporcional (Field, 2009).

Quadro 7.13 - Correlação bivariável entre o perfil nas redes sociais *online* e nível de instrução

		Qual o nível de instrução mais elevado que concluiu?	Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?
Qual o nível de instrução mais elevado que concluiu?	Correlação de Pearson	1	-,069
	Sig. (bilateral)		,212
	N	328	328
Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	Correlação de Pearson	-,069	1
	Sig. (bilateral)	,212	
	N	328	337

De facto, o nível da escolaridade é impactante no uso, no estudo da Sociedade em Rede (OberCom, 2013) e como referimos no ponto 6.2.1, as pessoas sem instrução ou que apenas sabem ler e escrever não utilizam as redes sociais *online*. Os nossos dados são reveladores do mesmo, e como vimos no ponto 7.1, o maior índice de escolaridade é mais significativo.

Neste sentido, e justificando mais uma vez que não existindo representatividade da amostra podemos ter baixo índice de correlação aqui demonstrados, pelo que se valida a H12: *Maior índice de escolaridade maior consumo e atividade nas redes sociais online*, pois também o uso das redes sociais *online* se encontra associada ao uso da *Internet* e das tecnologias (Neves et al., 2015), pelo que estes resultados se tornam evidentes. Esta hipótese defende também que existe um maior consumo das atividades desenvolvidas *online*, pese embora que na nossa análise, este acabou por não ser um fator de relevância face à estrutura da amostra.

Em modo de conclusão, Jiménez et al. (2013) defendem que os fatores sociodemográficos que influenciam o uso das redes sociais *online* são o género, a idade, a escolaridade e os recursos económicos. Vosner et al. (2016) atestam este estudo e defendem que o género, a idade e a educação são fatores que se associam ao uso por parte dos seniores das redes sociais *online*. A nossa investigação confirmou a importância destes fatores sociodemográficos no uso das redes sociais *online*, à exceção os recursos económicos que não foram incorporados, sendo que se acrescentou o estado civil.

7.4. A inclusão dos seniores nas redes sociais *online* em Portugal: padrões e modos de uso

A inclusão dos seniores nas redes sociais *online* aporta duas dimensões na análise de partida: quais as redes mais utilizadas e quais os padrões e modos de uso.

O *Facebook* é, sem dúvida, a rede com maior número de utilizadores nos diferentes segmentos etários, representando 67% no nosso universo de análise, confirmando os estudos até hoje realizados sobre os seniores e o mundo digital das redes sociais *online* (Ciboh, 2017; Coelho, 2019; Jung & Sundar, 2016; Marktest, 2018; Páscoa & Gil, 2012; Rebelo, 2013; Vosner et al., 2016; Vroman et al., 2015; Wasserman et al., 2012).

Acompanhando a tendência de crescimento das redes sociais *online* (Figura 3.2; Statista, 2020), o WhatsApp é a segunda rede mais utilizada (Figura 7.3), e, talvez, não menos importante, quando se remete a análise para estudos de relacionamentos sociais e de isolamento social da população séniors. O WhatsApp atualmente permite compartilhar várias situações, não só o trocar mensagens, mas também trocar fotos, vídeos e até fazer chamadas (WhatsApp Blog, 2019). A terceira rede é o YouTube, levando-nos em crer que pelas suas características e, nesta fase da vida com menos atividade social e laços de amizade, onde para alguns o seu núcleo de amigos já se encontra reduzido pelo óbito, pode ser uma forma de entretenimento e de ocupação do tempo, descontraindo com a música e seguindo outras atividades do seu interesse.

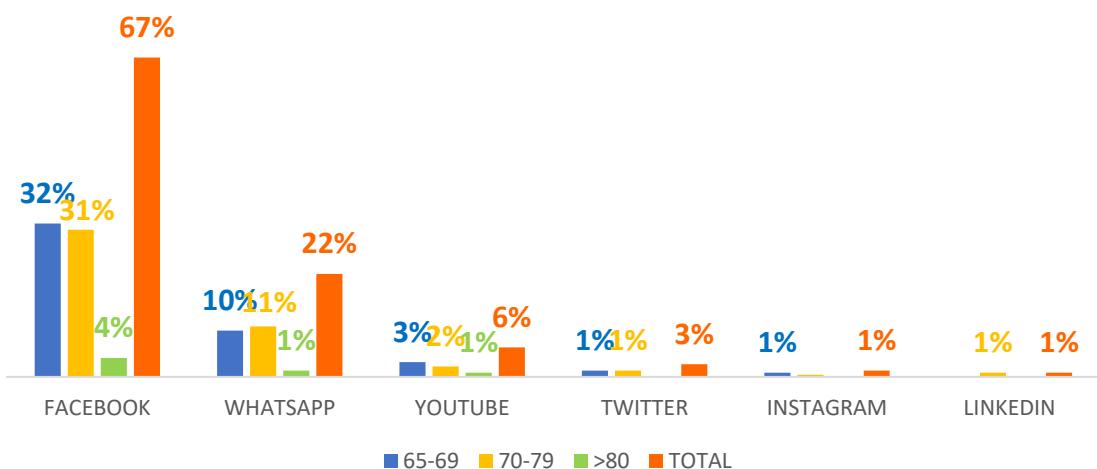


Figura 7.3- Redes sociais *online* utilizadas segundo a variável idade e por segmento etário (n=235)

Estas são, também, segundo a Statista (2020), as três redes sociais *online* mais utilizadas no mundo, embora de acordo com uma diferente ordem de adesão: primeiro o Facebook, seguido do YouTube e do WhatsApp.

Na análise por idades (Figura 7.3), observa-se, ainda, que quanto maior a idade menor é o uso das redes sociais *online*, nomeadamente, em redes como o YouTube, o Twitter, o Instagram e o LinkedIn, mas estes resultados estão condicionados à não representatividade da amostra.

Assim, em modo de reflexão sobre a segmentação por idade, pode-se referir que os mais velhos não utilizam, com significância, outras redes como o Twitter, o Instagram e o LinkedIn. Pelo que, o que se poderá ponderar é se esta situação se deve ao desconhecimento sobre estas redes, se está associado às suas especificidades e não lhes permite alcançar aquilo em que estão interessados, concretamente, ao nível da manutenção dos contactos que fazem parte da sua rede. Ao comparar com a variável género, verifica-se que as mulheres não utilizam o LinkedIn e o Twitter (Quadro 7.14), o que poderá demonstrar um maior interesse no relacionamento e na partilha de informação. Sendo o

Linkedin uma rede profissional justifica estes resultados, uma vez que a amostra é constituída, na sua essência, por pessoas em situação de reforma.

Porém, não havendo diferenças significativas dos resultados em termos do género (Quadro 7.14) leva-nos a crer que as mulheres são ligeiramente mais ativas do que os homens nas principais redes utilizadas. Apenas a rede de *Instagram* não segue esta tendência, como em outros segmentos etários mais novos, como observámos na Figura 3.2 (Marktest, 2018).

Quadro 7.14 - Rede social *online* utilizada como mais frequênciia segundo a variável género

	Feminino		Masculino		Total	
	n=113	50%	n=113	50%	n=226	100%
FACEBOOK	78	69%	74	65%	152	67%
WHATSAPP	25	22%	24	21%	49	22%
YOUTUBE	8	7%	6	5%	14	6%
TWITTER	0	0%	6	5%	6	3%
INSTAGRAM	2	2%	1	1%	3	1%
LINKEDIN	0	0%	2	2%	2	1%

Na opinião da investigadora, se o *Instagram* é a rede mais utilizada pelos mais novos, vindo a substituir em alguns casos o uso do *Facebook*, então as relações de intergeracionalidade defendidas por Quan-Haase et al. (2017) não ocorrerão através do *Facebook*, mas sim pelo *WhatsApp*. Ganhando o *WhatsApp* e o *YouTube* expressão na utilização por parte dos seniores, o que não corresponde aos dados da Sociedade em Rede de 2013, fará sentido entender, de alguma forma, se este comportamento se deve a alterações nas estruturas das redes ou se os seniores já com maior aptidão tecnológica ou incentivados pelos familiares e amigos descobrem, também, benefícios para si nessas outras redes. Todavia, são perspetivas de análise, na medida em que poucos estudos têm sido realizados sobre esta temática, apenas internacionalmente, Phua et al. (2017) o referem no seu estudo no âmbito dos usos e gratificações no contributo para o capital social *bridging* e *bonding*.

No caso do *WhatsApp*, esta evolução deverá ser ponderada à luz do próprio desenvolvimento da aplicação (*WhatsApp Blog*, 2019), explicando, assim, que nos anos em que se realizaram os estudos anteriores (ERC, 2015 e OberCom, 2013), a sua expressão ao nível da utilização global era inferior.

Nos estudos expressos no Capítulo 6 (ERC, 2015; OberCom, 2013), o *WhatsApp* não foi identificado como a segunda rede mais utilizada, podendo-se refletir que poderá estar em linha com dois outros fatores. O primeiro porque a rede permite, atualmente, mais funcionalidades, entre as quais a partilha de informação, e em segundo pelo facto do *Smartphone* ter apresentado um grande crescimento em termos de uso no segmento sénior, justificando-se que, quando instalada a aplicação, se torna fácil a sua utilização para a comunicação de proximidade, com privacidade, em tempo real, com familiares e

amigos. Isto porque consideramos que se consegue explicar de uma forma mais efetiva com os dados apurados nas entrevistas semiestruturadas.

Se, confrontarmos os nossos resultados com os dados secundários exploratórios (ERC 2015; OberCom 2013) reitera-se que o *Facebook* continua a ser a rede mais utilizada e não existem diferenças significativas em termos de género. Assim, embora em anteriores estudos se tenha verificado que as mulheres eram mais ativas do que os homens, o presente estudo demonstra, ainda, não sendo representativo, e face aos dados apurados de 2013 e 2015, que outras redes sociais *online* fazem parte da vida dos seniores, como são o *WhatsApp*, e com menos representatividade o *Youtube*, *Twitter*, *Instagram* e *Linkedin*.

Será que estes indicadores se devem à especificidade e características das próprias redes e/ou as tecnologias como o *smartphone* ou o *tablet* são cada vez mais utilizadas pelos seniores? E, se for verdade, será que isso lhes permite aceder de forma mais fácil às redes sociais *online*?

A ponderação que se pode fazer sobre esta evidência, do nosso ponto de vista, é que durante os últimos anos podem ter existido fatores que levaram a uma maior inclusão dos seniores nas redes sociais *online*, bem como a uma maior apropriação da tecnologia. O acesso a melhores condições tecnológicas, como o *smartphone*, com grande crescimento no nosso País nos últimos anos (Marktest, 2018), veio permitir uma maior facilidade de uso, associado aos preços mais acessíveis que despoletaram o aumento das vendas e a entrada neste segmento etário. Ainda, um maior envolvimento da população sénior na vida ativa, com o incentivo de associações/Instituições (UTI's; MUDA, etc.) e organizações públicas (Câmaras Municipais, Juntas de Freguesia, Museus, etc.), que levam a uma maior interação social e a possíveis situações de aprendizagem, poderão ser, ainda, uma motivação no fortalecer dos laços sociais (Ellison et al., 2007; Gibson et al., 2010; Páscoa, 2017; Quan-Haase et al., 2017; Rebelo, 2013; Teng & Joo, 2017; Vilte et al., 2013) que já existem *offline* e por se relacionarem com pessoas que estão neste tipo de *sites*.

Por forma a sustentar estas argumentações, os dados das entrevistas efetuadas a seniores com perfil no *Facebook* revelam que cerca de 20% não utiliza outras redes e 80% são utilizadores, nomeadamente, do *WhatsApp*, sendo as mulheres em maior número (Figura 7.4). Estes dados demonstram que as mulheres são mais ativas em redes como o *WhatsApp*, *Messenger*, *FaceTime* e *Pinterest*, enquanto, o género masculino revela maior interesse por redes como o *Skype*, *YouTube*, *Instagram*, *Twitter* e *Linkedin*. O que aqui se torna mais relevante é que a maioria dos seniores utilizadores do *Facebook*, procura aceder a outras redes, pelo que se tornaria pertinente em pesquisas futuras associar os interesses e necessidades dos seniores a outras redes que utilizam, e, no fundo, compreender que benefícios usufruem com elas em termos de bem-estar social.

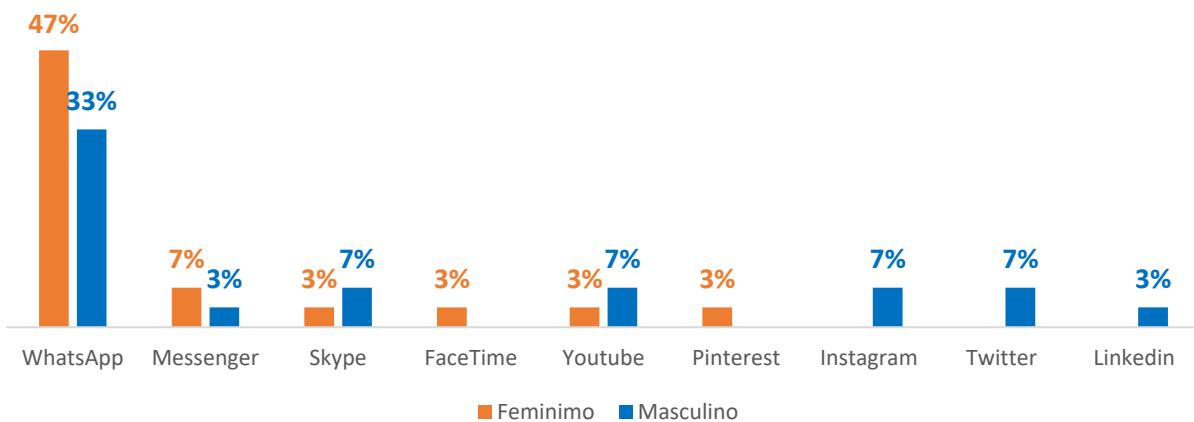


Figura 7.4 - Seniores utilizadores da rede *Facebook*: utilização de outras redes sociais *online* por género segundo os entrevistados (n=30)

Segundo os entrevistados, o *WhatsApp* está no telemóvel e é possível criarem-se grupos privados da família e comunicar só com quem se quer. O *Messenger* é utilizado para conversas em privado, enquanto o *Instagram* lhes permite acompanhar os filhos e netos que não utilizam o *Facebook*. Ainda, utilizam o *Skype* e o *FaceTime*, em menor frequência, para falar com os filhos, netos e amigos que vivem no estrangeiro. Têm perfil criado em outras redes, como o *Twitter* e o *Linkedin*, mas não são utilizadores, a sua explicação deve-se ao interesse em ver e conhecer como eram, porém, sentem que não lhes trazem vantagens no que se refere à utilização. O *YouTube* é a rede selecionada para ouvir música e acompanhar os espetáculos e os artistas que seguem.

Em nossa opinião e, face aos factos evidenciados, a inclusão dos seniores nas redes sociais *online* tem vindo a crescer de forma lenta, não só ao nível da rede *Facebook* como de outras, essencialmente, do *WhatsApp*, pelo que como refere Haddon (2011), os hábitos mudam, por vezes de forma gradual, até um determinado ponto ou até a um ponto superficial. Também nos podemos questionar se muitos dos utilizadores seniores que usam o *WhatsApp* não utilizarão apenas esta rede e não o *Facebook* ou outras redes, uma vez que o foco da investigação apenas abrangeu nas entrevistas indivíduos com perfil no *Facebook*. É nosso entender que, para além das características próprias de cada rede, também a tecnologia e a facilidade de acesso foram fatores impulsionadores, todavia um passo importante na clarificação destes dados consiste em perceber, de seguida, as funcionalidades e as motivações que levam os seniores a usar e a desenvolver atividades nas redes sociais *online*.

7.5. Os seniores em rede: Funcionalidades e Motivações, Usos, Acessos e Atividades

As linhas de pesquisa sobre o uso das redes sociais *online* por parte dos seniores tentam fazer a articulação entre as funcionalidades utilizadas (Wasserman et al., 2012) e as motivações de adesão, associadas, fundamentalmente, à rede de conexões (Ellison et al., 2007; Gibson et al., 2010; Páscoa, 2017; Quan-Haase et al., 2017; Rebelo, 2013; Teng & Joo, 2017; Vilte et al., 2013).

Portanto, urge a necessidade e o interesse em desenvolver uma operacionalização empírica que suportasse a compreensão por parte dos indivíduos na esfera da sua integração nas redes sociais *online* ao nível das funcionalidades e motivações de uso, tendo em conta os conceitos apresentados na revisão da literatura.

Reiterando os resultados suportados pelos dados do inquérito “Sociedade em Rede 2013” (OberCom, 2013), no âmbito das funcionalidades da *Internet*, verifica-se que as relações de sociabilidade e as partilhas efetuadas nas redes sociais *online* são as mais evidenciadas, sendo que, na análise que se segue, se tenta identificar e caracterizar as principais funcionalidades utilizadas pelos seniores portugueses, bem como as suas motivações no uso nas redes sociais *online*.

7.5.1. Funcionalidades e motivações que influenciam a utilização das redes sociais *online*

7.5.1.1. Funcionalidades e partilhas

Quando aqui se aportam os fatores que influenciam a utilização das redes sociais *online*, e como já vimos no ponto 7.2, em que os não utilizadores aludem desconhecer os benefícios destas no seu dia a dia, levando à falta de entendimento destas vantagens para o seu bem-estar social (Christodoulatos et al., 2016; Helsper, 2008; Lehtinen et al., 2009; Neves, 2015), estão a abordar-se as principais funcionalidades evocadas pelos inquiridos e com análises comparativas das variáveis idade e género.

Perante as funcionalidades mais utilizadas, destacam-se (Quadro 7.15): enviar mensagens (90,2%); comentar publicações (*posts*) (69,8%); gostar/fazer *like* nas publicações de outros (68,9%); e receber/responder aos alertas de aniversários de amigos (57,9%). Estes dados assemelham-se aos resultados decorrentes da análise efetuada com os dados da Sociedade em Rede de 2013 (Ponto 6.2.4) onde se apurou que os seniores mantêm como principais interesses, o envio de mensagens, gostar/fazer *likes* e comentar *posts*. O envio mensagens está relacionado com as relações e as suas interações sociais, e, como refere o estudo de Neves (2015), há uma relação positiva entre as redes sociais *online* e o uso de mensagens instantâneas.

Quadro 7.15 - Funcionalidades utilizadas pelos seniores inquiridos nas redes sociais *online* (n=235)

	Válidos		Casos Omissos		Total	
	N	%	N	%	N	%
Serviço de <i>chat</i>	59	25,1%	176	74,9%	235	100,0%
Enviar mensagens	212	90,2%	23	9,8%	235	100,0%
Jogar (ex: <i>Farmvile</i> , solitário, etc.)	75	31,9%	160	68,1%	235	100,0%
Apoiar / aderir a causas	99	42,1%	136	57,9%	235	100,0%
Criar álbuns fotográficos	94	40,0%	141	60,0%	235	100,0%
Enviar presentes virtuais	18	7,7%	217	92,3%	235	100,0%
Comentar publicações (<i>posts</i>)	164	69,8%	71	30,2%	235	100,0%
Gostar / fazer <i>like</i> nas publicações de outros	162	68,9%	73	31,1%	235	100,0%
Criar/aderir a grupos	104	44,3%	131	55,7%	235	100,0%
Divulgar eventos	99	42,1%	136	57,9%	235	100,0%
Procurar e fazer amigos / sugerir amigos	95	40,4%	140	59,6%	235	100,0%
<i>Quiz/testes</i>	28	11,9%	207	88,1%	235	100,0%
Fazer <i>post</i> de músicas/vídeos	43	18,3%	192	81,7%	235	100,0%
Criar aplicações	12	5,1%	223	94,9%	235	100,0%
Escrever comentários no seu mural	120	51,1%	115	48,9%	235	100,0%
Alertas de aniversários de amigos	136	57,9%	99	42,1%	235	100,0%
Outro. Qual?	13	5,5%	222	94,5%	235	100,0%
NS/NR	10	4,3%	225	95,7%	235	100,0%

Com estes resultados importa enumerar dois aspetos. Um dos aspetos é a comunicação e o manter dos relacionamentos mediados pelas mensagens, pelos comentários nos *posts* e alertas dos aniversários. E, o segundo, está relacionado ao entretenimento (Ellison et al., 2007; Osuna & Gavira, 2016), com o ver o que os outros publicam, acabando por fazer *likes* e escrevendo comentários no seu mural, que também se associa a uma autoexpressão da sua forma de estar e do momento que vivem (Valentine, 2011).

É de sublinhar que as principais diferenças ao nível do género (Figura 7.5) se encontram a um segundo nível destas funcionalidades. Apesar de ambos gostarem de comentar publicações (*post*) (F:70,1%; M: 69,5%) e apoiar/aderir a causas (F:41,9% ; M: 42,4%), os homens dão mais importância a criar/aderir a grupos (47,5%), e em procurar e fazer amigos/sugerir amigos (43,2%), enquanto as mulheres revelam maior interesse em criar álbuns fotográficos (48,7%) e divulgar eventos (43,6%).

Os dados indiciam que os homens desenvolvem mais as funcionalidades ao nível das suas ligações e de novas conexões de sociabilidade, enquanto as mulheres se enquadram num perfil de entretenimento, com a partilha de fotografias e divulgação de eventos. Ficam aqui duas questões por responder: Que fatores estarão associados a estes resultados? As suas atividades quotidianas encontram-se interligadas com as suas ações em rede?

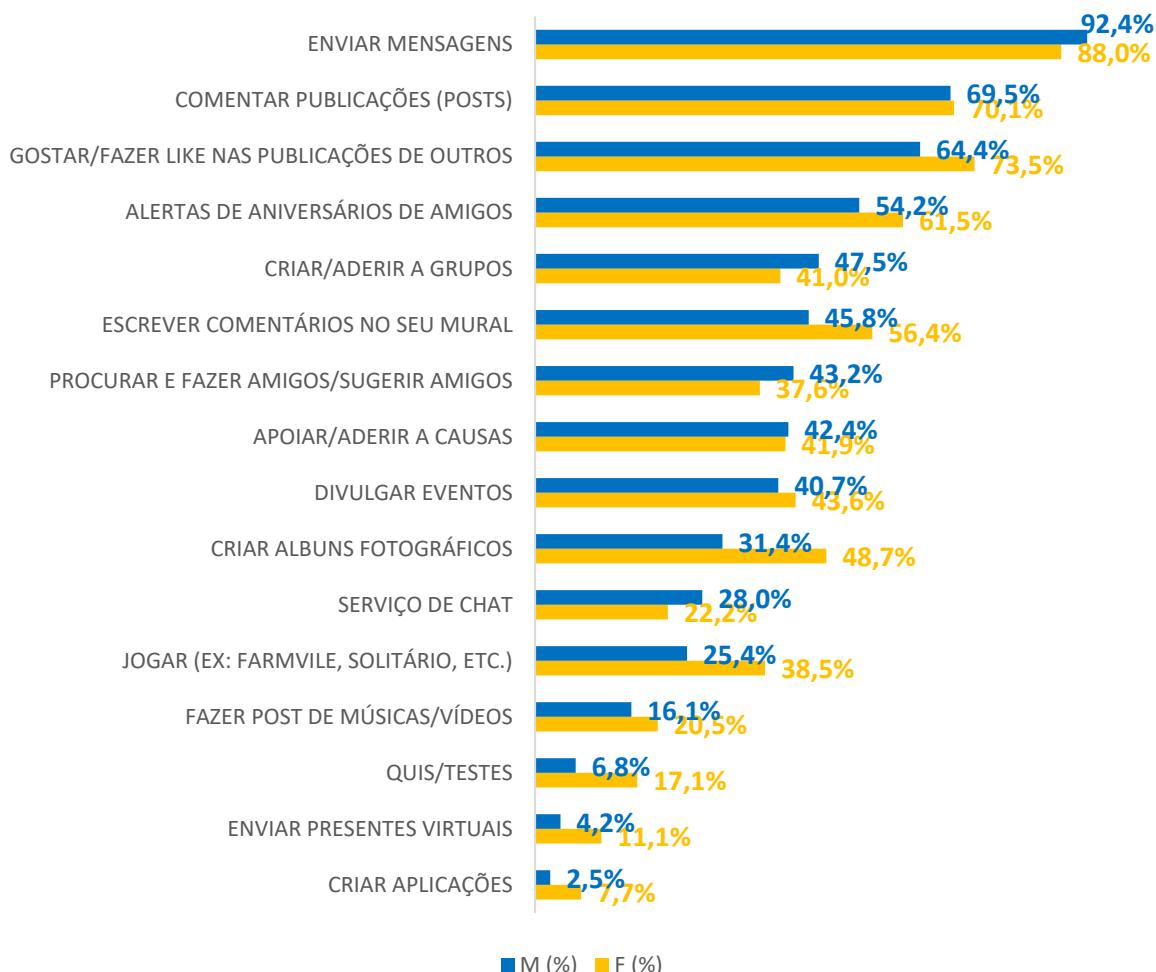


Figura 7.5 - Funcionalidades utilizadas pelos seniores inquiridos nas redes sociais *online* criado segundo a variável género (n=235)

Independentemente da interpretação dos dados, valida-se a H7: *O desejo de participar e ser ativo nas redes sociais online contribui para manter e reforçar os laços fracos na sua rede*. As pessoas têm a percepção de que sendo ativos socialmente através das redes sociais *online*, podem aderir a grupos, procurar e sugerir novos amigos, bem como têm interesses na procura de informação e de lazer (eventos) que se revê na Figura 7.6, tal como é defendido por outros autores (Cardozo et al., 2017; Kim et al., 2016; Páscoa, 2012).

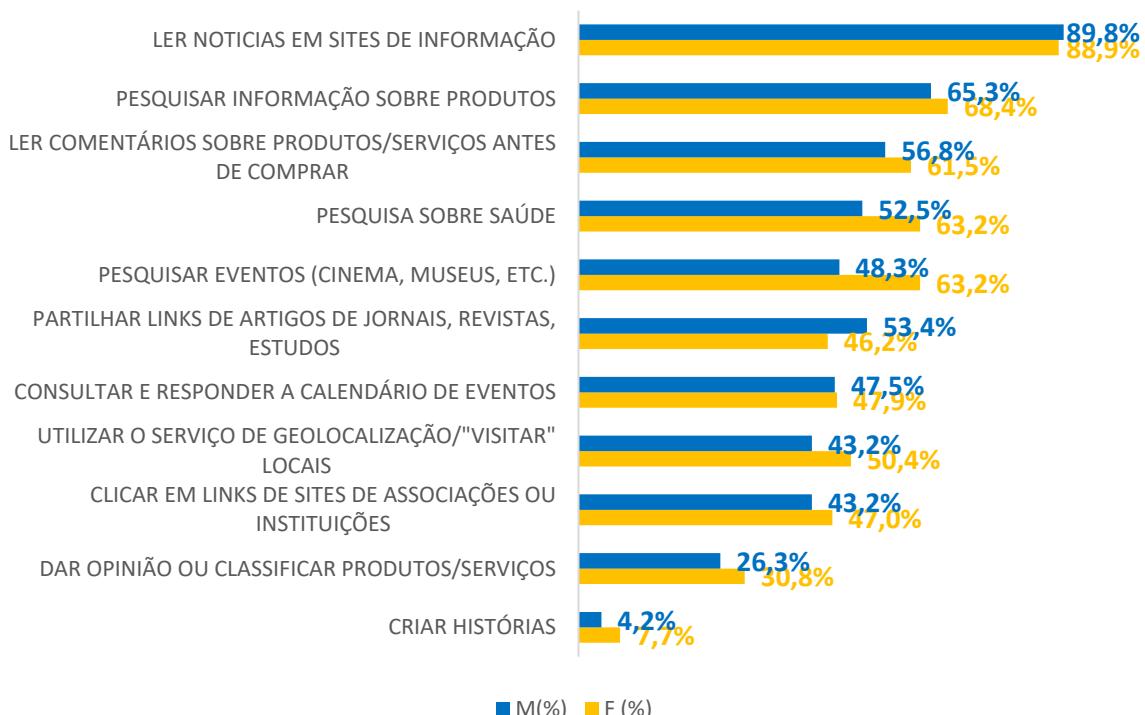


Figura 7.6 - Outras funcionalidades utilizadas pelos seniores inquiridos nas redes sociais *online* criado segundo a variável género (n=235)

Por tudo isto, considera-se que a atividade social nas redes sociais *online* pode beneficiar o número de laços fracos nas conexões dos seniores, sendo, também, um forte contributo para o capital social *bridging*.

Todavia, os seniores confirmam que as redes sociais *online* lhes proporcionam um sentido informativo (Ellison et al., 2007) na obtenção de temas e assuntos do seu interesse, como até no âmbito da informação noticiosa, uma vez que, em sua opinião, nas redes sociais *online* surgem outros pontos de vista que os ajuda a refletir e a formar opinião, como refere HELTON.

(...) de forma geral trouxe mais informação porque a informação tu acedes em qualquer lado, tu não bebes informação só nos órgãos de comunicação social, falas com uma e recebes informação. Até quando já perguntaste como é que posso comprar isto? Recebeste informação.

HELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Através da análise categorial avaliou-se, também, o que partilham os seniores utilizadores do Facebook e, conforme a disponibilidade e o interesse de cada um, o *online* e o *offline* vão sendo conciliados entre o que publicam e as possibilidades conferidas pela utilização do Facebook, conforme os dados expressos no Quadro 7.16.

Quadro 7.16 - Seniores utilizadores da rede *Facebook*: Funcionalidades e partilhas no *Facebook* pelos entrevistados (n=30)

Funcionalidades e partilhas utilizadas no <i>Facebook</i>			
Funcionalidades	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Gestão de Laços Sociais	29	96,67	96,67
Incremento de Socialização	25	83,33	83,33
Informação	23	76,67	76,67
Expressão Identitária	20	66,67	66,67
Entretenimento e Lazer	12	40,00	40,00
Intervenção Social	8	26,67	26,67
DOCUMENTOS com código(s)	30	100,00	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	0	0,00	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

Partilha	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Fotos	15	50,00	68,18
<i>Post</i>	9	30,00	40,91
Notícias	8	26,67	36,36
Trabalhos que realiza	4	13,33	18,18
Frases	4	13,33	18,18
Vídeos	2	6,67	9,09
Causas sociais	1	3,33	4,55
Utiliza <i>chat</i>	1	3,33	4,55
DOCUMENTOS com código(s)	22	73,33	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	8	26,67	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

As fotos são o que mais os seniores partilham (50%). Desde as fotos de família às de recordações de outros tempos, retratando os momentos que vivem e apreciam, os entrevistados expõem na sua rede com o intuito de dar a conhecer, não só para mostrar que estão bem e orgulhosos pelo que fazem ou pelo que conseguiram, mas, e acima de tudo, para manterem a comunicação.

Há páginas aqui no *Facebook* do género: “você era desta época e lembra-se destas coisas? E vejo coisas engraçadas, e algumas acabo por comentar e partilho.”

JOSUÉ, 81 anos, casado, curso comercial

Eu gosto de partilhar as fotos das minhas caminhadas e essas coisas assim do género. Eu ponho fotografias porque eu gosto que os outros tenham conhecimento. porque aquilo que eu vi, de onde eu vi, nem todos os meus amigos têm contacto com aquilo...e então partilho para os meus amigos terem a oportunidade de ver e depois gosto de ver os comentários.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

Ou amigas minhas que mandam coisas, fotografias do nosso tempo de escola, daquelas coisas que nós fazíamos, das nossas viagens, dos nossos passeios, tudo isso. Depois há uma que tá e ela então

entra em contacto comigo, manda mensagem eu mando para ela e fazemos o fim ao cabo uma ocupação (...).

ESTER, 66 anos, casada, 7º ano

A sua segunda maior atividade no *Facebook*, a publicação de *posts* (30%) é influenciada pela personalidade de cada um e pelas histórias de vida. Normalmente, são mensagens, não suas, mas que se identificam pelo momento que atravessam ou por aquilo que têm intensão de exprimir, como refere AMÉLIA.

Vê-se muito aquelas coisas de frases (*posts*) e coisas assim e isso partilho muito, coisas que me dizem mesmo em mim, mas em inglês ou português e isso depois publico.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4ª classe

Mas, a partilha no *Facebook* vai para além das memórias, as emoções que podem estar associadas a momentos de nostalgia ou até a momentos de introspeção que acabam por ser partilhados por frases e *posts* publicados, que na perspetiva de quem as coloca são uma forma de superar fraquezas, acabando por lhes transmitir uma força extra para seguir em frente e serem mais fortes.

Agora estou numa fase que intervenho mais culturalmente, mais intelectualmente.

ISAC, 77 anos, divorciado, licenciado

Portugal dos pequeninos já vai no 58 (episódio), e as entrevistas devem ir aí no 40, que tem as coisas mais disparatadas, desde entrevistar o Velho do Restelo até entrevistar um extraterrestre.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

Clarificando, no Quadro 7.17 expõe-se o tipo de informação mais acedida pelos seniores nas redes sociais *online*. Segundo os inquiridos distinguem-se como prioridade: ler notícias em *sites* de informação (89,4%), pesquisar informação sobre produtos (66,8%), ler comentários sobre produtos/serviços antes de comprar (59,1%), pesquisar sobre saúde (57,9%) e eventos (cinema, museus, etc.) (55,7%).

Face aos dados apurados, em nossa opinião, torna-se claro que a informação deve ser apontada como uma funcionalidade relevante para os seniores utilizadores das redes sociais *online*, pelo que se considerou como uma categoria na análise qualitativa, bem como se verifica no estudo de Sum et al. (2008) sobre a *internet*, no qual a informação era uma das atividades desenvolvidas e pelo qual era um dos motivos para o acesso.

Quadro 7.17 - Tipo de informação que acedem os seniores inquiridos nas redes sociais *online* (n=235)

	Total (n=235)	Total %
ler notícias em <i>sites</i> de informação	210	89,4%
pesquisar informação sobre produtos	157	66,8%
ler comentários sobre produtos/serviços antes de comprar	139	59,1%
pesquisa sobre saúde	136	57,9%
pesquisar eventos (cinema, museus, etc.)	131	55,7%
partilhar <i>links</i> de artigos de jornais, revistas, estudos	117	49,8%
consultar e responder a calendário de eventos	112	47,7%
utilizar o serviço de geolocalização/"visitar" locais	110	46,8%
clicar em <i>links</i> de <i>sites</i> de associações ou instituições	106	45,1%
dar opinião ou classificar produtos/serviços	67	28,5%
criar histórias	14	6,0%

Revelamos, ainda, que os dados do inquérito *online* refletem que as mulheres são mais ativas na busca de informação que os homens, sendo que não existem grandes variações nas suas principais indagações: ler notícias em *sites* de informação (M:89,8%; F:88,9%) e pesquisar informação sobre produtos (M:65,3%; F:68,4%). Porém, os homens dão mais valor a partilhar *links* de artigos de jornais, revistas, estudos (53,4%), enquanto o género feminino dá mais valor a procurar informações sobre eventos (cinema, museus, etc.) (63,2%), saúde (63,2%) e a ler comentários sobre produtos/serviços antes de comprar (61,5%). Estes resultados foram igualmente expressos pelos entrevistados utilizadores do *Facebook*, como expressam FELICIO e BIA.

Agora estava a acompanhar uma audição pública que está a ser feita, aparece o historiador M.L., aparece o sindicalista C.C, o C.F., o J.O. e estão a tratar exatamente do problema da crise sanitária, do estado de emergência e tal. É um escape, é uma forma de as pessoas de informarem, não pensarem no medo que está instalado. E há pessoas que se não tiverem acesso a estes meios de comunicação, as pessoas entram em parafuso, não é?

FELICIO, 76 anos, casado, curso industrial

Para além das receitas às vezes vou pesquisar a vida de um santo, ou da Rainha Santa Isabel ... eu vou pesquisar isso tudo...

BIA, 78 anos, casada, 3ª classe

A análise das entrevistas permitiu compreender que a partilha de notícias (Quadro 7.17) é uma ação característica dos seniores, no sentido de darem a conhecer à sua rede a informação que possuem e consideram útil e importante. Para estas pessoas é uma missão, sempre num espírito de poderem e quererem informar os outros, denotando-se o seu interesse na participação ativa de apuramento da verdade dos factos. E isso vai de encontro às dimensões de participação cultural, cívica e social

propostas por Jenkins (2004), que evidencia a sua inclusão social e a relevância que dão à sua participação enquanto forma de agir e interagir (Jenkins et al., 2017) e como explica ELTON.

Há uma coisa que eu faço muito, quando vejo algum artigo muito interessante gosto de partilhar, porque acho que as pessoas às vezes podem não estar atentas ou ter-lhes passado despercebido e eu partilho muito, muito, como leio muito a nível de opinião. E agora até com esta coisa da COVID, partilho coisas de cientistas, epidemiologistas. (...) eu leio a informação nos jornais *online*, depois partilho informação no *Facebook*, às vezes o *Facebook* é o espaço de debate.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Em “Gestão de Laços Sociais” (Cardoso, 2011, pp. 222-224), numa abordagem sobre a sociedade em rede, o autor defende que as redes sociais *online* cumprem cinco funcionalidades: a Gestão de Laços Sociais, permitindo um incremento de socialização; o Entretenimento e Lazer, quando funcionam como uma ocupação do tempo; a Expressão Identitária, através do que possibilitam dizer e publicar e; a Intervenção Social, oferecendo espaço para agir de forma ativa no apoio de causas ou opiniões. Na análise qualitativa (Quadro 7.16), e com base nos dados recolhidos e observados, identificámos nas categorias uma nova funcionalidade, como já referimos, a Informação, pelo facto dos indivíduos sentirem que as redes sociais *online* lhes oferecem o acesso ao conhecimento que procuram. Como refere FELICIO, a transformação digital veio proporcionar o acesso a um mundo de conhecimento e de novas aprendizagens de forma rápida e fácil.

Epá indiscutivelmente as redes sociais vieram trazer coisas muito positivas. Eu ainda sou do tempo em que, naqueles anos 60, em que as pessoas fugiam da guerra e da miséria, e tenho familiares meus que emigraram nessa altura. A correspondência que havia eram as cartas de avião, tinham umas listazinhas...e demoravam 15 dias, o telefonar era lá tempos a tempos, e depois houve esta evolução toda e depois começou-se também a utilizar o fax, e chegamos a isto hoje... opá indiscutivelmente que isto nos aproxima todos, é uma aprendizagem muito grande, crescemos culturalmente e até em todos os aspetos, até de saúde. Temos um problema qualquer e vou ver o que é isto, o que se faz em relação a isto... há coisas que nos enriquecem e indiscutivelmente é um bem. E também de alguma forma mata saudades.

FELICIO, 76 anos, casado, curso industrial

Refletindo sobre a análise categorial e nos dados em estudo, ousamos estruturar as funcionalidades em cinco níveis face aos graus de relevância manifestados pelos entrevistados. Num primeiro nível, encontram-se a “Gestão de Laços Sociais” (96,67%) e o “Incremento de Socialização” (83,33%), ambas relacionadas a um contexto de socialização, desde enviar mensagens, utilizar *chats*, acompanhar publicações, ver *posts* e fazer comentários, enviar os parabéns, até procurar amigos dos amigos, encontrar familiares e amigos do passado, ou contactar com a família que está longe. Tudo

isto lhes permite manterem-se próximos dos outros, estarem informados sobre a vida dos que estão distantes e comunicarem de forma fácil e permanente com os mais chegados.

O poder da “Informação” (76,7%) encontra-se a um segundo nível, uma funcionalidade que tem uma real importância para este segmento populacional. Embora, sendo pessoas que se encontram, nesta fase da vida, afastadas do mundo profissional, mantêm o interesse pelo conhecimento e pela procura da verdade dos factos. Sobre este tópico, os seniores evocam que a troca de conhecimentos com outras pessoas, quer sobre a atualidade, como sobre os seus interesses, lhes permite estarem mais informados.

A “Expressão Identitária” assume um terceiro nível de relevância (66,67%), uma vez que os seniores entrevistados identificam atividades de pintura, poesia, escrita que desenvolvem, e gostam de partilhar e apreciar os comentários. Alguns também utilizam o *Facebook* para exprimirem estados de espírito, mostrarem imagens e vídeos que fazem em determinados momentos, e, assim, apresentarem-se e darem opinião fazendo emergir o seu “eu” e mostrando ao mundo que estão presentes.

Mas, e no caso particular do *Facebook*, esta rede também é vista como forma de “Entretenimento e Lazer” (40%), estando a um quarto nível das suas prioridades. Não tanto pela utilização de jogos, testes e *quizzes*, mas, essencialmente, pelo tempo que gastam a ver as publicações dos outros, para muitos é visto apenas como um entretenimento e não gostam de fazer comentários ou *likes*, apenas ver e correr o perfil dos outros os distrai e descontraí.

Por último, e num quinto nível, a “Intervenção Social” (26,67%), no apoio a causas, que o fazem mais ao nível da partilha de publicações e comentários sobre maus tratos de animais, mais como uma forma de denuncia e repulsa pelos terríveis atos. A ajuda real a associações ou a entidades de apoio social preferem fazê-lo *offline* e junto das que conhecem, pois existe uma grande insegurança sobre a veracidade do que é publicado, a este nível, nas redes sociais *online*.

Nesta abordagem sobre as funcionalidades, é importante referir que nenhuma vive por si só, algumas existem em conjunto e a relevância foi estruturada conforme a análise qualitativa dos discursos assumidos pelos entrevistados.

Os dados primários e de observação permitem-nos fazer um enquadramento sobre uma melhor compreensão de cada uma das funcionalidades face aos comportamentos dos seniores nas redes sociais *online*, como iremos fundamentar de seguida.

Gestão de Laços Sociais

As relações sociais que se estabelecem ao longo da vida, a família e os amigos (Cabral et al., 2013) são um pilar essencial no bem-estar de cada pessoa (Gouveia et al., 2016). Ao longo da nossa análise apercebemo-nos que as formas de interação são essenciais, quer pela manutenção dessas ligações como na partilha de interesses comuns. Na revisão da literatura, evidenciou-se que a socialização é um fator fundamental na evolução das sociedades, sendo as relações e os laços sociais que se criam, a base da sua constituição perante uma realidade social composta por uma estrutura de relações (Silva et al., 2013).

Assim, ficou demonstrado, ao longo dos discursos, que as redes sociais *online* são ferramentas utilizadas pelos seniores para estabelecerem e manterem estas relações, consequentemente, são uma oportunidade de gerir as amizades e fazem-no, por exemplo, através da troca de mensagens, felicitando e dando os parabéns.

No Face diretamente é realmente a ver coisas dos meus amigos. O Messenger para comunicar com certas pessoas, mensagens, mas que são privadas. (...) entretanto ponho fotografias e ela respondia-me.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

Gosto de comentar, isso sim. É que eu tenho um grande grupo de amigos que estão sempre a mandar-me mensagens. E respondo aos aniversários, mando parabéns.

DAVID, 72 anos, divorciado, 7º ano

Se vejo coisas que me interessam partilho com as pessoas minhas amigas, outras vezes aproveito para os aniversários, para mandar os parabéns. (...) Normalmente quando estava uma semana ou duas semanas sem os ver acabava por ligar por *FaceTime* ou eles para mim.

IVONE, 79 anos, solteira, licenciada

Também recebo muitas mensagens deles no *Facebook*. E todos os dias vou ver se tenho mensagens. Nós às vezes mandamos uma música uns para os outros através do *Facebook*.

JÚLIA, 75 anos, viúva, 7º ano

O *Facebook* não nos deixa esquecer os parabéns ... até eu quando fiz agora anos recebi cento e tal mensagens de parabéns...

LEONEL, 76 anos, viúvo, 5º ano

Por outro lado, as histórias de vida fizeram com que muitos seniores se afastassem do seu núcleo de amigos. Muitas destas amizades faziam parte das suas relações durante a atividade profissional e, simplesmente, pela situação da aposentadoria, as vidas deixaram de se cruzar ou até porque optaram por mudar de residência para locais mais tranquilos, longe da cidade, e o *Facebook* permite-lhes manter um contacto frequente e encurtar as distâncias.

Com os ex-colegas é uma forma de manter o relacionamento com eles, porque eu estou deslocada. Eu trabalhei em Lisboa, antes de vir para cá era efetiva em Caxias e aí de facto éramos muito amigos, era um grupo muito, muito engraçado. O principal benefício para mim do Facebook é permitir-me eu estar ocupada em conversa sem ter que ir quilómetros e quilómetros ter com as pessoas.

CLARA, 66 anos, divorciada, licenciada

Há relações de amizade que são trabalhadas de forma cuidada no *Facebook*, pelo facto destas relações terem um significado intenso e próximo nas suas vidas. Muitas vezes, o *Facebook* substitui a chamada de telefone ou o SMS.

Usamos o *Facebook* para mandar uma boa noite por exemplo! No relacionamento de amizades não usamos outras redes, acho que só o *Facebook*. Depois procuro seguir os comentários e respondo, sim. Também procuro seguir e reagir também, dar retorno, isso acabo por fazer.

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1º ciclo

O fazer *like* e comentar as publicações são as formas de inter-relação mais frequentes com os amigos, considerando-as como uma demonstração da sua atenção e dedicação de amizade e de apoio.

Eu gosto de ver os meus amigos, enviar fotografias, mas especialmente para as pessoas que me são queridas e eu gosto. Faço *likes* nas publicações dos meus amigos, nas fotos, dou os parabéns.

PETRA, 85 anos, casada, licenciatura incompleta

O tempo despendido no *Facebook* com os laços fortes das suas conexões, nomeadamente, com os filhos e netos, é estabelecido, essencialmente, por mensagens privadas. O telefone continua a ser o meio preferido na comunicação com os familiares mais próximos.

Hoje uma sobrinha minha vou-lhe dar os parabéns no *Facebook*, mas não prescindo de lhe telefonar.

PETRA, 85 anos, casada, licenciatura incompleta

Mas tenho um filho também, tenho um rapaz que também comunicamos. Ele mora na Azambuja muitas vezes é por telefone, mas também há algumas vezes eu peço uma informação e por mensagem privada, alguma coisa que ele manda do tipo mãe vai a este site.

ESTER, 66 anos, casada, 7º ano

E continuo a falar também no *Facebook* com elas, ponho fotografias lá e eu comento. Há e os aniversários dos meus que eu já não me lembrava, vem ali e lembra logo tudo, tudo. Também falo pelo *Facebook* com os meus netos, muitas vezes. Mando-lhes mensagens e eles respondem.

GABI, 74 anos, casada, 3ª classe

A redução das distâncias e a aproximação de quem está longe são os principais motivos evocados pelos entrevistados justificando o uso do *Facebook*. Em termos de bem-estar, aferimos que a

manutenção destes contactos lhes diminui a ansiedade, pois muitas vezes acabam por saber o que aqueles que lhes são mais chegados estão a fazer no momento, por acompanharem o que publicam.

E no *Facebook* vejo as fotografias e isso, mas não gosto de publicar, só digo se gosto ou não gosto, mas não comento, às vezes faço uns comentários, mas não é muito. Mas gosto de ver o que as pessoas publicam, de resto não tanto. Se alguém faz anos eu vou buscar um cartão Parabéns e mando.

BIA, 78 anos, casada, 3^a classe

Temos um grupo formado e quando é para marcar os almoços, marcamos os almoços e vamos colocarmos as fotografias. Entramos em contacto com todos através do grupo é que somos quase 300 e tal, já vamos na 4^a geração. Com a família fora costumamos falar através do *Facebook*.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

Esta geração viveu uma época das suas vidas em que no dia a dia interagiam com quem lhes estava próximo, e, por circunstâncias da vida, encontram-se afastados dos filhos, netos e outros familiares. O *Facebook* acaba por aproximar-los, porque lhes permite falar, ver e tomar conhecimento e até partilhar momentos de felicidade e tristeza, reduzindo o sentimento de ausência.

No *Facebook* tenho, quer dizer, até contacto com primas que nem estão cá, que apareceram a pedir amizade. Elas publicam qualquer coisa, se me apetecer ponho gosto, se não me apetecer não ponho. Queremos dizer assim mais qualquer coisa diz-se. Desde que eu tenho o *Facebook* com elas eu nunca mais as vi. Antes só falava com elas quando elas vinham cá à terra. Elas às vezes vinham visitar famílias, essas famílias já faleceram, e já cá não vêm tanto. Assim lá se vamos relacionando, porque nem nos telefonávamos nem nada. São assim umas primas mais afastadas.

FLÁVIA, 66 anos, viúva, 6^º ano

O espírito de entreajuda acaba por ser impulsionado através do *Facebook* com a divulgação das suas atividades lúdicas e dos trabalhos que realizam, proporcionando um sentimento de valorização e de reconhecimento pelos comentários que recebem, e aumentando, assim, os seus níveis de autoestima.

Existe um intercâmbio entre nós e ajudamo-nos uns aos outros na divulgação nos trabalhos de cada um.

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

Faço parte de grupos dos amigos chegados, (...) também vou trocando mensagens do que faço com os amigos no *Facebook*. (...) Quando começo outro e o acabo (quadro), depois digo olha agora acabei este. As pessoas depois comentam, depois faço umas exposições, mas poucas, e é isso ... é pouco mais que isso.

LÚCIA, 76 anos, divorciada, licenciada

Muitas das suas criações, publicações ou comentários no *Facebook* são feitas já com o intuito de provocar um inter-relacionamento com as suas conexões, normalmente, como forma de provocar a discussão de um tema e obrigar à reflexão.

Sigo normalmente os comentários, alguns respondo, mas quando são cento e tal comentários é complicado uma pessoa estar a responder. Mas há alguns a que respondo evidente. Mas eu não faço aquilo para as pessoas dizerem há que bom, assim é que é, e não sei quê. Apetece-me quando suscito outro tipo comentários, como é óbvio. Outros comentários se há interesse em comentar, que obriga a alguma reflexão eu comento.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

Porém, os seniores entrevistados são críticos, nomeadamente, face à utilização do *Facebook* por parte de algumas pessoas. Sentem-se, muitas vezes, desiludidos com alguns comentários e publicações. Mas, acima de tudo, argumentam que percebem a importância de lá estar para manter os seus relacionamentos sociais.

Mas há pessoas que estão fartas do *Facebook*. Eu hoje encontrei uma amiga minha de trabalho que diz que vai sair porque está farta, mas a outra diz que também vai sair, mas que depois não consegue interagir com os colegas... e fica na dúvida se sai se não.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

Enquanto há dois três anos o *Facebook* era uma coisa importante e eu estava lá sempre, agora Dantes eu recebia 50 mensagens, agora recebo 4 ou 5. Não andei à procura as redes sociais vieram ter comigo, naturalmente. Dos mails todos que tenho o *Facebook* representa quase 40% deles. Mas uma pessoa pode dizer que não liga, mas tem de ligar. Neste momento, com esse mesmo grupo temos uma reunião por zoom, que é simpático.

NICO, 82 anos, divorciado, licenciado

Incremento de Socialização

O *Facebook* tem vindo a permitir, para este grupo de seniores, um incremento da sua socialização. As conexões que se estabelecem no reencontro de familiares e amigos, cujo contacto perderam pelas razões impostas pela vida, conhecer novas pessoas com os mesmos interesses e comunicar com quem está longe, são algumas das vantagens percecionadas e que geram contactos posteriores (Ellison et al., 2010; Steinfield et al., 2012).

Faço parte de muitos grupos, mas não intervengo muito. São grupos muito diversos, a minha cabeça é muita pirotecnia... (ri) Grupos de futebol, grupo do Sporting. Nesta área, grupos culturais, grupos de interesse regional, grupos de enólogos, grupos de ...sei lá coisas relativas aos sítios onde eu vivi... Eu sei lá... nem lhe tenho bem o conto.

Eu até nem achava muita graça, depois experimentei e descobri que afinal é interessante, dá para descobrir pessoas que agente já não sabia da existência. Descobri muitas... e também me descobriram a mim. De repente aparece alguém... epá eu trabalhei contigo, olhe há 2 dias, um

gajo qualquer com quem eu nem sei se falava ou não falava que me mandou uma coisa fantástica que uma imagem minha num programa na RTP há não sei quantos anos.

Num ou outro caso, houve amigos que já não via há muitos anos e que voltámos a reencontrar-nos, não muitos. Acabámos por combinar reencontrar e ir a eventos de reencontro.

ISAC, 77 anos, divorciado, licenciado

As redes sociais *online* propiciam o reencontro de amizades de longa data, de ex-colegas e conhecidos de outros tempos. Contextualizando, muitas pessoas destas faixas etárias viveram numa época, como elas próprias nos contaram, em que o mundo *online* não existia. Por isso, foi-lhes difícil manter o contacto com alguns familiares, amigos e conhecidos ao longo dos anos. Hoje, este mundo digital traz-lhes uma nova realidade e reconhecida por si de valiosa, para reencontrar e fortalecer essas relações.

No *Facebook* eu gosto e às vezes vou lá pesquisar a malta amiga. (...) O que mudou mesmo é que eu fui encontrar amigos que eu já não via há 40 anos e outros há 20 e tal, coisa assim, que estão no Canadá, ou na Alemanha, ou em Portugal e pronto eu gosto de comunicar e às vezes até marcamos encontros. É um convívio.

CÉSAR, 68 anos, casado, 4^a classe

Entrei porque andei no seminário e temos muitos ex-seminaristas que estão espalhados pelo mundo todo e nós temos uma associação. (...) E então nós correspondemos todos uns com os outros. Foi um bocadinho por descobrir estes meus Amigos que já não via há muito tempo também. E procuro outras pessoas com interesses musicais. Agora claro através de muitos amigos que eu tenho aparecem outros, mas eu, desses tenho estado a selecionar, porque também já tenho tantos...

MÁRIO, 87 anos, viúvo, 7^o ano

A vida que deixaram na infância e as raízes culturais das quais se separaram há muitos anos, agora e porque têm tempo, são um tema que os leva a pesquisar e a reunir pessoas. Pelos nomes e apelidos procuram gentes de outros tempos, e, até dos tempos atuais, gerações mais novas que nunca chegaram a conhecer.

Já reencontrei muitos amigos mais antigos e até mesmo da minha aldeia, eu sou de Coimbra e saí de lá muito cedo. Mas, entretanto, a minhas raízes estão lá e na minha página tenho o meu lugar onde nasci.

OTÁVIO, 65 Anos, divorciado, 7^o ano

E tenho ido buscar muita gente do meu lugar, pessoas antigas da minha pelo sobrenome. Até pessoas que eu não conheço verdadeiramente. Ainda encontramos pessoas da minha idade que saíram do lugar, falo com elas hoje em dia, mas outras mesmo nem consegui falar com elas... já as tenho procurado na pesquisa, mas são pessoas que não devem ter.

GABI, 74 anos, casada, 3^a classe

Eu deixo acontecer, e tenho realmente se dizer que tenho surpresas umas na positiva. Por exemplo seguir um escritor que eu gosto e ele até perceber que alguém que ele não conhece o está a seguir e ter uma palavra do outro lado isso surpreendeu-me um bocadinho, porque já me aconteceu. Sim já me aconteceu reencontrar pessoas que já não via há muito tempo e retomar as amizades. Acabou por ser um reencontro bom, da juventude, muito jovem e que realmente tinha saído de Ponte de Lima e através do *Facebook* já nos voltámos a relacionar, até com outros e continuar a relacionar.

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1º ciclo

A maioria refere que o *Facebook* lhes permitiu voltar a falar a pessoas com quem trabalharam e que deixaram de contactar por, noutros tempos, não haver um modo fácil de se reverem e/ou comunicar. Ao ver o que publicam e comentam, acabam por estabelecer uma interligação, é como voltar às amizades de outros tempos.

Para estar em comunicação com os meus amigos e os meus inimigos. Ver os grupos, ver o que é que lá põem e eu respondo e dou as minhas dicas. As pessoas que não se viam há muitos anos encontram-se ali, uma pessoa vai pesquisando, os ex-trabalhadores das Páginas Amarelas estão todos lá, a agente comunica, vemos o que eles publicam. É um meio de comunicação, de interação com outras pessoas, e convivem através do *Facebook*.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

Reencontrei amigos no *Facebook*. Ex-colegas de trabalho, entretanto a fábrica saiu de Lisboa e foi para Alenquer e deixei de ver alguns. Já tentei descobri-los e já descobri aqueles que eram da minha secção, ainda não nos reencontrámos, mas estou a pensar seriamente em inventar um nome para formar um grupo... agora falo com eles no *Facebook*, claro.

HÉLDER, 74 anos, viúvo, 9º ano

Mas, os seniores entrevistados não deixam de fazer uma escolha criteriosa sobre as suas ligações na rede e, apesar de novos contactos, muitos acabam, também, por não os aceitar ou de passar apenas por conexões de “conhecidos” e não de amizades que se prolongam na sua vida *offline*.

Já foi útil para localizar pessoas, não é, que a gente já não tinha visto há muito tempo e que os caminhos se separaram e tal. Tem sido útil nos reencontros. No fundo são mais contactos olá estás bom, muito raramente dá para marcar um almoço, estar com essa pessoa fisicamente. Outros são altamente inconvenientes.... Às vezes aparecem-me pessoas a chatear-me que não interessa nada, há, mas eu sou amigo de fulano... e o que é que eu tenho com isso.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

Conhecer pessoas novas e procurar novas amizades *online* estão, muitas vezes, associadas às necessidades de comunicação, à obtenção de mais conhecimento e à possibilidade de partilhar opiniões no seio daquilo que são os seus interesses. Comunicar foi, como iremos ver mais à frente, neste estudo, uma das maiores necessidades expressas pelos seniores. O telefone é o meio mais

utilizado para falar com quem está longe, mas sentem que o *Facebook* lhes permite uma maior proximidade no momento, a qualquer hora do dia podem ver, falar, partilhar e/ou acompanhar.

Mesmo aos que estão distantes, na austrália, no Brasil, no Canadá. Realmente acontecem coisas engraçadas no *Facebook*... essa parte eu gosto. Por exemplo uma das minhas filhas quando acabou o curso teve um tempo em Inglaterra e lá manteve-se com um casal e uma rapariga que nós tínhamos conhecido numa viagem à Áustria ... E de repente ela pediu para ser minha amiga, ela chegou a estar aqui na minha casa... ia sabendo pela minha filha, entretanto casou, tem duas meninas... agora já tem netos ... e no outro dia ela até me perguntou se queria gostar da página da filha que faz fotografias muito bonitas e aceitei claro.

MARIA, 87 anos, viúva, licenciada

Assim, quer dizer, mesmo relacionado com aguarela, até posso não conhecer, mas eu pedi amizade ou pediram-me a mim, como não são muitos os que pintam, embora desde que eu comecei isto tem vindo a aumentar, mas normalmente vou tendo mais. No Golfe é estável e os colegas às vezes lá aparece um que a gente já não via há muito tempo.

CLARA, 66 anos, divorciada, licenciada

E quando as ditas “amizades virtuais” se tornam parte integrante da sua vida *online*? Por vezes, tudo começa como uma brincadeira, um comentário, um debate sobre um tema, as conexões surgem e transformam-se em amizades, que ao longo do tempo se vão dando a conhecer, embora, por vezes, a distância acabe por não permitir o reencontro.

Uma página uma amiga minha criou “Encontrei um amigo”. (...) Ela criou a página, pôs lá vários administradores e se eu sou um dos administradores, depois entram várias pessoas e acabamos por ficar amigos delas. As amizades ali assim, são aquelas amizades a que chamo de Amizades virtuais. Conheço as pessoas pelas fotografias que lá põem e por aquilo que contam. E depois de abrir a página, quer dizer, com o caminhar do tempo ver pedidos de amizades e ele surgiu assim.

JOSUÉ, 81 anos, casado, curso comercial

É uma forma de estares ocupado, mas também de discutires com alguém de interesses comuns. Procuro muito isso.... Encontrar pessoas que têm interesses comuns e compartilhar essas coisas. Eu acho que aí o *Facebook* desempenha um papel interessante e até porque algumas daquelas pessoas que entram no debate e tu nem as conheces, mas que depois porque achaste muito interessante... acho muito interessante a posição, os comentários acabo por também ir conhecendo novas pessoas, porque acabas por pedir amizade.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

As áreas de interesse de cada um, as atividades e *hobbies* do seu dia a dia são um foco das relações de sociabilidade desenvolvidas, neste caso, no *Facebook*. O estabelecer de conexões com desconhecidos podem ser aceites se existirem interesses em comum. Porém, nem sempre conseguem explicar o facto de não conseguirem encontrar as pessoas que pretendem, pondo a hipótese de que podem fazer parte do grupo dos não utilizadores de redes sociais *online*, ou achando que poderá ser a

sua falta de conhecimentos sobre como pesquisar na rede, refletindo a sua insegurança face às capacidades de uso.

Há sempre alguém novo que chega, a gente conversa um bocadinho, portanto se tem interesse na amizade continua, se não, não responde e praticamente fica inativo.

OTÁVIO, 65 anos, divorciado, 7º ano

Se for da área da pintura eu aceito, mas é mais fácil ser eu a procurar do que o inverso. Já tentei procurar pessoas que há anos que não as vejo, mas nunca encontro. Ponho o primeiro nome e o apelido e só por aí não chego lá. Tipo colegas de curso e isso e por aí só não chego. Já tentei e nunca encontrei nenhum. Já aconteceu eles encontrarem-me.

LÚCIA, 76 anos, divorciada, licenciada

Entretenimento e Lazer

Se em outros tempos a televisão era o meio tecnológico mais utilizado pelos seniores como forma de entretenimento, até porque os seniores mais velhos, em estudo, viram nascer a televisão a preto e branco em Portugal já numa fase adulta, hoje, para alguns, as redes sociais *online* já são também um complemento a este *media*. A sua adoção, na ótica da domesticação, é já entendida como fazendo parte das suas rotinas (Berker et al., 2006). E, tal como acontece em outros estudos, o procurar informação, ver as publicações e as fotos são formas de se entreterem e ocuparem o tempo disponível (Ellison et al., 2007; Osuna et al., 2016).

Utilizo o *Facebook* por distração, para passar o tempo.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

Usar o *Facebook* como distração ou como passatempo são expressões referenciadas pelos entrevistados. Para além de que se pode argumentar que são, para alguns, a opção escolhida em detrimento de outros *media*. Acrescentamos, também, pelas observações efetuadas, que acaba por ser valorizada a interatividade que a rede permite e que prevalece como privilegiada face a outros meios como a televisão e a rádio. O *Facebook* faz sentirem-se mais acompanhados, podendo escolher o que preferem ver, ler ou ouvir, ao contrário de uma programação a que estão sujeitos no caso da televisão ou rádio.

Agora se me quiser descontrair abro o *Facebook*, utilizo mais para passatempo e descontração.

NICO, 82 anos, divorciado, licenciado

É uma companhia, é o de melhor que outra coisa.

GABI, 74 anos, casada, 3ª classe

Facebook é uma coisa importante só para me distrair.

HELOISA, 69 anos, casada, 9º ano

Com o entretenimento minimizam-se os momentos de solidão, ou, simplesmente, revive-se o passado, os bons e maus momentos. O rever memórias e pessoas que já não estão presentes nas suas vidas, para além de que tudo o que circula no *Facebook*, permite manter a mente ocupada e distraída, reduzindo a sensação de que estão sós.

Por exemplo quanto estou chateada, ou quando chega à noite ponho-me ali, o quanto mais não seja a jogar às cartas e outras coisas. Gosto de ler o que lá põem, por exemplo ontem a I.M. pôs uma fotografia do E. onde eu também estou nessa fotografia de uma caminhada e depois leio o que as pessoas dizem e eu digo se gosto ou não.

BIA, 78 anos, casada, 3ª classe

O *Facebook* deu-me azo a eu estar aqui agarrado, porque uma manda-me uma coisa que me faz lembrar os tempos de Juventude.

LEONEL, 76 anos, viúvo, 5º ano

E sonhar? Sim, apesar de serem pessoas ativas e com alguma situação financeira estável, algumas sentem que a idade já não lhes permite viajar como gostariam. As fotos de lugares que nunca conheceram são sonhos tornados realidade, ou imagens atuais de sítios que visitaram há muitos anos são uma forma de os revisitar e terem conhecimento de como se transformaram.

Por exemplo, o grupo de viagens gosto de ver o que as pessoas publicam e comentam sobre isso e sobre aquilo, gosto de ver as fotos que põe sobre as viagens e, assim, eu acabo por viajar um pouquinho através dessas coisas também.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4ª classe

Expressão identitária

De forma genérica, as pessoas entrevistadas que utilizam o *Facebook* fazem-no para se exporem e mostrarem mais de si, refletindo-se isso numa forma de se darem a conhecer e de exprimirem quem estão ali, no fundo é a sua expressão identitária. O seu “eu” é dado a conhecer, por exemplo, através de fotos, sentimentos e trabalhos manuais que realizam. Apercebemo-nos, durante os depoimentos que esta exposição valoriza a sua autoestima, no fundo é uma realização pessoal do que foram, do que sabem, do que fazem ou, mesmo, da sua capacidade de criar. Muitas vezes é o querer mostrar quem são, de onde vêm, o que ainda fazem na sua vida e o que podem fazer pelos outros.

Tirei fotografias no meu quintal de cãos e pus no *Facebook*.

BIA, 78 anos, casada, 3ª classe

E eu andava numa clínica fisioterapia na Amadora e quando acabei a série de tratamentos pus lá uma notícia a agradecer ao fisioterapeuta e aquilo foi aproveitado na associação deles como uma carta de referência para incentivar os outros fisioterapeutas a tratar bem dos doentes. Pronto porque eu ia para os Mundiais de ténis de mesa e tinha uma lesão no braço e ele tratou-me e eu agradeci-lhe e ele fico grato. Ponho fotografias, tiro fotografias, gravo vídeos.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

Cada quadro que faço fotografo e publico no *Facebook* a dizer que foi a minha última obra. Quer dizer os quadros quando os ponho no *Facebook* são sempre muito elogiados, porque eu pinto muito realismo, dantes era mais impressionismo, mas depois comecei a dedicar-me ao realismo e pinto muito realismo e às vezes as pessoas chegam a perguntar se é uma fotografia ou uma pintura. Portanto nesse sentido tenho muitos piropos, muitos.

LÚCIA, 76 anos, divorciada, licenciada

Algumas das pessoas entrevistadas que foram reservadas a falar sobre si, não o foram quando falavam do orgulho que sentem na família, na carreira e na vida que construíram. Mas, a maioria gosta de partilhar, como um sentimento que apreciam e expõem mostrando ao mundo que estão bem, felizes e realizados quer pessoal, como o foram profissionalmente.

Mas já tenho tirado fotografias e ponho. Não é muito, eu não gosto de pôr fotos minhas, uma flor, uma paisagem.

No outro dia a minha mãe fez anos, fez os 90 anos, estávamos em família e a minha cunhada é que tirou fotografias e eu disse-lhe olha manda-me por o WhatsApp a fotografia. E ela (...) publicou foi no *Facebook*... também não tem mal nenhum ... mas publicou para mim, e era só as pessoas pronto contentes ver a minha mãe e a porem gostos e a comentarem... mas pronto também gostei de ver os comentários das outras pessoas sobre a minha mãe, de pessoas que já não a viam há muito tempo.

FLÁVIA, 66 anos, viúva, 6º ano

Partilho coisas sobre sentimentos sim, quando são coisas sobre netos. Quando é que coisas sobre mães e filhos... assim essas coisas assim. Agora outras coisas não sou assim de escrever. Às vezes há pessoas que põem ser avó é ser isto e isto...Isso Adoro! os nossos filhos são sempre nossos e assim publico fotos minhas e da minha família às vezes... de paisagens.

HELOISA, 69 anos, casada, 9º ano

De facto, a valorização pessoal e profissional é uma condição que gera sentimentos de orgulho e satisfação, pelo que, as fotos publicadas sobre si de recordações do passado profissional são o reconhecimento público de quem foram, do que fizeram e, ainda, uma forma de sentirem que, apesar de afastados do mundo profissional, se lembram deles. Isso não passa em claro nesta análise e na gratidão que demonstram nas suas declarações.

Ainda no outro dia a C. que é uma miúda do arquivo da RTP, publicou uma fotografia minha de 1988, eu a fazer um vivo para o T. a entrevistar o J. G. que até já morreu...epá em dois dias aquilo tinha mais de 300 *likes*.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Os momentos da vida são assinalados e partilhados. Para estas pessoas, os registos fotográficos sempre foram importantes, eram uma forma de assinalar os principais marcos da vida. A ida ao fotógrafo para ir registando o crescimento dos filhos, as fotos dos casamentos e batizados e para muitos, ainda hoje, as suas casas são museus de retratos que lhes mantêm presentes as recordações da vida e, até a evolução do crescimento dos netos. Por isso, também as fotos publicadas são momentos vividos e sentidos com intensidade, e que são importantes de divulgar.

Quer dizer há 2 anos fiz Cruzeiro e, portanto, ia publicando uma imagem em cada porto que estava. E no ano passado estive nos Açores e fiz a mesma coisa... não com muita assiduidade Praticamente paisagens.

IVONE, 79 anos, solteira, licenciada

Eu gosto muito de fotografia... sigo alguns de fotografia. E costumo publicar também. Recentemente tenho um telemóvel melhor um pouco e então é só de telemóvel e pronto. Para mim não é a técnica, mas é o momento.

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1º ciclo

Eu publico fotos, vídeos... e há fotografias que sou eu que as tiro. Geralmente publico um pouco de tudo, agora fotografei e gravei precisamente aqui na Avenida foi o desfile do Carnaval e depois foi tudo parar ao *Facebook*.

LEONEL, 76 anos, viúvo, 5º ano

Publicar factos históricos é eternizar o passado. E, assim, se publicam *flashes* da vida que se viveram ou textos e imagens de como era em outras épocas. Um regresso ao passado, desde, como se vivia, até ao que é na atualidade, mostrando como as coisas se transformam, no fundo um eternizar de experiências vividas para que estas acabem por ser imperecíveis no futuro. “Recordar é viver” e neste sentido recordar é eternizar as saudades de outros tempos, vivendo-as no presente.

Eu estou a fazer uma página do CAQ, do Clube Atlético de Queluz, onde coloquei muitas fotografias e daí o G. me ter entrevistado para ele escrever história do Clube. No *Facebook* as fotografias que partilho e assim ... é assim: fotografias quando trabalhava, eu coloco na Página da AEG mas ao colocá-las na página da AEG, aparecem naquela coluna de notícias também na página do *Facebook*.

JOSUÉ, 81 anos, casado, curso comercial

E, para os que têm uma voz crítica sobre o *Facebook*, ainda assim, o utilizam com frequência para se expressar e se autorrealizarem no sentido de que, apesar da aposentadoria, sentem-se valorizados pelas suas capacidades ao se reinventarem no *Facebook*. Através de *blogs* ou da escrita, publicando *posts*, mostram os seus trabalhos, e depois há toda uma multidão que se torna o seu público.

Portanto eu sou o mais anti *Facebook* possível. Mas porque é que utilizo o *Facebook*? Eu só utilizo o *Facebook* para comunicar alguns textos meus. Eu tenho duas coisas que faço com uma certa periodicidade, uma é “Entrevista e Outras Vistas” e outra que é o “Portugal dos Pequenitos”. Se for ao meu *Facebook* vê o estilo de coisas que lá aparecem e, portanto, uma vez neste momento não tenho nenhuma Tribuna no jornal, nem para desenhos, nem para texto, valho-me disso, mais nada. (...) Isso eu, mas os números que temos não são os reais, porque nem toda a gente se manifesta, percebe... há pessoas que nem *likes* põem, têm problemas, se eu digo que gosto disto o que é que me poderá acontecer...mas a análise dos *likes* e dos comentários é engraçado.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

Basicamente o meu *Facebook* serve para isso (Textos que escreve) e serve para também divulgar algo que seja elucidativo. Faço *posts* de coisas que considero terem interesse. A página para mim não serve para perder tempo... mas mais poesia, porque escrevo alguma coisa de poesia e vou divulgando.

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

O *Facebook* oferece um ambiente livre para manifestarem pensamentos e opiniões. E os entrevistados consideram-no um espaço público no qual, de uma forma livre, se expressam e dão a conhecer a pessoa que são.

Quando estás a dar a tua opinião sobre alguma coisa também estás a mostrar um pouco mais de ti, aquilo que tu és como pessoa, como carácter, como personalidade, como forma, como filosofia de vida.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Porque no *Facebook* dei a conhecer uma faceta de mim que nunca foi exposta no fundo, e o que eu escrevi era diferente, porque fazia comentário, mas que que agora não tenho limites literários ou poéticos, ou de memórias, etc... O principal benefício para mim é comunicar e atirar para o ar um outro lado de mim, pronto.

ISAC, 77 anos, divorciado, licenciado

Intervenção Social

O altruísmo é um dos valores defendidos por Solomon (2002) sobre o consumidor sénior. Os entrevistados também se preocupam em mostrar ao mundo que o apoio a causas sociais é fundamental. As redes sociais *online* podem ser e são a voz de muitas causas sociais. Pelo que, nomeadamente, nesta investigação, o *Facebook* é utilizado pelos entrevistados na sua intervenção

social, como uma forma de apoiarem causas, o que passa pelos seus comentários, na maioria das vezes, associados aos maus tratos dos animais, que referem ser o tema que mais os incomoda.

Quando aparece algo no sentido de apoiar causas também, sim. Se vejo que é fundamental apoiar claro que sim.

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

Sim apoio causas sociais de animais no *Facebook*, sim. Quando vejo coisas a favor dos animais eu interfiro e apoio em comentários e mensagens. E sobre os animais, sinto uma revolta quando vejo os maus tratos dos animais.

HÉLDER, 74 anos, viúvo, 9º ano

Para além dos animais surgem as causas apoiadas por figuras públicas, situações políticas do País que envolvem a publicação de Leis. Situações que lhes merecem crédito e que apoiam através de *likes* ou com algum comentário.

A maioria das coisas muitas vezes é Animais perdidos e coisas perdidas. (...) Então por exemplo tinha lá posto numa publicação sobre a Eutanásia e eu tive a ler, essas coisas assim mais... faço comentários e dou sempre apoio quando são coisas do Cristiano Ronaldo.

HELOISA, 69 anos, casada, 9º ano

E por exemplo se for coisas daquele género: vai-se aprovar a lei não sei quê, se eu concordo carrego no gosto.

DAVID, 72 anos, divorciado, 7º ano

Todavia, quando se fala em apoios efetivos dão preferência a causas que conhecem pessoalmente, existe sempre medo e desconfiança sobre a veracidade da informação e são prudentes nas suas intervenções ou comentários.

Eu sou muito prudente, mesmo nos comentários ou publicações de causas sociais ou de outras coisas, aí normalmente, depende a situação. Sobre os animais normalmente um bocadinho delicado, eu tenho visto algumas coisas, mas nem sei se aquilo é mesmo de propósito algumas coisas ou não são, mas eu normalmente não comento.

OTÁVIO, 65 anos, divorciado, 7º ano

Gosto de ler sobre as causas sociais, animais e assim, mas eu não sou de apoiar no *Facebook*, nem mesmo na televisão. Eu tenho 8 organizações que eu apoio, dou uma coisinha, também não é muito, mas que mando um cheque todos os anos. São 8 organizações, e são oito porque antigamente havia 8 linhas no IRS em papel e escolhi aquelas 8... hoje já é automático, mas eu continuo a apoiar essas 8 organizações.

MARIA, 87 anos, viúva, licenciada

Informação

Nos estudos de *Internet*, Sum et al. (2008) referem a informação como um fator evidenciado para a utilização. Se noutras tempos, as notícias veiculadas pelos jornais eram sinónimo de factos reais, atualmente, e como referiram neste estudo os seniores usuários do *Facebook*, procura-se opiniões e diferentes pontos de vista nas redes sociais *online*, para complementar a informação transmitida pelos *media*, e, assim, formar a sua própria opinião.

Utilizo o *Facebook* por várias razões, consulta, acesso à informação, ou seja, menos papel mais digital e ocupação. No *Facebook*, mas na parte da informação de facto. E o *Facebook* e as redes sociais vieram dar uma outra amplitude, digamos, dá mais ou menos da pessoa. Aquilo não é assim uma coisa tão desinteressante assim como muita gente pensa, às vezes há debates de política, sobre o Bolsonaro, que se tronam interessantes. Às vezes apanham-se pessoas muito interessantes e muito inteligentes. Imagina tu está-se a discutir a questão sobre a situação dos médicos em Portugal e ali entram vários médicos, enfermeiros. São discussões que abrem o leque a outros conhecimentos. (...) acho que as pessoas estão muito necessitadas, procuram muito um debate. Procuram muito a discussão sempre das coisas, como as coisas acontecem, sobre a origem das coisas. Porque é que as coisas são desta maneira e não daquela.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

E relativamente à Petanca são divulgados os eventos no *Facebook*, tanto demograficamente como o noticiário de resultados nacionais e internacional. O *Facebook* de certo modo, veio-nos trazer informações que nós nem sequer desenhávamos. Às vezes vê-se coisas incríveis. O principal benefício para mim do *Facebook* é ele dar, informar coisas que as pessoas querem que se saiba... principalmente informativo, divulgação de ideias. O *Facebook* mudou a obtenção de mais informação.

HÉLDER, 74 anos, viúvo, 9º ano

Alguns, despertos pelo forte potencial das redes sociais *online* em mover massas e dos perigos das informações falsas, deixam-nos esse alerta de que também é necessário entender que muita da informação veiculada são *Fake News* e podem ser prejudiciais para a sociedade. Por isso, consideram importante estarem atentos e acederem a mais opiniões fazendo o cruzamento da informação.

Como foi o caso da primavera árabe, até no Egito e realmente tudo aquilo não teria acontecido, pelo menos com aquela velocidade, se não fossem as plataformas digitais. Mas também servem para espalhar o pânico, espalhar a conspiração, olhe isto do COVID por exemplo, já vi as coisas mais disparatadas que se possa imaginar, quer dizer, não é? Mas e depois, as pessoas antigamente, na minha geração, havia muito esta coisa que era: Não isso é verdade porque veio no jornal. Até veio no jornal era sinónimo de veracidade.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

As pesquisas sobre as suas áreas de interesse são um ponto comum entre os entrevistados. A procura de informação compartilhada, a troca de conhecimentos e a recolha de opiniões são

motivações para o uso do *Facebook*, dando-lhes a percepção de poderem obter mais sabedoria e para se sentirem informados ao nível das suas atividades e interesses.

Consulto o *Facebook* para alguma coisa que me interesse por exemplo trabalhos manuais ou essas coisas, uma página assim. Vou ver alguma coisa que me interessa de trabalhos manuais como lhe digo, são essas coisas assim.

DÁLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

No *Facebook* acabo por acompanhar o ciclismo, faço parte de grupos da Volta a Portugal e este mês começa a Volta ao Algarve e já tive a ver os ciclistas estrangeiros que lá vão correr.

CÉSAR, 68 anos, casado, 4^a classe

Quando tenho de apresentar um autor brasileiro, primeiro informo-me sobre o que escreve, vejo no *Facebook* tudo o que publicam o *Facebook* é mesmo para isso...

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

No *Facebook* às vezes consulto páginas de pintura.

LÚCIA, 76 anos, divorciada, licenciada

Se por um lado recorrem ao *Facebook* para saberem informação sobre produtos ou sobre o que outras pessoas dizem sobre isso antes de tomarem a decisão de os adquirir, por outro, também é verdade que sentem que ficam informados sobre as suas conexões, vendo o que partilham e publicam regularmente.

Às vezes quando quero comprar alguma coisa procuro Informação, às vezes vou ver as opiniões, ou pergunto. Por exemplo agora do *Netflix*, queria tirar um documentário e andei a ver como é que aquilo que funcionava e fui para o *Facebook* perguntar como é que se fazia, houve um indivíduo que me respondeu como é que era, mas não dá para eu pôr em DVD, só dá para fazer o *download* e para verem offline. Tenho que estudar o assunto. Mas sinto-me mais informado com o *Facebook* sobre os amigos, sobre os familiares e sobre o mundo.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

A procura de informação em socialização também é reconhecida, talvez aqui, os que possuem menos experiência, aconselham-se com os amigos e, muitas vezes, partilham esses momentos em conjunto.

Sim gosto de me informar. Em casa desse meu colega...há um rapaz do nosso ano de curso que mete muita coisa e eu vou lá a casa dele e vemos juntos as coisas que ele mete, normalmente coisas interessantes sobre aviões.

BRUNO, 79 anos, casado, 4^a classe

Viajar e conhecer o mundo, o País e as cidades... Tal como com a *Internet*, o mundo fica mais perto e pode ser visitado à distância de um “*clic*”, no caso das redes sociais *online* ao alcance de um *post*. Estas pessoas com gosto por viajar e sem oportunidade de se deslocarem a determinados locais, usam as mensagens e as publicações para “*passear*” e “*vaguear*”, vivendo as experiências de outros.

Não procuro informação sobre produtos/serviços, mas às vezes quando vejo coisas no género abro e não sei quê, mas nunca fiz compras *online*. Mas sobre as Viagens e caminhadas com amigos sim, caminhadas aqui e a além e fico a saber. Sinto-me mais informada com o *Facebook*, sem dúvida.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4ª classe

Também vou à pesquisa muitas vezes a ver, por exemplo Cinfães já não é uma terra como era no meu tempo.

GABI, 74 anos, casada, 3ª classe

O meu cunhado, não sei onde é que ele vai buscar, mas manda-me imagens lindíssimas de Portugal, que nós desconhecemos ... todas estas coisas parece não vou viajando um bocadinho.

DAVID, 72 anos, divorciado, 7º ano

Informações sobre eventos que decorreram e no qual não puderam estar, são vividos posteriormente através do que lhes foi partilhado pelas suas ligações. Todos os pormenores são observados, não perdendo a informação e alargando os seus conhecimentos.

Pronto algumas coisas eu vejo diretamente no *Messenger*, outras não, mas eu gosto muito de saber coisas ao nível da música, o nível de Portugal, viagens também, de história de Portugal. Ainda quando abri de manhã tinha... eu não fui a Mafra no domingo porque tive um jogo de Golfe em Óbidos e lá estava ...O que foi inaugurado ...a primeira sessão desde que aquilo agora está pronto, os carrilhões, o concerto do Vivaldi e as quatro estações, pronto são este tipo de coisas que eu gosto. Existe uma interpelação nestas minhas relações com o *Facebook* e aproveito muito disso, saber das novidades e quando acontece alguma coisa, algum colega que está longe. Depois eu acho que alargo os meus conhecimentos, por estabelecer estes contactos.

CLARA, 66 anos, divorciada, licenciada

Os entrevistados são pessoas enérgicas com um grande desejo para aumentarem o seu leque de conhecimentos nas suas áreas de interesse. Os ligados à cultura procuram nas redes sociais *online*, eventos, iniciativas e espaços culturais que podem visitar e conhecer. Os ligados ao desporto procuram as notícias e as informações das modalidades e desportistas. Por isso, o *Facebook* permite-lhes manterem-se atualizados sobre o que os rodeia.

Há sempre sugestões de eventos, nós estamos aqui o teatro, tem uma atividade muito acima da média nacional e realmente é sempre através do *Facebook* que eu me mantendo sempre informada

dos espetáculos, e há outros exemplos, de concertos. É um clique e nós procuramos aquilo que nos interessa.

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1º ciclo

Eu Pesquiso algumas coisas no *Facebook*, turismo, agora estive a ver uma parte dos museus que estavam abertos, pesquisei e fiz algumas pesquisas nesse sentido. Também e procuro estar atualizado dentro do possível, dentro do que a rede nos oferece. Agora é que fiz pesquisa porque sabia que havia já alguns museus abertos e estive a ver... Até encontrei alguns que desconhecia. Nós devíamos ter mais conhecimento e na verdade não tinha. Somos portugueses temos um património riquíssimo e um conhecimento muito limitado. Mas os museus também são um bocadinho caros para nosso dia a dia, mas de vez em quando, pronto.

OTÁVIO, 65 anos, divorciado, 7º ano

Sei de eventos, a divulgação de qualquer atividade artística é inevitavelmente útil. Em termos de divulgação e saber informação artística posso dizer que sim, é muito útil.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

Os artistas estão sempre presentes na sua agenda do *Facebook*, permitindo-lhes escolher o tempo em que o fazem, ou acompanharem os espetáculos em direto. Ver, ouvir e até comunicar com os seus artistas preferidos é uma satisfação, estar perto e sentirem-se informados de quem gostam e prezam o trabalho.

Acho que estas interações no *Facebook* ou no *WhatsApp* alarga o campo de visão em certos aspetos. Desculpe a expressão: “Não prostituindo a mente”, se não esgotar o tempo a fazer só isso. Isso é que eu acho muito mau. Usar todas estas ferramentas, de uma forma útil é extraordinário. Por exemplo o André Gago manda para o *Facebook* a indicação do que vai ser o programa e eu vou lá ver e já sei qual o programa, já foi um sobre Amália, outro sobre o Sena, e se me interessa.

NICO, 82 anos, divorciado, licenciado

Ao nível dos conteúdos informativos, o inquérito *online* revelou que os seus interesses de pesquisa por este tipo de informação nas redes sociais *online*, passa por cinco temas principais, conforme descritos no Quadro 7.18: nacionais (86%), locais (66,4%), arte e cultura (66,4%), saúde (61,3%) e internacionais (58,7%).

Quadro 7.18 - Quadro resumo sobre o tipo/tipos de Informação que mais interessa aos seniores inquiridos nas redes sociais *online* (n=235)

	Casos					
	Válidos		Omissos		Total	
	N	%	N	%	N	%
Nacionais	202	86,0%	33	14,0%	235	100,0%
Internacional	138	58,7%	97	41,3%	235	100,0%
Locais (relativas à freguesia, município, vila, cidade, etc.)	156	66,4%	79	33,6%	235	100,0%
Regionais	107	45,5%	128	54,5%	235	100,0%
Finanças / economia	86	36,6%	149	63,4%	235	100,0%
Entretenimento / sociais (imprensa cor-de-rosa)	46	19,6%	189	80,4%	235	100,0%
Saúde	144	61,3%	91	38,7%	235	100,0%
Arte e cultura	156	66,4%	79	33,6%	235	100,0%
Desporto	76	32,3%	159	67,7%	235	100,0%
Política	104	44,3%	131	55,7%	235	100,0%
Ciência e tecnologia	108	46,0%	127	54,0%	235	100,0%
Classificados (ofertas de emprego, imobiliário, etc.)	17	7,2%	218	92,8%	235	100,0%
Religiosa	27	11,5%	208	88,5%	235	100,0%
NS/NR	8	3,4%	227	96,6%	235	100,0%

Deparamo-nos com o facto de não existirem muitas diferenças na relação entre o género e os interesses, na procura de informações nas redes sociais *online* pelos seniores inquiridos (Figura 7.7). Embora as mulheres sejam ligeiramente mais ativas em todos os temas, dão prioridade à arte e cultura, à saúde e às notícias locais. Um maior interesse por informação internacional e nacional são as preferências dos homens.

Pelo que aquilo que se conclui é que as mulheres dão primazia à proximidade das notícias e aos seus interesses pessoais, enquanto os homens demonstram ter maior interesse pela informação geral, tanto do que se passa ao nível do nosso País, como internacionalmente.

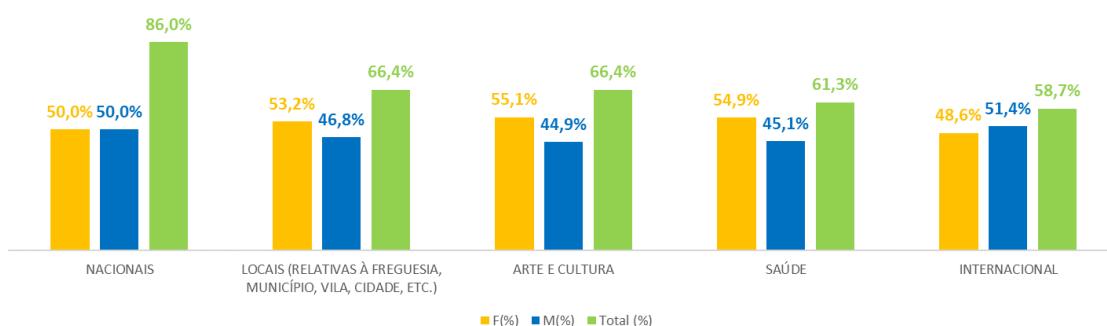


Figura 7.7 - Tipo de informação disponível e de maior interesse, por parte dos seniores inquiridos, nas redes sociais *online* segundo a variável género (n=235)

Em modo de resumo conclusivo, para alguns seniores utilizadores, as redes sociais *online* já são vistas como fazendo parte da sua vida, aquilo a que segundo Silverstone e Haddon (1996) referiam, segundo a teoria da domesticação para o caso da *internet*, para além de fazerem parte da rotina diária, cada pessoa a molda consoante os seus valores e práticas. Mesmo os mais críticos reconhecem os benefícios das redes sociais *online* numa maior interação social e no fortalecimento das suas conexões (Ellison et al., 2007; Gibson et al., 2010; Páscoa, 2017; Quan-Haase et al., 2017; Rebelo, 2013; Teng & Joo, 2017; Vilte et al., 2013) e os contributos que lhes proporcionam ao nível das funcionalidades que destacam: a Gestão de Laços Sociais; o Incremento de Socialização; a Expressão Identitária; o Entretenimento e Lazer; a Intervenção Social, como propostos por Cardoso (2011); e a Informação, como defendemos perante os resultados e, igualmente, abordado por Sum et al. (2008) nos estudos de *Internet*.

7.5.1.2. Usos e motivações

Numa dimensão meso-sociológica, a teoria das redes procura explanar, através da estrutura das redes de que os indivíduos fazem parte e se inter-relacionam, os usos relacionais e as interações associadas às motivações. Na teoria dos usos e gratificações, os pressupostos tentam compreender os usos e as razões ou gratificações percecionados pelos indivíduos sobre a escolha e uso dos *media*. Contudo, no nosso foco de investigação prevalecem, por opção enquanto abordagem da investigadora, os conceitos e modelos dos autores cujos estudos se debruçaram sobre os usos e motivações dos seniores nas redes sociais *online*, as motivações expressas por Vosner et al. (2016) associadas aos sentimentos de prazer, à interação com outras pessoas, reduzindo a solidão, e como uma forma de fornecer e receber apoio social, diminuindo a ansiedade; bem como o modelo motivacional de Vroman et al. (2015), centrado nos três níveis motivacionais que são prioridade para os seniores para usarem as redes sociais *online* (1º nível - relações pessoais, 2º nível - utilidade do uso e 3º nível - comunidades virtuais).

Assim, iniciando a nossa abordagem e centrando a análise nos motivos que levaram os inquiridos a criarem o seu perfil nas redes sociais *online* (Quadro 7.19), os dados recolhidos destacam como os dois principais motivos: os relacionamentos e o comunicar.

Quadro 7.19 - Motivos que levaram os seniores inquiridos à adesão da rede social *online* mais utilizada (n=235)

	Válidos		Casos Omissos		Total	
	N	%	N	%	N	%
Fortalecer os laços sociais que já existem <i>offline</i>	137	58,3%	98	41,7%	235	100,0%
Conhecer novas pessoas	81	34,5%	154	65,5%	235	100,0%
Motivos profissionais	38	16,2%	197	83,8%	235	100,0%
Porque a maioria das pessoas que conheço está neste tipo de <i>sites</i>	111	47,2%	124	52,8%	235	100,0%
Para poder manter o contacto com pessoas que estão longe	164	69,8%	71	30,2%	235	100,0%
Para encontrar e manter o contacto com pessoas que já não vejo há muito tempo	144	61,3%	91	38,7%	235	100,0%
Para não me sentir excluído	44	18,7%	191	81,3%	235	100,0%
Para poder partilhar pensamentos, comentários, vídeos, fotos	135	57,4%	100	42,6%	235	100,0%
Porque me convidaram	46	19,6%	189	80,4%	235	100,0%
Iniciar/potenciar uma relação amorosa	5	2,1%	230	97,9%	235	100,0%
Para promover o meu trabalho	14	6,0%	221	94,0%	235	100,0%
Para promover eventos	27	11,5%	208	88,5%	235	100,0%
Para promover causas ou posições	44	18,7%	191	81,3%	235	100,0%
Outras. Quais?	10	4,3%	225	95,7%	235	100,0%

O interesse manifestado pelos seniores ao nível dos relacionamentos é notório, dada a relevância que exprimiram quando justificam a sua adesão à rede social *online* que mais utilizam para: poder manter o contacto com pessoas que estão longe (69,8%), encontrar e manter o contacto com pessoas que já não veem há muito tempo (61,3%) e fortalecer os laços sociais que já existem *offline* (58,3%). Porém, há seniores que dão maior relevância ao poderem comunicar através da partilha de pensamentos, comentários, vídeos e fotos (57,4%).

Ainda, ao nível dos relacionamentos, com menos relevância, mas sem menos importância, alguns inquiridos evocam um sentimento de inclusão digital ao referirem que a sua adesão se deve ao facto de a maioria das pessoas que conhecem estarem nestes *sites* (47,2%) e para conhecere novas pessoas (34,5%).

Estes dados espelham o modelo de Vroman et al. (2015), em que o primeiro nível dos fatores motivacionais de acesso às redes sociais *online* está relacionado com as relações pessoais.

A utilidade percebida pelas redes sociais *online* através da interpretação dos motivos pelo género (Figura 7.8) não se diferenciam por valores muito dispares. Contudo, as mulheres dão maior relevância a poderem encontrar e manter o contacto com indivíduos que já não veem há muito tempo (57,6%) e com as pessoas que estão longe (53,7%), enquanto os homens dão mais importância ao conhecerem

novas pessoas (54,3%), ao poderem fortalecer dos laços que já existem *offline* (52,6%) e, também, porque a maioria das pessoas que conhecem está nestes *sites* (52,3%).

Neste sentido, e apesar da análise global, podemos afirmar que as mulheres na gestão dos laços nas redes sociais *online* dão maior valor à manutenção dos laços fortes e os homens valorizam mais os laços fracos. Pelo que, ao nível do capital social *bonding* e *bridging* referenciados por Ellison et al. (2009, 2011) sobre a manutenção de laços fortes e fracos, observa-se que as redes sociais *online* têm maior influência no capital social *bonding* no género feminino e *bridging* no masculino.

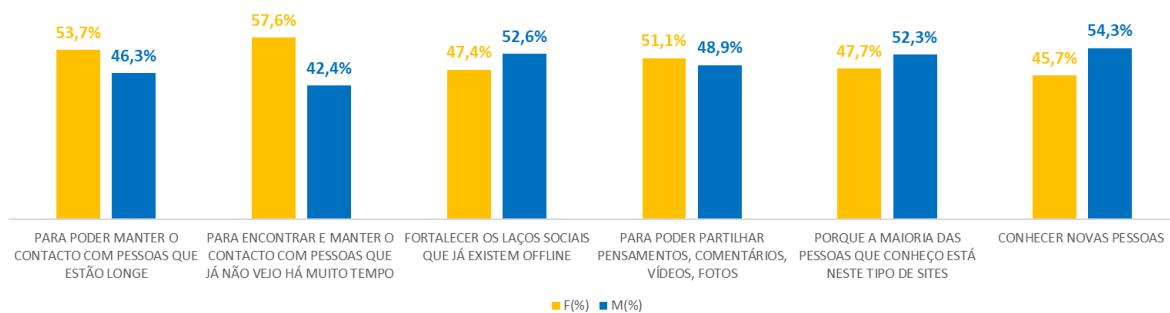


Figura 7.8 - Motivos que levaram os seniores inquiridos à adesão da rede social *online* mais utilizada com a variável género (n=235)

Adicionalmente, com base na análise quantitativa das categorizações realizadas ao nível das relações pessoais e de sociabilidade dos entrevistados utilizadores do *Facebook*, os dados expõem que para 66,7% das pessoas esta rede mudou a sua vida, corroborando o facto de que ao percebem os benefícios e a utilidade das redes sociais *online* acabam por as valorizar, tornando-as um hábito de consumo diário (Baugess, 2015). Esta mudança positiva está associada aos principais benefícios que identificam e que mais valorizam (Quadro 7.20): estar mais próximo dos que estão longe (56,67%), comunicar mais com os amigos (46,67%) e com a família (36,67%), e permitir novos relacionamentos com os amigos de longa data (43,33%) e com novas pessoas que conheceram com os mesmos interesses (40%). É, portanto, evidente aqui que o relacionamento surge, tal como nos motivos de uso das redes sociais *online*, como um dos principais motivos que levam os seniores a aderir à rede *Facebook*. Por isso, tal como nos estudos da *Internet* onde se evidenciou que esta era utilizada para comunicar, estabelecer novos relacionamentos *online* e que faz parte da vida quotidiana dos indivíduos (Bargh & McKenna, 2004; Kraut et al., 1998; Kraut et al., 2002; Neves, 2015; Williams, 2005), também as redes sociais *online* são privilegiadas por estes seniores como forma de promover a comunicação e os relacionamentos.

Quadro 7.20 - Seniores entrevistados e utilizadores da rede *Facebook*: Benefícios e percepção do impacto nas suas vidas (n=30)

BENEFÍCIOS	Relações pessoais e de sociabilidade		
	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Estou mais próximo dos que estão longe	17	56,67	73,91
Permite comunicar mais com os amigos	14	46,67	60,87
Permite comunicar mais com a família	11	36,67	47,83
DOCUMENTOS com código(s)	23	76,67	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	7	23,33	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-
Permite novos relacionamentos			
Reencontrei familiares e amigos de longa data	13	43,33	72,22
Conheci novas pessoas com os mesmos interesses	12	40,00	66,67
DOCUMENTOS com código(s)	18	60,00	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	12	40,00	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-
Aumentou os relacionamentos offline			
Sim	14	46,67	100,00
Não	3	10,00	21,43
DOCUMENTOS com código(s)	14	46,67	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	16	53,33	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-
Percepção sobre o Impacto do Facebook na vida			
Mudou positivamente a minha Vida	20	66,67	86,96
Não mudou em nada a minha vida	5	16,67	21,74
DOCUMENTOS com código(s)	23	76,67	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	7	23,33	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

Valida-se, assim, que as relações de sociabilidade são muito prezadas pelos seniores portugueses, sendo a principal razão que motiva a sua conversão e integração nas redes sociais *online*. Apesar do vínculo pessoal nas suas relações ser privilegiado, as trajetórias da vida nem sempre o possibilitam e, neste caso, consideram que as redes sociais *online* lhes permitem manter e reforçar os seus laços com a família e os amigos, para além de lhes proporcionar o reencontro com pessoas que se cruzaram ao longo das suas histórias de vida e cujo contacto se manteve distante.

No contexto das histórias de vida relacionadas com o uso do *Facebook*, atendemos às experiências vividas e contadas na primeira pessoa e que justificassem os motivos pelos quais os seniores integram esta rede social *online*, e que os definimos em três categorias: Relacionamento, Comunicação e Entretenimento. Estas categorias encontram-se, por vezes, associadas entre si (Quadro 7.21).

Quadro 7.21 - Seniores entrevistados e utilizadores da rede *Facebook*: Histórias de vida e suas motivações (n=30)

MOTIVAÇÃO	História de vida relacionada com o <i>Facebook</i>		
	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Relacionamento			
Relacionar com familiares e amigos que estão longe	19	63,33	79,17
Porque os amigos estão nestas redes	12	40,00	50,00
Encontrar pessoas e voltarem a relacionar-se	9	30,00	37,50
DOCUMENTOS com código(s)	24	80,00	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	6	20,00	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-
Comunicar			
Para poder partilhar pensamentos, comentários	7	23,33	70,00
Conhecer e comunicar com novas pessoas	6	20,00	60,00
Motivos profissionais	1	3,33	10,00
DOCUMENTOS com código(s)	10	33,33	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	20	66,67	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-
Entretenimento			
Ver o que os outros publicam	23	76,67	92,00
Para passar o tempo	14	46,67	56,00
Para descontrair	4	13,33	16,00
DOCUMENTOS com código(s)	25	83,33	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	5	16,67	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

Evoca-se aqui e damos destaque ao entretenimento (83,33%), por ser o mais evidenciado na análise discursiva, que resulta da motivação para ver o que os outros publicam (76,67%), como forma de passar o tempo (46,67%) e como forma de descontração (13,33%).

Associado ao relacionamento (80%), o segundo fator evidenciado, está o facto de poderem interagir com os familiares e amigos que estão longe (63,33%), porque os amigos também estão nestas redes (40%) e o de lhes permitir encontrar pessoas e voltarem a relacionar-se (30%).

Comunicar (33,33%) não é crucial para ter perfil no *Facebook*, embora os que manifestam esta motivação o façam para poderem partilhar pensamentos e comentários (23,33%) e por terem interesse em conhecer e comunicar com novas pessoas (20%).

Entretenimento, Relacionamento e Comunicar são os três principais motivos identificados na análise discursiva das entrevistas, e, ao se efetuar uma interpretação dos resultados para uma maior compreensão, poderemos ponderar uma associação com a abordagem sobre motivações de uso de Vosner et al. (2016): o entretenimento aos “sentimentos de prazer”, como forma de ocupação do

tempo disponível no seu dia a dia; o relacionamento à interação com outras pessoas, reduzindo a solidão, criando sentimentos de proximidade e de manutenção das suas conexões; e Comunicar como uma forma de fornecer e receber apoio social reduzindo a ansiedade. Porém, se avaliarmos com base no modelo motivacional de Vroman et al. (2015), as opções de primeiro e segundo níveis não são coincidentes. Se por um lado, os autores evocam a um primeiro nível as relações pessoais, que no nosso entender se relacionam com o nosso estudo e que os dados efetivam como segunda prioridade; e no caso do segundo nível, ligado à utilidade de uso, no nosso estudo associamo-lo ao entretenimento que se posiciona como a principal motivação. Todavia, comunicar encontra-se alinhado com o terceiro nível das motivações propostas pelos autores, relacionado com as comunidades virtuais. Estes resultados podem ter algumas leituras, nomeadamente: ser entendidos como um desvio padrão pelos dados do nosso estudo não serem representativos; constituir uma forma fática e de facilitação de uso ligados às características da rede *Facebook*; haver outros meios que os seniores privilegiam na manutenção dos seus relacionamentos, como o telefone; e até, as questões culturais que se diferenciam entre países e regiões, como defendem Vosner et al. (2016).

Em resumo, para além destes resultados reforçarem os dados obtidos no inquérito *online*: para muitos seniores a vida levou, por motivos profissionais, ao afastamento dos filhos e netos, que partiram para o estrangeiro ou vivem em outras regiões do País; outros tiveram uma vida emigrados e, na aposentação regressaram a Portugal deixando familiares e amigos; igualmente, a situação de viuvez gerou em alguns uma reorganização da vida para minimizarem o seu isolamento; e, ainda, aqueles em que os amigos são o seu apoio e para quem a família é um desgosto. Sendo todos pessoas ativas, cuja vida foi sempre uma batalha de vivências e na procura de melhores condições de vida, chegam a esta fase com energia e cheios de vontade de obterem mais realizações, agora com tempo para se entreter, relacionar e comunicar. Os momentos sozinhos e sem atividades são preenchidos utilizando o *Facebook*, tendo em conta estas suas motivações, interesses e necessidades.

Ao nível do relacionamento, o manter o contacto com pessoas que estão longe, leva-nos a considerar que, na maioria das vezes, se associa a fatores de intergeracionalidade, para poderem acompanhar os netos que estão a viver longe e que validamos com as entrevistas semiestruturadas. Como nos descreve o LEONEL o isolamento da família é colmatado pelas redes sociais *online*.

Tenho 5 netos, e falo com eles no *Facebook*, e que está nos Açores, é do meu filho que está na França. Ele tem agora 14 anos e com esse quando eu falo com o pai, ligamos para ele e falamos os 3 em grupo, fazemos a ligação e pronto.

Pois com essa família toda espalhada, se não fosse as redes sociais era muito mais difícil de nos relacionarmos. Nem se quer se pode admitir, porque nem sequer era possível as coisas serem como são agora.

LEONEL, 76 anos, viúvo, 5º ano

Neste sentido, valida-se a *H3: A intergeracionalidade é um fator motivacional para a dinamização das redes sociais online*. Quan-Haase et al. (2017) referem que a intergeracionalidade é a principal motivação para esta população aderir às redes sociais *online*. Não consideramos a principal motivação porque como apurámos, o entretenimento encontra-se como uma prioridade, contudo o relacionamento vem de imediato considerado como motivação, e claro destacando-se pela manutenção dos contactos com familiares e amigos que estão longe. E aqui, pela análise qualitativa, confirma-se, de facto, que os netos são o centro de vida e é através das redes sociais *online* que seguem e comunicam frequentemente.

Porém, o segundo fator referido, ao nível do relacionamento, por este segmento etário prende-se com o facto de quererem encontrar e manter contactos com pessoas que já não veem há muito tempo voltando a reencontrar-se, como reconhece AMÉLIA, ou conhecer pessoas *online* que posteriormente se tornam relacionamentos na sua vida *offline* como nos confirma o JOSUÉ.

E a mim também me aconteceu com uma ou duas pessoas amigas porque depois lá no Canadá uns seguiram as suas vidas e depois através do *Facebook*, há está aqui fulana e depois vou ver um bocadinho do perfil e não sei quê depois acabo por pedir amizade e depois acabamos por nos encontrar, ir tomar um cafezinho.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

Olhe tenho pessoas que conheço em viagens pelo País e depois são amigos no *Facebook* também. E depois há pessoas que eu conheço no *Facebook* e que quando vou viajar e se passo lá até convivemos pessoalmente. Portanto acabo por conhecer pessoas no *Facebook* e, depois, até as reencontro pessoalmente.

JOSUÉ, 81 anos, casado, curso comercial

Estes reencontros acabam por ser laços fracos que associam às suas conexões e que lhes permitem um prolongamento da sua vida *offline*, ou seja, esta associação torna possível a validação da *H6: Os laços fracos que fazem parte das redes sociais online dos seniores incitam ao prolongamento da sua vida offline*. Tal como afirma Catarina Rebelo (2013), redes como o *Facebook* podem proporcionar isso, bem como este tipo de redes passam a ser um acessório da sua vida diária, através da partilha de fotos e mensagens nos seus murais (Baugess, 2015), acabando por ser uma forma de interação, gestão e manutenção dessas ligações.

Ainda, e como terceiro fator, encontra-se o fortalecer dos laços sociais que já existem *offline* (Quadro 7.19), validando a *H2: As redes sociais online fomentam a manutenção das relações pré-estabelecidas offline*. No fundo, os seniores do estudo acabam por confirmar outras investigações desenvolvidas ao nível da *Internet*, onde os interesses comuns das pessoas se encontram e interagem *online* (Pervushin, 2015; Vroman et al., 2015), conduzindo à manutenção do contacto com as suas relações *offline* (Ellison et al., 2007). E, em resultado da análise das nossas entrevistas, os seniores

confirmam que o *Facebook* lhes permite acompanhar, promover encontros e estar mais próximos dos seus contactos *offline*, acabando estes por serem, similarmente, conexões da sua rede como referem GABI e CLARA.

Utilizo o *Facebook* porque eu tenho família no Norte, eu sou do Norte e tenho muita família no Norte e então comecei a querer saber coisas, expliquei-me com eles, comecei a falar com eles sobrinhos que eu não via há muitos anos mesmo.

GABI, 74 anos, casada, 3^a classe

Fizemos o primeiro almoço em 40 anos, não era 40, era de 30 anos de curso, nunca tínhamos feito um almoço e foi através do *Facebook* que organizámos esse almoço. Foi muito giro.

CLARA, 66 anos, divorciada, licenciada

Do nosso ponto de análise, todos os resultados aqui obtidos vão de encontro às motivações encontradas por outros investigadores, mesmo havendo alguma semelhança sobre o uso da *Internet* (Coelho, 2019; Gibson et al., 2010; Páscoa, 2017). Conseguimos, desta forma, suportar a resposta às nossas perguntas de investigação, afirmando que as redes sociais *online* são um forte contributo para a socialização dos seniores e contribuem para o bem-estar social.

Porém, neste segmento etário + 65 anos a usabilidade é um fator a ter em consideração. Segundo Díaz-Prieto e Gacía-Sánchez (2016), a usabilidade é uma forma de limitar o uso e o acesso às redes sociais *online*. Com isso e, observando os dados da Quadro 7.22, apercebemo-nos, nestes resultados, que não existem grandes preocupações face à usabilidade, não obstante importa referir que todos os inquiridos analisados neste estudo têm perfil criado nas redes sociais *online*, pelo que este fator não seria de se esperar evidente. Contudo, uma ressalva para a sua maior apreensão: o sentirem-se desatualizados face ao ritmo da evolução tecnológica (F:28,2%; M:33,1%). Ou seja, apesar de se considerar que estes seniores têm literacia digital no conceito definido por Martin (2006), e que as redes sociais *online* são ferramentas usadas e compreendidas, existe uma preocupação de não conseguirem acompanhar a evolução tecnológica.

As circunstâncias de, por vezes, não terem tempo para estarem pessoalmente com os amigos (F:34,2%; M:32,2%) teve maior relevância para estas pessoas, embora não se tenha conseguido percecionar nestes dados se se deve à distância geográfica dos amigos ou simplesmente por questões da gestão da sua vida social, pese embora, que a maioria são reformados, ou ainda, por limitações de ordem física ou de disponibilidade temporal.

Quadro 7.22 - Situação de desconforto dos seniores inquiridos face a fatores de usabilidade (n=235)

	Feminino (%)		Masculino (%)	
	SIM	NÃO	SIM	NÃO
A. Por não conseguir acompanhar as atualizações de todos os seus amigos nas redes sociais <i>online</i>	13,7	78,6	15,3	72,0
B. Por não conseguir responder a todas as notificações	14,5	75,2	13,6	72,9
C. Por ter dificuldade em gerir as suas relações sociais <i>online</i>	12,0	76,9	11,0	76,3
D. Por não ter tempo para estar pessoalmente com os seus amigos	34,2	56,4	32,2	52,5
E. Por não se conseguir “desligar” do seu telemóvel	9,4	77,8	5,1	78,0
F. Por se sentir desatualizado face ao ritmo da evolução tecnológica	28,2	59,0	33,1	54,2

De forma geral, quando surgem problemas com a tecnologia, ou quando ocorre alguma situação que não sabem nas redes sociais *online* (Quadro 7.23), os inquiridos expressam que recorrem, normalmente, a outro familiar (F:27,4%; M:29,7%). Outros resolvem os problemas sozinhos, mais o género masculino (F:12%; M:20,3%), ou socorrem-se de um amigo (F:17,9%; M:16,1%) ou de pessoas da sua casa e, neste caso, mais o género feminino (F:17,1%; M:11,9%) para os ajudar. Os netos, nestes resultados (F:9,4%; M:6,8%), têm pouca relevância no apoio que dão aos seniores quando encontram dificuldades no uso das redes sociais *online*, eventualmente por não residirem com os avós.

Quadro 7.23 - A quem recorrem os seniores inquiridos quando expostos a problemas tecnológicos (valores em %; n=235)

	FEMININO (n=117)	MASCULINO (n=118)
Nunca necessita de ajuda	3,4	3,4
Resolve os problemas sozinho	12,0	20,3
Uma ou várias pessoas de sua casa	17,1	11,9
Outro familiar	27,4	29,7
Um amigo	17,9	16,1
Um companheiro de trabalho	3,4	2,5
Aos netos	9,4	6,8

Sabendo-se que as relações interrelacionais são motivadoras para a participação deste segmento etário nas redes sociais *online* (Quan-Haase et al., 2017), seria relevante os netos terem um papel mais ativo para a resolução dos problemas de usabilidade dos seus seniores com a tecnologia e as próprias redes sociais *online*. Porém, acredita-se que os dados referentes a “outro familiar” podem estar associados à ajuda dos filhos, por isso torna-se importante perceber se existem relações de intergeracionalidade nas redes que os seniores utilizam com os filhos e netos, assim como, se utilizam as mesmas redes ou se o facto de utilizarem redes diferentes, acabam por não ter influência na relevância que os seniores dão, por exemplo, ao acompanhamento e comunicação com os seus netos.

Em contrapartida, nas entrevistas realizadas entende-se que existem outros fatores que podem estar associados, como a experiência que tiveram com a tecnologia na sua atividade profissional ou o recurso a aulas de informática (Quadro 7.24) para minimizar as suas limitações, também, justificado como demonstra o estudo de Jacob e Pocinho (2019) que, nas UTI's, as aulas de informática são as mais procuradas.

Quadro 7.24 – Seniores entrevistados e utilizadores da rede *Facebook*: impacto da utilização do *Facebook* (n=30)

Impactos da utilização do Facebook			
Experiência com a tecnologia	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Já utilizava na minha atividade profissional	12	40,00	50,00
Recorreu a aulas de informática	10	33,33	41,67
Recorreu à ajuda dos filhos e netos	10	33,33	41,67
Recorreu à ajuda dos amigos	3	10,00	12,50
DOCUMENTOS com código(s)	24	80,00	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	6	20,00	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

Dificuldades de utilização	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Recorre aos filhos e netos	9	30,00	50,00
Recorre a um especialista informático	7	23,33	38,89
Resolve o problema sozinho	5	16,67	27,78
Recorre à ajuda de familiares (sobrinhos, etc.)	3	10,00	16,67
Recorre a um amigo	3	10,00	16,67
DOCUMENTOS com código(s)	18	60,00	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	12	40,00	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

Ao nível da experiência com a tecnologia, apenas 40% dos entrevistados já utilizavam na sua atividade profissional, o que contribuiu para uma entrada nas redes sociais *online* de forma natural. E, de facto, este estudo veio demonstrar que, apesar da singularidade de cada pessoa, cerca de 67% querem, compensados pela sua vontade de aprender, fazer parte das redes sociais *online*, muitas foram autodidatas e/ou recorreram à ajuda de aulas de informática ou dos filhos e netos. O incentivo geracional pelos mais novos, como referiram, é um dos fatores mais influenciadores na inserção digital e é a eles que grande parte das pessoas se socorre quando tem problemas ou dificuldades (30%), tal como refere GABI, que o neto foi o principal impulsionador para ela ter *Facebook*, sendo que foi ele que lhe criou o perfil e a ensinou.

Assim que eu o comprei (Computador), o meu neto, não é dos mais velhos, é o do meio, (...) disse-me assim há avó então agora já é capaz de ir ao *Facebook*. E eu: não, nem sei como é que hei-de fazer, ele foi, com aquela alegria de eu saber. Foi para me ensinar a ir ao *Facebook*.

GABI, 74 anos, casada, 3^a classe

Ademais, alguns destes seniores também tentam solucionar os problemas sozinhos (16,67%) ou procuram a ajuda de técnicos de informática (23,33%). Até FLÁVIA explica que nunca tinha tido acesso à tecnologia, a computadores e que as aulas de informática fizeram-na despertar para a inclusão digital e para o *Facebook*, e, atualmente, é ao professor que recorre para a ajudar nas suas dificuldades.

Nunca trabalhei com tecnologia, só agora é que estou a mexer nisto. É só agora. Porque eu não sabia nada disto. (...) eu nem tinha telemóveis destes, tinha daqueles velhos. Eu não sabia nada de nada e agora foi que se calhar há um ano e tal que eu ando aqui (aulas de informática). E foi aqui que também comecei com o *Facebook*.

FLÁVIA, 66 anos, viúva, 6º ano

Com isso, pode-se afirmar que o *Facebook* faz parte integrante do dia a dia dos seniores digitais. Acredita-se que face à relevância dos dados expressos e de acordo com os seus interesses e necessidades, a integração nas redes sociais *online* pode ser aceite de uma forma natural com o forte apoio geracional (filhos e netos) ou de atividades informáticas, independentemente da idade, experiência com as tecnologias, género, escolaridade ou estado civil. Entreter, Relacionar e Comunicar de forma mais fácil é reconhecido como um grande benefício.

Em investigações futuras deverá ponderar-se que a intergeracionalidade não poderá estar evidente como fator principal de motivação para o uso das redes sociais *online* por parte dos seniores. Este uso pode estar condicionado, igualmente, pelo tipo de redes que utilizam as diferentes gerações, sendo usos diferenciados. Pelo que, as redes mais utilizadas pelos seniores podem não ser as utilizadas pelos netos, o que poderá influenciar, de outro modo, que os seniores adiram a outras redes sociais *online*, abrindo o seu leque de oportunidades no mundo digital, e proporcionando uma maior inclusão social.

7.5.2. Formas e meios tecnológicos mais utilizados para o acesso às redes sociais *online*

Os dados da Marktest (2018) revelam que a taxa de penetração do telemóvel em Portugal aumentou 26% em 14 anos, passando de 76,6% em 2014 para os 96,5% em 2018. Isso poderá explicar a contrariedade dos resultados obtidos na fase empírica face a estudos anteriores, em que o computador era o meio mais utilizado por esta geração para aceder à *Internet* (ERC, 2015), ou que ambos os meios o computador e o telemóvel/tablet eram usados de igual modo (OberCom, 2013).

No nosso estudo, sem que estejamos a fazer paralelismo entre resultados, o acesso às redes sociais *online* (Quadro 7.25) realiza-se quer através de computador portátil (69,4%), mas principalmente, através de telemóveis/*smartphones* (80,4%). Entenda-se que para além dos dados da Marktest (2018) mencionados, importa refletir, mais uma vez, se o crescimento tecnológico associado à maior usabilidade tem impacto, ao permitir que este tipo de tecnologia seja mais fácil de usar e o acesso às aplicações das redes sociais *online* sejam mais dinâmicas e automáticas.

Quadro 7.25 - Equipamentos mais utilizados para o acesso às redes sociais *online* (n=235)

	Casos						Género:		
	Válidos		Omissos		Total				
	N	%	N	%	N	%	Feminino	Masculino	Total
TELEMÓVEL / <i>SMARTPHONE</i> * Género:	189	80,4%	46	19,6%	235	100,0%	97	92	189
COMPUTADOR PORTÁTIL * Género:	163	69,4%	72	30,6%	235	100,0%	81	82	163
COMPUTADOR DE SECRETÁRIA * Género:	72	30,6%	163	69,4%	235	100,0%	27	45	72
<i>IPAD OU TABLET</i> * Género:	73	31,1%	162	68,9%	235	100,0%	39	34	73

Contudo, nas entrevistas realizadas aos utilizadores do *Facebook* (n=30), quer o computador (76,67%) como o telemóvel/*Smartphone* (66,67%) são os meios enumerados para o acesso à sua rede. A maioria confirmou que o *smartphone* em termos de usabilidade é o meio mais simples e que lhes permite estarem acessíveis em qualquer momento.

Por isso, comparando com a evolução das redes móveis em Portugal (Pordata, 2019b) e avaliando os dados recolhidos, acredita-se que os seniores são hoje mais tecnológicos, e que a grande maioria dos inquiridos utiliza ambos os dispositivos para aceder às redes sociais *online*, por isso, estamos em crer que os telemóveis, a *internet* e os computadores são já centrais na vida (Haddon, 2011) de alguns seniores. Sendo que a usabilidade da tecnologia é um fator determinante para uma maior inclusão tecnológica e, consequentemente, contribuem para uma maior inclusão digital, nomeadamente no uso das redes sociais *online*, comprova-se que estas ainda são um desafio para alguns (Haddon, 2016), e, outros consideram, ainda, não precisar delas (Haddon, 2004).

Ao nível dos locais onde accedem às redes sociais *online*, segundo os utilizadores da rede *Facebook* entrevistados, a maioria refere que o fazem em casa várias vezes ao dia ou, no mínimo, uma vez por dia. Segundo os dados do inquérito *online* (Figura 7.9), a generalidade dos seniores também accede

através de casa (98,7%), porém, atualmente, e porque são pessoas ativas e as tecnologias utilizadas lhes permitem aceder fora de casa, torna-se expressiva a percentagem dos que acedem noutras locais, como a rua ou café (53,2%), ou mesmo em outros locais das suas atividades sociais, como nas universidades seniores (42,6%).

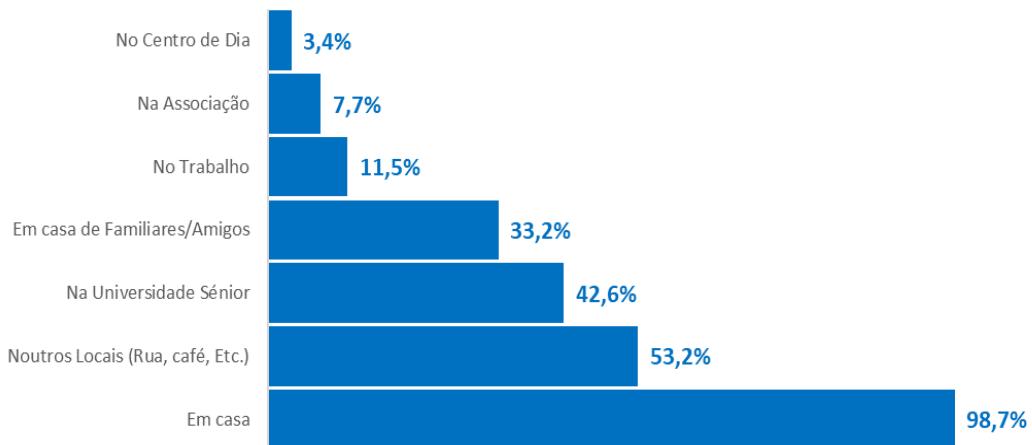


Figura 7.9 - Local onde, normalmente, os seniores inquiridos costumam aceder às redes sociais *online*
(n=235)

Não obstante os seniores entrevistados comentarem que fora de casa continuam a eleger a convivência e a interação social *offline*, numa análise de género sobre os inquéritos *online* (Quadro 7.26) e com base na periodicidade com que o fazem, o local onde as pessoas normalmente acedem diariamente (83,8%) é em casa, seguida de outros locais (rua, cafés, etc.) (21,8%). Não existem grandes diferenças ao nível de género nos acessos em casa, todavia, o mesmo não sucede quando se fala em aceder em outros locais, os homens (24,6%) são mais ativos todos os dias do que as mulheres (17,9%), existindo diferenças de género que se relaciona com a organização do seu dia a dia. No caso das mulheres, o acesso em casa de familiares e amigos também ocorre com a frequência de uma a duas vezes por semana (13,7%), ou menos de uma vez por semana (18,8%), que comparativamente com os homens, são taxas mais baixas, com 12,7% a referirem menos de uma vez por semana.

Esta análise, e porque os dados não são representativos, obriga-nos a uma reflexão sobre as circunstâncias que possam ocorrer ou existir ao nível das diferenças de género, quer nas atividades sociais que praticam, como ao nível dos relacionamentos *offline*.

Quadro 7.26 - Locais onde os inquiridos mais acedem às redes sociais *online* segundo a variável género

	FEMININO (n=117)	FEMININO %	MASCULINO (n=118)	MASCULINO %	Total (n=235)	Total %
EM CASA:						
Todos os dias	101	86,3%	96	81,4%	197	83,8%
3 a 4 vezes por semana	6	5,1%	11	9,3%	17	7,2%
1 ou 2 vezes por semana	5	4,3%	4	3,4%	9	3,8%
Pelo menos 1x/semana	0	0,0%	4	3,4%	4	1,7%
Menos de 1x/semana	3	2,6%	2	1,7%	5	2,1%
N.A.	2	1,7%	1	0,8%	3	1,3%
NO TRABALHO:						
Todos os dias	8	6,8%	6	5,1%	14	6,0%
3 a 4 vezes por semana	0	0,0%	2	1,7%	2	0,9%
1 ou 2 vezes por semana	1	0,9%	3	2,5%	4	1,7%
Pelo menos 1x/semana	1	0,9%	3	2,5%	4	1,7%
Menos de 1x/semana	1	0,9%	2	1,7%	3	1,3%
N.A.	106	90,6%	102	86,4%	208	88,5%
NA UNIVERSIDADE SÉNIOR:						
Todos os dias	8	6,8%	4	3,4%	12	5,1%
3 a 4 vezes por semana	3	2,6%	5	4,2%	8	3,4%
1 ou 2 vezes por semana	13	11,1%	12	10,2%	25	10,6%
Pelo menos 1x/semana	23	19,7%	14	11,9%	37	15,7%
Menos de 1x/semana	9	7,7%	9	7,6%	18	7,7%
N.A.	61	52,1%	74	62,7%	135	57,4%
EM CASA DE FAMILIARES E AMIGOS:						
Todos os dias	6	5,1%	4	3,4%	10	4,3%
3 a 4 vezes por semana	1	0,9%	1	0,8%	2	0,9%
1 ou 2 vezes por semana	16	13,7%	4	3,4%	20	8,5%
Pelo menos 1x/semana	6	5,1%	3	2,5%	9	3,8%
Menos de 1x/semana	22	18,8%	15	12,7%	37	15,7%
N.A.	66	56,4%	91	77,1%	157	66,8%
NO CENTRO DE DIA:						
Todos os dias	3	2,6%	1	0,8%	4	1,7%
3 a 4 vezes por semana	0	0,0%	1	0,8%	1	0,4%
1 ou 2 vezes por semana	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Pelo menos 1x/semana	2	1,7%	0	0,0%	2	0,9%
Menos de 1x/semana	0	0,0%	1	0,8%	1	0,4%
N.A.	112	95,7%	115	97,5%	227	96,6%
NA ASSOCIAÇÃO:						
Todos os dias	3	2,6%	4	3,4%	7	3,0%
3 a 4 vezes por semana	0	0,0%	1	0,8%	1	0,4%
1 ou 2 vezes por semana	1	0,9%	0	0,0%	1	0,4%
Pelo menos 1x/semana	2	1,7%	1	0,8%	3	1,3%
Menos de 1x/semana	4	3,4%	2	1,7%	6	2,6%
N.A.	107	91,5%	110	93,2%	217	92,3%
NOUTROS LOCAIS (Rua, café, Etc.):						
Todos os dias	21	17,9%	29	24,6%	50	21,3%
3 a 4 vezes por semana	13	11,1%	11	9,3%	24	10,2%
1 ou 2 vezes por semana	14	12,0%	4	3,4%	18	7,7%
Pelo menos 1x/semana	4	3,4%	7	5,9%	11	4,7%
Menos de 1x/semana	15	12,8%	7	5,9%	22	9,4%
N.A.	50	42,7%	60	50,8%	110	46,8%

Em síntese, podemos aferir que os seniores de hoje já utilizam mais as tecnologias móveis por lhes permitirem o acesso *online* mais fácil e em qualquer lado, embora seja prudente fazer-se a ressalva de que em ambas as amostras, os dados foram recolhidos junto de pessoas com acesso à *Internet* e com alguma experiência no uso de tecnologia.

Contudo, os seniores validam, na grande maioria, que o *smartphone* e o computador são os meios mais utilizados para aceder às redes sociais *online* e enunciam que o fazem, essencialmente, em casa diariamente e com menos frequência em outros locais. Pelo que se acredita que, para além das questões tecnológicas e de inclusão digital que já se referiram, as redes sociais *online* contribuem para ajudar a passar o tempo, são uma forma de entretenimento e de manter as relações de sociabilidade quer ao nível do relacionamento como uma oportunidade de comunicar, explicitando as formas de uso.

7.5.3. O consumo das redes sociais *online*: frequência, tempo e finalidade

Este ponto debruça-se sobre a frequência, tempo e finalidade do uso das redes sociais *online* por parte dos seniores levando-nos à compreensão do espaço e do peso que ocupam na sua vida.

Como já tínhamos observado, e como se comprova na Figura 7.10, os utilizadores das redes sociais *online* utilizam-nas diariamente (87%) repartindo-se, basicamente, por uma utilização diária (36%), ou mais do que uma vez por dia (33%).

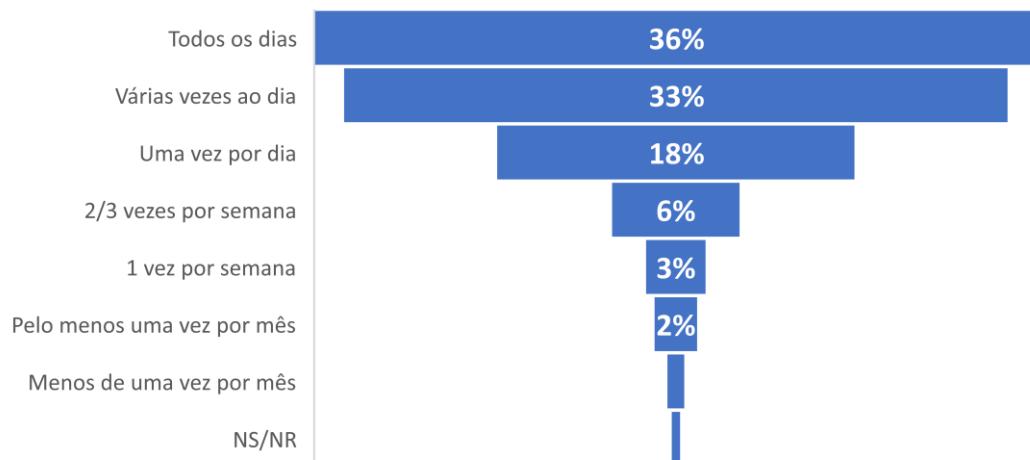


Figura 7.10 - Frequência de utilização das Redes sociais *online* pelos seniores inquiridos (n=235)

Em termos do tempo que dedicam por dia às redes sociais *online* (Figura 7.11), os seniores gastam, fundamentalmente, entre 30 a 120 minutos (63%), sendo que os indivíduos responderam de forma variável por idade e género. Em termos de idade, os mais velhos (indivíduos com mais de 80 anos)

evocam que o tempo gasto varia entre 10, 30 e 60 minutos, enquanto, nas restantes idades, o tempo médio mais utilizado varia entre 30 a 120 minutos e encontram-se tempos gastos acima dos 180 minutos, nos mais novos (65-69 anos). No entanto, a tendência não é proporcional, ou seja, seria de se esperar que quanto maior a idade, maior é o tempo disponível, logo seriam estes os que mais tempo utilizavam nas redes sociais *online*. Tal não acontece, e entende-se que outros fatores se podem relacionar, como a densidade da rede, que sabemos segundo a análise quantitativa, que é menor quanto maior a idade.

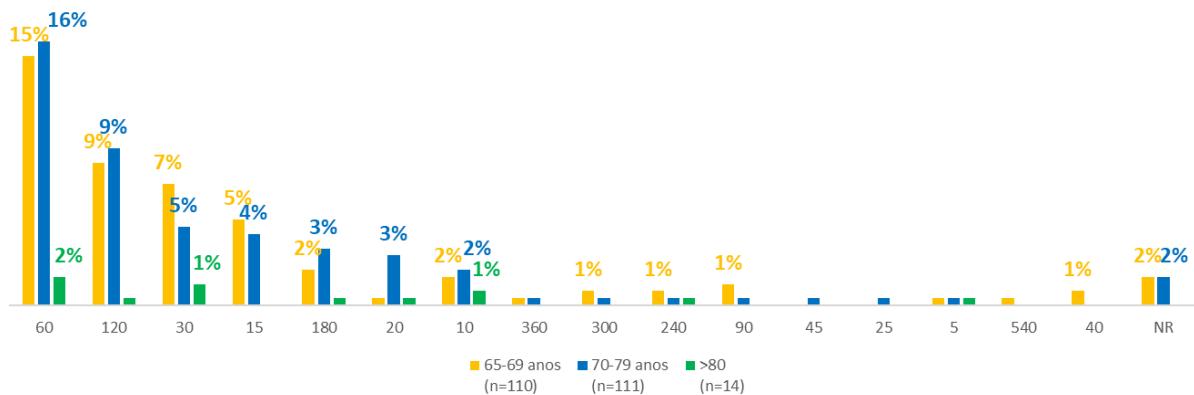


Figura 7.11 - Tempo médio gasto por dia nas redes sociais *online* onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável idade (n=235)

Na Figura 7.12, fazendo uma interpretação ao nível do género, verifica-se que a maioria (46%) gasta de 30 a 60 minutos por dia nas redes sociais *online*. Contudo, os homens (34%) gastam mais tempo nas redes sociais *online* comparativamente com as mulheres (30%), entre 60 a 120 minutos por dia.

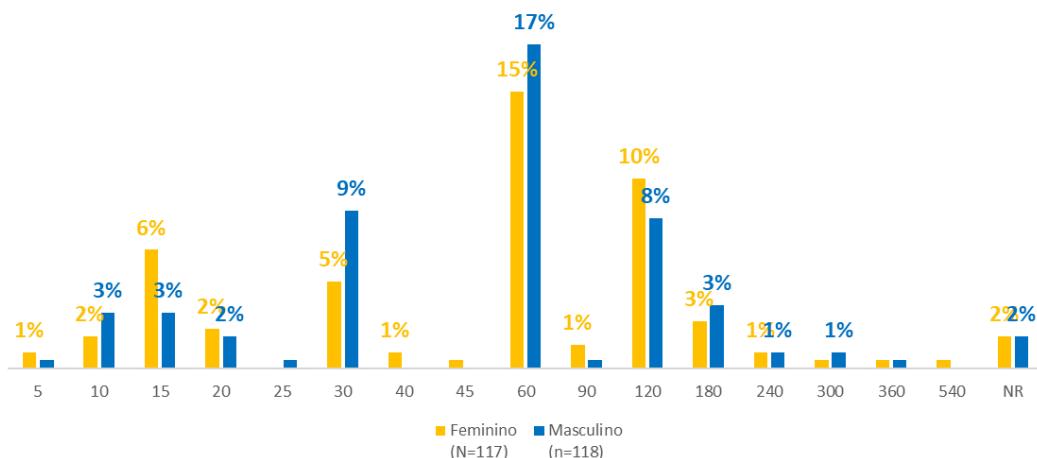


Figura 7.12 - Tempo médio gasto por dia nas redes sociais *online* onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável género (n=235)

Ao tentar-se interpretar os dados acima referidos observou-se nas entrevistas as atividades quotidianas e as suas interações com o *Facebook* (Quadro 7.27). E, os seniores que fazem parte da amostra são pessoas bastante ativas, 90% possui diferentes hobbies que os fazem ocupar uma parte do seu dia, incluindo 23,33% dedica-se também a ações de voluntariado. Por isso, a interpretação pode estar em articulação com o facto das mulheres terem socialmente uma vida mais ativa, com mais atividades domésticas e sociais e de voluntariado do que os homens.

Quadro 7.27 - Entrevistas a seniores utilizadores da rede *Facebook*: Atividades quotidianas. (n=30)

Atividades Quotidianas			
Facebook e interações	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Fortalecer laços com os amigos	19	63,33	79,17
Conheço melhor os amigos pelo que publicam	14	46,67	58,33
Sentir-me incluído na vida dos familiares e amigos	11	36,67	45,83
DOCUMENTOS com código(s)	24	80,00	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	6	20,00	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-
Lazer	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Hobbies	27	90,00	100,00
Voluntariado	7	23,33	25,93
DOCUMENTOS com código(s)	27	90,00	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	3	10,00	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

As suas interações no *Facebook* com as suas conexões têm por objetivo fortalecer laços com os amigos (63,33%), como refere CÉSAR, e sentirem-se incluídos na vida dos familiares e amigos (36,67%), como indica CLARA. Considera-se, ainda, que gostam de ver, tal como cita LÚCIA que o que os amigos publicam são uma forma de os conhecer melhor (46.67%).

Tenho amigos, sim senhor e olhe por acaso tenho que dar os parabéns a um amigo meu de Portimão que fez anos ontem. Por causa do ciclismo tenho os amigos todos espalhados por aí fora. Então eu quando faço anos ele dá-me os parabéns e agora no computador vi que afinal ele fez anos e eu tenho que lhe dar os parabéns. Daqui a bocado vou para casa e vou dar-lhe os Parabéns. (...) Com o *Facebook* acabei por encontrar essas pessoas e agora combinamos encontrar. Gosto de conviver e aproveito o *Facebook* também para conviver com toda a gente.

CÉSAR, 68 anos, casado, 4ª classe

Acho por isso que facilita e renova e promove os relacionamentos estando as pessoas à distância. A minha sobrinha está na Austrália e, não é frequentemente, mas temos longas conversas...eu conto-lhe, depois ela conta-me, e depois tem uma criança e fotos que trocamos.

CLARA, 66 anos, divorciada, licenciada

Claro que acabo por os conhecer melhor a ler o que eles publicam, conhecer melhor a sua maneira de ser. Por exemplo, no meu contacto diário há pessoas que eu conheço que gostam de se autopromoverem e depois aquilo que elas escrevem no *Facebook* confirma aquilo que eu penso. Normalmente aquilo que eu penso das pessoas confirma-se com o que elas escrevem no *Facebook*.

LÚCIA, 76 anos, divorciada, licenciada

Como já se referiu no ponto 7.5.2, o telemóvel é o meio mais utilizado pelos seniores para o acesso às redes sociais *online* (Quadro 7.25), e, segundo o Quadro 7.28 também o é na gestão das suas relações pessoais para comunicar com as pessoas que vivem no mesmo distrito (96%), e fazem-no, maioritariamente, todos os dias/quase todos os dias ou pelo menos uma vez por semana. Todavia, os contactos pessoais (85,1%) e as redes sociais *online* (83,8%) também ganham expressão, tal-qualmente, nos contactos diárias ou pelo menos uma vez por semana.

Quadro 7.28 - Frequência de uso dos meios utilizados pelos seniores inquiridos para comunicar com pessoas que vivem no mesmo Distrito e no estrangeiro (n=235)

	Todos os dias/quase todos os dias	Pelo menos uma vez por semana	Pelo menos uma vez por mês	Pelo menos uma vez por ano	Mais raramente/nunca	Total
Vivem no mesmo Distrito						
Pessoalmente	71	74	35	16	4	200
Telefone fixo	32	36	29	8	61	166
Telemóvel	100	89	27	5	5	226
<i>e-mail</i>	41	55	49	16	30	191
SMS	58	70	36	11	19	194
Redes sociais <i>online</i> (<i>Facebook</i> , <i>WhatsApp</i> , etc.)	77	66	26	10	18	197
VOIP (<i>Skype</i> , <i>Viber</i> , etc.)	3	10	14	8	88	123
Vivem no Estrangeiro						
Pessoalmente	4	9	5	51	63	132
Telefone fixo	4	8	18	26	67	123
Telemóvel	14	20	37	33	56	160
<i>e-mail</i>	16	19	39	36	39	149
SMS	12	17	38	22	47	136
Redes sociais <i>online</i> (<i>Facebook</i> , <i>WhatsApp</i> , etc.)	35	47	32	23	32	169
VOIP (<i>Skype</i> , <i>Viber</i> , etc.)	4	14	12	11	64	105

Nos contactos estabelecidos com as pessoas que vivem no estrangeiro (Quadro 8.28), denota-se que diminui a periodicidade dos contactos, sendo menos frequentes, embora se torne relevante que as redes sociais *online* são as mais utilizadas (71,9%), seguidas do telemóvel (68,1%) e do *e-mail* (63,4%).

De realçar, e contextualizando com os resultados da pesquisa qualitativa, que o telefone fixo decaiu em termos de utilização neste segmento em análise, e, mesmo para os que estabelecem

contactos com o estrangeiro, existem meios que superam a utilização do telefone fixo, como são o caso dos *e-mails* e SMS, para além de que o telemóvel lhes permite uma maior mobilidade e poder estar disponível a qualquer hora.

A tecnologia *VOIP* (*Skype*, *Viber*, etc.) acaba por ser o meio menos utilizado nas relações pessoais e de sociabilidade, pensamos que aqui os dados possam estar influenciados pelo crescimento exponencial da rede *WhatsApp*, especialmente, no segmento +65 anos.

No campo de análise do consumo da tecnologia para o uso das redes sociais *online*, os resultados aferem que o telemóvel/*smartphone* ganha posicionamento face ao computador, há um crescimento do uso de redes sociais *online* nos contactos estabelecidos quer com pessoas que vivem no mesmo distrito, como no estrangeiro, para a manutenção dos relacionamentos com familiares e amigos.

Como se observou, o tempo gasto diariamente pelos seniores nas redes sociais *online* acaba por ser significativo e importa entender, em investigações futuras, se existe uma correlação direta entre o tamanho das redes e o tempo que dedicam na gestão e manutenção dos seus contactos.

7.5.4. Tamanho e constituição das conexões *online* dos seniores: laços fortes e laços fracos

Na abordagem ao capital social de Bourdieu (1980), o tamanho da rede é determinante para se entender como as conexões e as ligações em rede utilizam o volume de capital (económico, cultural e simbólico) (pp. 2-3). Porém, importa, também, abranger na análise os conceitos de Putman (2000), que faz a distinção do capital *bonding*, relacionado com os laços fortes caracterizados por ligações mais próximas - a família e os amigos-, e *bridging*, que se determina de laços mais fracos, compostos por colegas de trabalho, amigos de amigos e conhecidos.

Na avaliação da dimensão das redes sociais *online* aferimos que os seniores nos segmentos 65-69 e 70-79 anos têm redes de maior dimensão do que os mais velhos (> 80 anos) (Figura 7.13). Porém, observa-se que a maioria dos seniores, independentemente do nível de escolaridade, idade ou género, a sua rede de contactos varia até aos 150 contactos (65%), existindo, no entanto, um número relevante de pessoas (35%) com mais de 151 conexões, sobretudo, as mais novas. E aqui interpelam-se várias situações, os seniores mais velhos são mais seletivos nas suas conexões, a sua menor atividade social tem impacto no número mais reduzido de ligações *offline* que, posteriormente, poderiam fazer parte das suas relações *online*, ou até a diminuição do grupo de amigos que, ao longo dos anos vai reduzindo por motivos, entre outros, de doença, morte e residência em lares.

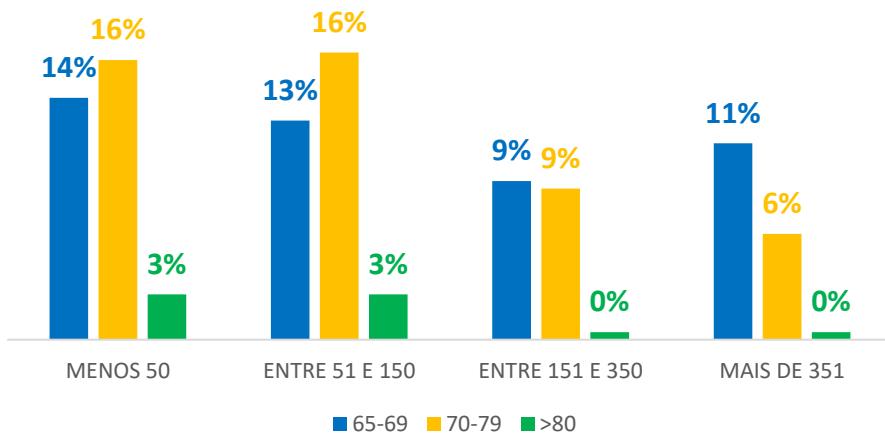


Figura 7.13 – Número de contactos que fazem parte da principal rede onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável idade (n=235)

Com base na Figura 7.14, na análise segundo a variável género e a dimensão da rede de contactos, não sendo significativas as diferenças, denota-se que as mulheres têm tendência para ter mais contactos nas suas redes sociais *online* do que os homens. Se por um lado, os homens (18%) têm menos de 50 contactos, as mulheres (17%) têm entre 51 e 150 contactos. Pondera-se que estes dados se devam ao facto de, e de acordo com a análise no ponto 7.5.1 (Figura 7.8), as mulheres darem mais importância na manutenção do contacto com pessoas que não veem há muito tempo ou que estão distantes, enquanto os homens revelam interesse em conhecer pessoas novas.

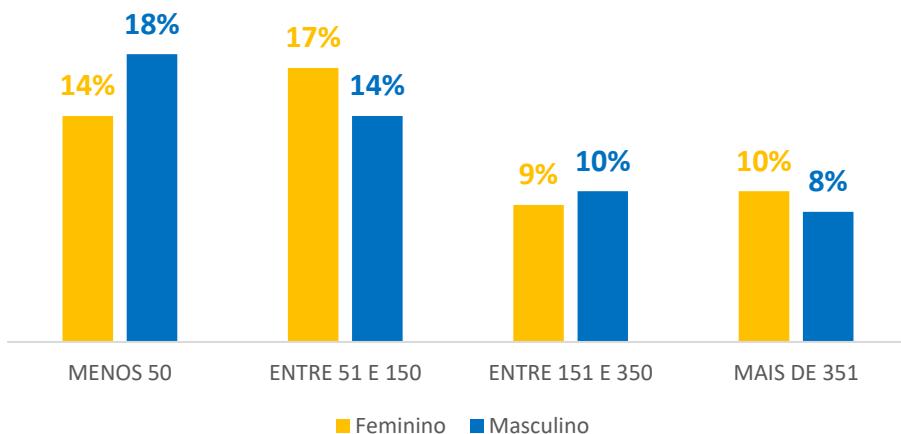


Figura 7.14 – Dimensão da principal rede onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável género (n=235)

Estas conexões são, maioritariamente, constituídas por pessoas que conhecem pessoalmente (familiares e amigos), 95%, e apenas 5% são pessoas que não conhecem, sendo que ao nível do género são os homens que possuem mais contactos com desconhecidos (4%) (Figura 7.15).

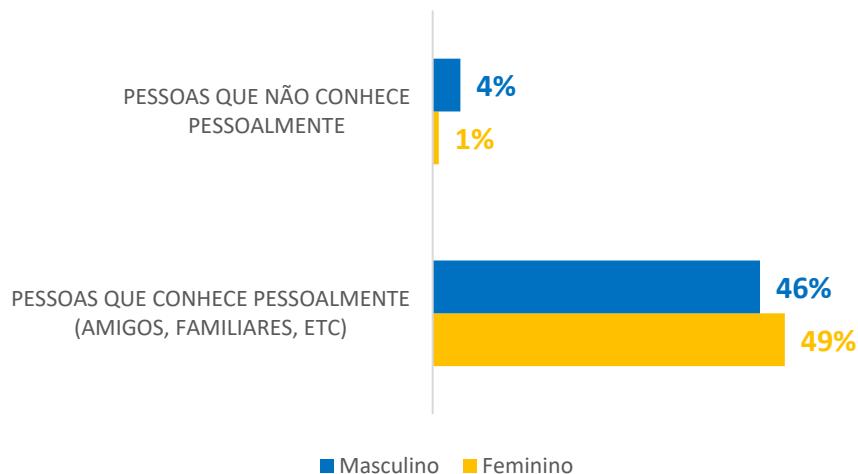


Figura 7.15 – Tipo de contactos que fazem parte da rede mais utilizada onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável género (n=235)

Segundo a Figura 7.16, ponderando a variável idade e a constituição da sua rede, a relevância dada a pessoas que conhecem (familiares e amigos) é idêntica comparativamente à idade, o que demonstra que é atribuída uma importância forte no contacto com os laços fortes que fazem parte das suas relações sociais e que acabam por ser as suas principais conexões no mundo digital.

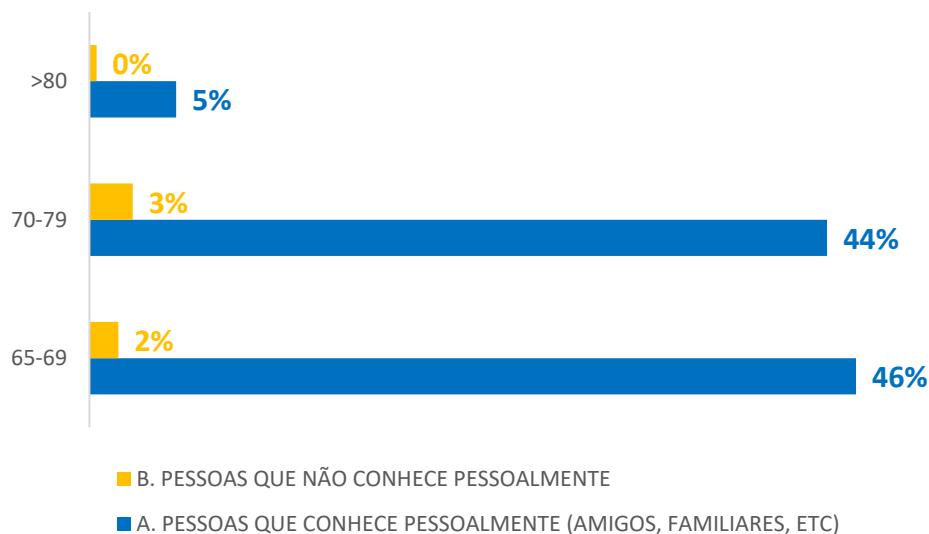


Figura 7.16 - Tipo de contactos que fazem parte da rede mais utilizada onde os seniores inquiridos têm perfil criado segundo a variável idade (n=235)

Ainda, ao nível da constituição da rede dos seniores nas redes sociais *online* poderemos estabelecer três níveis de pessoas: num primeiro nível estão os familiares (89%) e os amigos íntimos (79%), num segundo as pessoas das atividades que frequentam (61%) e os amigos profissionais (58%)

e, por fim, em terceiro lugar estão os conhecidos com quem têm interesses comuns (39%) e os que lhes foram apresentados pelos amigos (33%) (Figura 7.17).

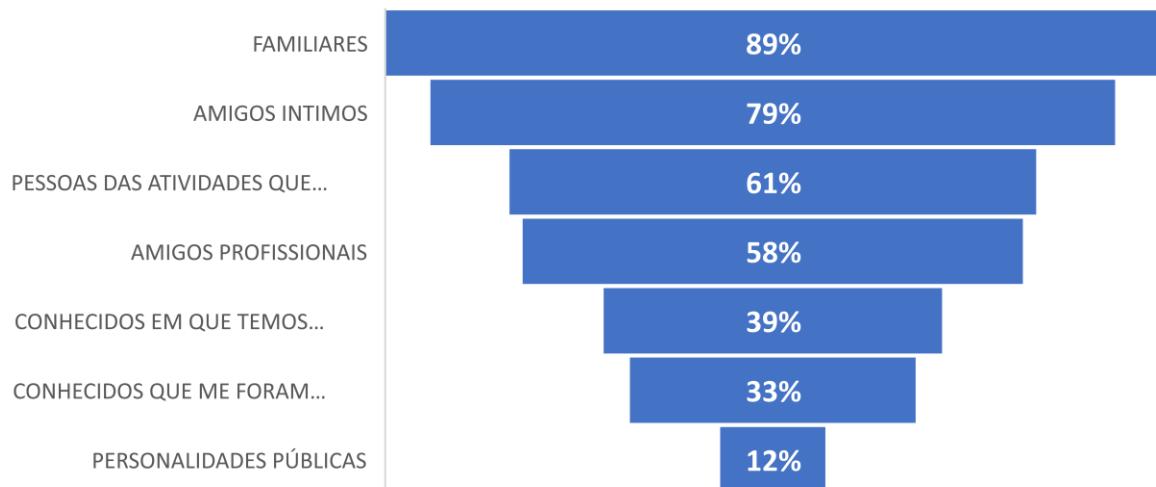


Figura 7.17 - Pessoas que fazem parte da rede de contactos dos seniores inquiridos (n=235)

Com isto, confere-se que as suas redes são fundamentalmente constituídas por laços fortes como expressa CLARA, e a um segundo e terceiro nível, os laços fracos também fazem parte das suas redes. Como confirma ISAC, de entre os amigos surgem, também, pessoas com as quais vão conversando de forma ocasional.

Com os meus filhos comunico, com o meu filho mais velho, eu não sou de falar todos os dias com eles, normalmente a meio da semana ou fim-de-semana, mas se vejo que ele está digo Olá Duarte e ele nem sempre me responde, nem sempre pode. Mas às vezes, fazemos ali uma conversinha rápida. Logo de manhã se a vejo lá verdinha, mando uma mensagem, está boa e não sei quê e ela tem-me respondido, ela agora também está nos Açores, e lá me tem respondido e acho graça. Mais do que estar ali perto, perco muito menos tempo porque ao telefone eu estou uma hora com ela e depois também é aquela conversa de chacha, conta-me todos os pormenores e eu também conto. A minha irmã mora aqui em Santa Cruz e já falo mais com ela pelo *Facebook* do que propriamente ao vivo, não tem comparação.

CLARA, 66 anos, divorciada, licenciada

No *Facebook* são conversas de ocasião ou intervenções de ocasião, obviamente também com amigos profissionais ou companheiros de profissão.

ISAC, 77 anos, divorciado, licenciado

Pelo que se valida a H4: *Quanto maior é a dimensão/densidade da rede social nas redes sociais online maior é a percepção de confiança e reciprocidade*. Ou seja, quanto maior são as dimensões das suas redes maior é a sua percepção de confiança e reciprocidade (Blit-Cohen & Litwin, 2004). A nossa análise sustenta que quanto maiores são as redes, maior é a diversidade dos contactos, desde

familiares e amigos íntimos até laços fracos que envolvem conhecidos, pessoas que conhecem *online* e até, personalidades públicas, o que é revelador do nível de confiança e reciprocidade depositado nas redes sociais *online*.

7.5.5. O que os seniores procuram nas redes sociais *online*

No ponto 7.5.1. analisaram-se os dados relativos às funções e motivações que levam os seniores a aderir às redes sociais *online*, e a partir daqui iremos agora aprofundar o que partilham e o que procuram em termos dos relacionamentos e da informação.

Na medição da frequência de contactos que fazem nas redes sociais *online* no estabelecimento de diversas relações, a maioria dos seniores afirma que as utiliza de forma menos frequente. Contudo, ao se interpretar o Quadro 7.29 observa-se que existe uma preocupação, de ordem mensal e, até mesmo, semanal, na procura de informação sobre alguma pessoa, para além de que o fazem para manter uma relação à distância e pedir ou marcar um encontro com alguém. E, neste sentido, apesar de não ser com frequência, os seniores vão reforçando as suas comunicações com laços fracos, até porque 72% dos seniores da amostra fazem parte de grupos nas redes sociais *online*.

Quadro 7.29 - Frequência de uso das redes sociais *online* pelos seniores inquiridos com base em objetivos de socialização (n=235)

	Frequência	%	% Válida	% cumulativa
A. PEDIR OU MARCAR UM ENCONTRO COM ALGUÉM				
Várias vezes ao dia	4	1,7	1,7	1,7
Diariamente	5	2,1	2,1	3,8
Semanalmente	11	4,7	4,7	8,5
Mensalmente	5	2,1	2,1	10,6
Menos frequentemente	62	26,4	26,4	37
NS/NR	148	63	63	100
B. ENCONTRAR UM LUGAR (CLUBE, BAR, ...), PARA ENCONTRAR ALGUÉM COM QUEM SAIR				
Várias vezes ao dia	1	0,4	0,4	0,4
Diariamente	2	0,9	0,9	1,3
Semanalmente	5	2,1	2,1	3,4
Mensalmente	5	2,1	2,1	5,5
Menos frequentemente	40	17	17	22,6
NS/NR	182	77,4	77,4	100
C. PERMITIR OU FAZER COM QUE UMA TERCEIRA PESSOA O APRESENTE A ALGUÉM				
Diariamente	1	0,4	0,4	0,4
Semanalmente	3	1,3	1,3	1,7
Mensalmente	1	0,4	0,4	2,1
Menos frequentemente	34	14,5	14,5	16,6
NS/NR	196	83,4	83,4	100

(Continua)

(Continuação)

	Frequência	%	% Válida	% cumulativa
D. PARTICIPAR NUM GRUPO <i>ONLINE</i> ONDE ESPERA ENCONTRAR ALGUÉM PARA SAIR QUE TENHA GOSTOS PARECIDOS COM OS SEUS				
Várias vezes ao dia	1	0,4	0,4	0,4
Diariamente	1	0,4	0,4	0,9
Semanalmente	6	2,6	2,6	3,4
Mensalmente	2	0,9	0,9	4,3
Menos frequentemente	29	12,3	12,3	16,6
NS/NR	196	83,4	83,4	100
E. ENCONTRAR ALGUÉM COM QUEM SE RELACIONOU HÁ ALGUM TEMPO ATRÁS				
Várias vezes ao dia	6	2,6	2,6	2,6
Diariamente	5	2,1	2,1	4,7
Semanalmente	7	3	3	7,7
Mensalmente	4	1,7	1,7	9,4
Menos frequentemente	72	30,6	30,6	40
NS/NR	141	60	60	100
F. MANTER UMA RELAÇÃO À DISTÂNCIA				
Várias vezes ao dia	6	2,6	2,6	2,6
Diariamente	5	2,1	2,1	4,7
Semanalmente	15	6,4	6,4	11,1
Mensalmente	6	2,6	2,6	13,6
Menos frequentemente	38	16,2	16,2	29,8
NS/NR	165	70,2	70,2	100
G. PROCURAR INFORMAÇÃO SOBRE ALGUÉM				
Várias vezes ao dia	8	3,4	3,4	3,4
Diariamente	7	3	3	6,4
Semanalmente	16	6,8	6,8	13,2
Mensalmente	16	6,8	6,8	20
Menos frequentemente	86	36,6	36,6	56,6
NS/NR	102	43,4	43,4	100

Como conferem os estudos de Ellison et al. (2009, 2011) sobre jovens nas redes sociais *online*, através dos laços fortes estes acabam por conhecer novas pessoas (laços fracos) que se transformam em encontros pessoais e em auxílio/ajuda, contribuindo para um aumento do capital social *bridging*.

Tal como verificado no estudo com jovens, as análises das entrevistas a seniores utilizadores do *Facebook* retratam que alguns dos contactos que estabelecem com laços fracos se tornam, depois de reencontros, em laços fortes de amizade como aconteceu com ARTUR e MARIA.

Uma amiga da minha mulher que tem o mesmo nome que ela convidou as pessoas todas no *Facebook* que tinham o mesmo nome dela, umas responderam sim outras não. Ela é brasileira e um dia veio cá a Portugal e disse que estava cá e nós fomos ter com ela, fomos ali à 5 de outubro ao hotel e tivemos lá mais uma hora a conversar (...).

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

E outra brasileira também muito engraçado, que, entretanto, a minha filha também esteve no brasil em casa dela há muitos anos.... Ela também pediu para ser minha amiga e finalmente ela veio a Lisboa já por duas vezes e pudemos reencontrar-nos.

MARIA, 87 anos, viúva, licenciada

Embora com menos frequência, o Quadro 7.29 ressalva, ainda, a importância que os seniores dão em encontrar sujeitos que não fazem parte dos seus laços fortes e que têm interesse em que façam, como: pessoas com quem se relacionaram há algum tempo atrás (9,4%), pedir ou marcar encontros com alguém (10,6%), encontrar lugares para encontrar alguém com quem sair (5,1%) e isto leva-nos à validação da H9: *O uso das redes sociais online influencia positivamente o capital social bridging.*

Reforçando e contextualizando a validação da H9, os entrevistados com perfil na rede de *Facebook* reiteram os dados enunciados, tendo, como exemplo, FLÁVIA que reencontrou amigos de longa data, ou IVONE cuja história de vida a afastou do seu amigo de infância, perdendo o contacto, e que o *Facebook* lhes deu a oportunidade de se reverem e, hoje, estreitaram laços falando regularmente e marcando encontros. Ou, igualmente, como GASPAR que com a sua forte ligação à cultura faz divulgações no *Facebook* de eventos, que são depois vivenciados, o que lhe possibilitou que a sua rede de contactos do mundo cultural *online* se tornasse em encontros presenciais.

Encontrei amigos no *Facebook* de longa data e já vieram a minha casa e assim. Tínhamos estado afastadas durante alguns anos. É assim, porque nós éramos miúdas e trabalhávamos juntas e não sei quê, depois a pessoa casou-se e não sei quê, foi para Lisboa... e desapareceu-se-mes uns dos outros não é. E agora foi giro encontrarmos. (...) Pronto e agora encontramo-nos quando calha. Acabamos por se encontrar mais também.

FLÁVIA, 66 anos, viúva, 6º ano

Por acaso no verão passado procurei, e até ainda nem respondi..., a um amigo meu, mais novo do que eu 1 ou 2 anos, que os pais eram amigos dos meus pais e quando eu estudei em Santarém ele também estava em Santarém e ele fez na altura até ao sétimo ano de escolaridade, estudou sempre com os meus livros e depois ele foi para Academia Militar. Depois do 25 de Abril foi do Conselho da Revolução nomeado lá pelos colegas. Eu quando estava na Pedro de Santarém (escola), ele morava ali na estrada de Benfica mesmo ali relativamente perto, apesar de ele ter uma vida muito ocupada eu às vezes encontrava-o, ou via-o ele ia no carro, que o iam buscar. E aproveitava para me dizer adeus, e eu nunca mais tive contato com ele, nunca mais o vi. E, entretanto, no verão descobri-o e reencontramo-nos novamente. E de vez em quanto falamos (marca encontro pelo *Facebook*).

IVONE, 79 anos, solteira, licenciada

Porque eu divulgo e vou a eventos culturais que divulgo e depois reencontro essas pessoas que fazem parte da minha rede nesses eventos.

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

Independentemente da frequência com que utilizam as redes sociais *online*, conforme o Quadro 7.30, são sete os principais interesses dos seniores em termos de comunicação e de informação: ver fotografias dos familiares e amigos e porem-se a par do que andam a fazer (60,5%), aprofundar o conhecimento de assuntos relacionados com os seus interesses (46,8%), partilhar uma novidade (42,1%), partilhar pensamentos e ideias escrevendo no meu mural (38,3%), apoiar causas (31,8%), saber da vida dos seus conhecidos sem ter que perguntar diretamente (26,4%) e jogar (26,4%). Porém,

esta ordem de prioridade altera-se quando definem os seus interesses diariamente ou com utilização várias vezes ao dia: ver fotografias dos familiares e amigos e porem-se a par do que andam a fazer (29,4%); jogar (21,7%); partilhar uma novidade (20%); e aprofundar o conhecimento de assuntos relacionados com os seus interesses (19,6%). É igualmente de salientar, que nas tarefas menos esporádicas, as redes sociais *online* são utilizadas mensalmente por estes seniores para apoiar causas (12,3%).

Quadro 7.30 - Frequência de uso das redes sociais *online* pelos seniores inquiridos com base em objetivos de informação e comunicação (n=235)

	Frequência	%	% Válida	% cumulativa
A. FALAR OU PEDIR E FORNECER INFORMAÇÃO SOBRE HOBBIES				
Várias Vezes ao dia	6	2,6	2,6	2,6
Diariamente	4	1,7	1,7	4,3
Semanalmente	12	5,1	5,1	9,4
Mensalmente	5	2,1	2,1	11,5
Menos frequentemente	58	24,7	24,7	36,2
Nunca	65	27,7	27,7	63,8
NS/NR	85	36,2	36,2	100
B. FALAR OU PEDIR E FORNECER INFORMAÇÃO SOBRE A SUA SAÚDE				
Várias Vezes ao dia	3	1,3	1,3	1,3
Diariamente	6	2,6	2,6	3,8
Semanalmente	11	4,7	4,7	8,5
Mensalmente	10	4,3	4,3	12,8
Menos frequentemente	66	28,1	28,1	40,9
Nunca	68	28,9	28,9	69,8
NS/NR	71	30,2	30,2	100
C. FALAR OU PEDIR E FORNECER INFORMAÇÃO SOBRE TEMAS PROFISSIONAIS				
Várias Vezes ao dia	2	0,9	0,9	0,9
Diariamente	5	2,1	2,1	3
Semanalmente	14	6	6	8,9
Mensalmente	9	3,8	3,8	12,8
Menos frequentemente	55	23,4	23,4	36,2
Nunca	58	24,7	24,7	60,9
NS/NR	92	39,1	39,1	100
D. APROFUNDAR O CONHECIMENTO DE ASSUNTOS RELACIONADOS COM OS SEUS INTERESSES				
Várias Vezes ao dia	15	6,4	6,4	6,4
Diariamente	31	13,2	13,2	19,6
Semanalmente	41	17,4	17,4	37
Mensalmente	23	9,8	9,8	46,8
Menos frequentemente	59	25,1	25,1	71,9
Nunca	25	10,6	10,6	82,6
NS/NR	41	17,4	17,4	100
E. VER FOTOGRAFIAS DOS FAMILIARES E AMIGOS E PÔR-ME A PAR DO QUE ANDAM A FAZER				
Várias Vezes ao dia	18	7,7	7,7	7,7
Diariamente	51	21,7	21,7	29,4
Semanalmente	51	21,7	21,7	51,1
Mensalmente	22	9,4	9,4	60,4
Menos frequentemente	53	22,6	22,6	83
Nunca	17	7,2	7,2	90,2
NS/NR	23	9,8	9,8	100

(continua)

(continuação)

	Frequência	%	% Válida	% cumulativa
F. SABER DA VIDA DOS SEUS CONHECIDOS SEM TER QUE PERGUNTAR DIRETAMENTE				
Várias Vezes ao dia				
Várias Vezes ao dia	9	3,8	3,8	3,8
Diariamente	18	7,7	7,7	11,5
Semanalmente	23	9,8	9,8	21,3
Mensalmente	12	5,1	5,1	26,4
Menos frequentemente	48	20,4	20,4	46,8
Nunca	58	24,7	24,7	71,5
NS/NR	67	28,5	28,5	100
G. CONHECER MELHOR AS MINHAS NOVAS AMIZADES VENDO O QUE PUBLICAM E PARTILHAM				
Várias Vezes ao dia				
Várias Vezes ao dia	10	4,3	4,3	4,3
Diariamente	22	9,4	9,4	13,6
Semanalmente	33	14	14	27,7
Mensalmente	9	3,8	3,8	31,5
Menos frequentemente	66	28,1	28,1	59,6
Nunca	43	18,3	18,3	77,9
NS/NR	52	22,1	22,1	100
H. PARTILHAR UMA NOVIDADE				
Várias Vezes ao dia				
Várias Vezes ao dia	16	6,8	6,8	6,8
Diariamente	31	13,2	13,2	20
Semanalmente	29	12,3	12,3	32,3
Mensalmente	23	9,8	9,8	42,1
Menos frequentemente	55	23,4	23,4	65,5
Nunca	32	13,6	13,6	79,1
NS/NR	49	20,9	20,9	100
I. PARTILHAR PENSAMENTOS E IDEIAS ESCREVENDO NO MEU MURAL				
Várias Vezes ao dia				
Várias Vezes ao dia	12	5,1	5,1	5,1
Diariamente	28	11,9	11,9	17
Semanalmente	28	11,9	11,9	28,9
Mensalmente	23	9,8	9,8	38,7
Menos frequentemente	49	20,9	20,9	59,6
Nunca	43	18,3	18,3	77,9
NS/NR	52	22,1	22,1	100
J. JOGAR				
Várias Vezes ao dia				
Várias Vezes ao dia	17	7,2	7,2	7,2
Diariamente	34	14,5	14,5	21,7
Semanalmente	8	3,4	3,4	25,1
Mensalmente	3	1,3	1,3	26,4
Menos frequentemente	21	8,9	8,9	35,3
Nunca	74	31,5	31,5	66,8
NS/NR	78	33,2	33,2	100
K. SEGUIR A TRAJETÓRIA ARTÍSTICA OU PROFISSIONAL DE FIGURAS PÚBLICAS QUE ADMIRO				
Várias Vezes ao dia				
Várias Vezes ao dia	5	2,1	2,1	2,1
Diariamente	9	3,8	3,8	6
Semanalmente	13	5,5	5,5	11,5
Mensalmente	17	7,2	7,2	18,7
Menos frequentemente	39	16,6	16,6	35,3
Nunca	62	26,4	26,4	61,7
NS/NR	90	38,3	38,3	100
L. APOIAR CAUSAS				
Várias Vezes ao dia				
Várias Vezes ao dia	9	3,8	3,8	3,8
Diariamente	16	6,8	6,8	10,6
Semanalmente	21	8,9	8,9	19,6
Mensalmente	29	12,3	12,3	31,9
Menos frequentemente	67	28,5	28,5	60,4
Nunca	30	12,8	12,8	73,2
NS/NR	63	26,8	26,8	100

Como vimos na análise do ponto 7.5.4, as principais conexões que fazem parte das redes sociais *online* dos seniores são os familiares e amigos constituindo os laços fortes associados ao capital social *bonding*. Com estes laços fortes, os inquiridos estabelecem relações do tipo ver fotografias dos familiares e amigos e atualizarem-se sobre o que andam a fazer, aprofundam o conhecimento de assuntos relacionados com os seus interesses e partilham novidades, pelo que se valida a *H8: O uso das redes sociais online influencia positivamente o capital social bonding*. No fundo, as redes sociais *online* são um apoio social como referem Harper e Kelly (2003) e promovem a confiança e reciprocidade como defende Putman (2000). E o estabelecer de relações com os familiares e amigos que estão longe e fazem parte das suas conexões são uma forma de estreitar estes laços fortes (Pervushin, 2015; Vroman et al., 2015).

Os laços fortes que constituem as suas redes são, segundo os seniores entrevistados, o seu pilar no apoio social como é o caso de AMÉLIA em que ela e a cunhada vivem juntas através das redes sociais *online*, apesar de separadas pelo Atlântico e vivendo cada uma no seu continente:

Eu vejo o que é que me ajuda a mim, e o que é que esta comunicação fez à vida da minha cunhada porque ela está triste, ela está naquele dia, naquele bocado, em baixo... ela liga-me...através disto, se fosse através do telefone já não pode estar claro toda a hora, ... e choramos, e conversamos, e não sei quê, eu dou-lhe os meus conselhos, olha queres ver isto que eu estou a fazer, olha queres ver aquele outro... Nós estamos na casa uma da outra constantemente, às vezes mais de uma vez ao dia. Já hoje tivemos e daqui a bocadinho estamos outra vez. Como viver juntas!

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

Pelo que se verifica, também, a aplicação do modelo de motivação das redes sociais *online* proposto por Vroman et al. (2015), em que a motivação de primeiro nível está relacionada com as suas relações pessoais.

Com base nestas observações, conclui-se que, no âmbito dos relacionamentos, os seniores em Portugal são utilizadores das redes sociais *online* num primeiro nível pelas relações que mantêm com os seus laços fortes e fracos e a um segundo nível na procura de informação. E, acrescentamos, como defendemos no ponto 7.5.1.2, sobre os usos e motivações dos seniores nas redes sociais *online*, que acrescem a este modelo, as motivações relativas ao entretenimento e à comunicação evidenciadas no nosso estudo e que têm relevância, fundamentalmente, entre outros fatores, na ocupação do tempo livre e diminuição do sentimento de solidão.

7.6. As redes sociais *online* como prolongamento da vida social dos seniores

As redes dos seniores segundo Boyd (2010) não são só constituídas pelos amigos, mas também pelos indivíduos com quem se relacionam na vida social e pessoas que mal conhecem.

A família é um valor que tem enorme relevância para os seniores, 81,2% afirmam ser muito importante para a sua vida, contrabalançando com os 6,4% que afirmam não ser nada importante. Os amigos e conhecidos são, igualmente, uma valia para si, mas com menos intensidade e repartindo-se o grau de relevância entre ser muito importante (38%) e importante (38,9%).

Com a utilização das redes sociais *online*, 65,1% dos inquiridos consideram que o seu relacionamento com a família se manteve, enquanto 33,2% afirmam ter aumentado. Ao nível das relações com os amigos e conhecidos, 53% referem que se mantiveram, mas 45,7% aperceberam-se que esse relacionamento aumentou (Quadros 7.31 e 7.32).

Quadro 7.31 - Grau dos relacionamentos dos seniores inquiridos com a utilização das redes sociais *online* por idade (n=235)

	65-69 anos (n=110)	70-79 anos (n=111)	>80 anos (n=14)	Total (n=235)
A. AMIGOS E CONHECIDOS				
Aumentou	14%	18%	1%	33%
Manteve-se	31%	28%	5%	64%
Diminuiu	1%	1%	0%	2%
NS/NR	1%	0%	0%	1%
A. FAMILIA				
Aumentou	14%	18%	1%	33%
Manteve-se	31%	28%	5%	64%
Diminuiu	1%	1%	0%	2%
NS/NR	1%	0%	0%	1%

Quadro 7.32 - Grau dos relacionamentos dos seniores inquiridos com a utilização das redes sociais *online* por género (n=235)

	Feminino (n=117)	Masculino (n=118)	Total
A. AMIGOS E CONHECIDOS			
Aumentou	23%	23%	46%
Manteve-se	26%	27%	53%
Diminuiu	1%	0%	1%
NS/NR	0%	0%	0%
A. FAMILIA			
Aumentou	15%	17%	33%
Manteve-se	32%	32%	64%
Diminuiu	1%	1%	2%
NS/NR	1%	0%	99%

Neste sentido, podemos afirmar que as redes sociais *online* acabam por trazer benefícios para as relações sociais dos seniores, quer com os familiares, como com os amigos e conhecidos, como afirma CLARA:

E acho que isto acaba por melhorar os relacionamentos, facilitar, conhecer melhor as pessoas.
CLARA, 66 anos, divorciada, licenciada

Os dados sobre o tipo de conversações nos relacionamentos *online* dos inquiridos (Quadro 7.33) demonstram que os seniores são reservados e, na maioria, os seus contactos fazem-se ao nível dos familiares a amigos íntimos. Assuntos pessoais, emoções, sentimentos ou preocupações são temas que os seniores pouco exprimem nas redes sociais *online* e, quando o fazem, partilham com as pessoas que lhes são próximas, a família e os amigos, segundo nos conferenciaram durante as entrevistas.

Quadro 7.33 - O uso das redes sociais *online* pelos seniores inquiridos face à fala e partilha de assuntos pessoais, emoções, sentimentos e preocupações e sobre os seus *hobbies* ou interesses (n=235)

	Todos os dias/ quase todos os dias	Pelo menos uma vez por semana	Raramente	Nunca
Fala e partilha assuntos pessoais, emoções, sentimentos e preocupações com:				
Família	24%	21%	32%	24%
Amigos Íntimos	12%	24%	40%	23%
Colegas de trabalho ou da Universidade sénior	8%	20%	28%	34%
Amigos menos íntimos/conhecidos	1%	7%	35%	49%
Pessoas socialmente reconhecidas	1%	7%	24%	56%
Fala ou partilha sobre os seus hobbies ou interesses com:				
Família	19%	31%	34%	16%
Amigos Íntimos	11%	34%	35%	19%
Colegas de trabalho ou da Universidade sénior	8%	26%	28%	30%
Amigos menos íntimos/conhecidos	3%	6%	37%	47%
Pessoas socialmente reconhecidas	2%	6%	27%	56%

O mesmo acontece com o falar sobre os seus *hobbies* ou interesses, mesmo com os familiares e amigos mais íntimos, raramente o fazem ou apenas o fazem uma vez por semana, se bem que quando usam o *Facebook*, como refere DAVID, isso desenvolve-se através de mensagem privada.

Quando às vezes escrevo para alguém chegado ...também há momentos, também falo das minhas coisas pessoais não é. Mas sempre em privado. Sempre em mensagem para aquela pessoa tipo isto agora está melhor, hoje está pior, etc...

DAVID, 72 anos, divorciado, 7º ano

Todavia, estes seniores mantêm relações de sociabilidade, 72% faz parte de grupos nas redes sociais *online* que utilizam, demonstrando, assim, tal como considera o modelo de Vroman et al. (2015), que existe um terceiro nível de motivações para usar as redes sociais *online*, a pertença a

comunidades e grupos virtuais, fazendo estes também parte da sua vida como refere HELOISA quando o *Facebook* lhe permite acompanhar a vida da sua vila.

E utilizo o *Facebook* para me distrair. Eu vou só ver o que é que está, o que é que lá está de Portugal do Coração, vou ao grupo do Vimeiro para ver o que se passa por aqui. (...) *Facebook* é uma coisa importante só para me distrair.

HELOISA, 69 anos, casada, 9º ano

Em resumo, estamos em crer que as redes sociais *online* são um grande contributo para a socialização dos seniores, quer nos seus relacionamentos pessoais, como na extensão da sua vida *offline*.

Com a utilização do *Facebook* reencontram pessoas do passado e que já não viam há muito tempo acabando, muitas vezes, por gerar reencontros, o que vai ao encontro dos resultados do estudo de Rebelo (2013). Igualmente, os seniores de hoje são pessoas mais ativas e que vivem em rede (Quan-Haase et al., 2017) e ao partilharem nas suas redes sociais *online*, torna-as um acessório da sua vida diária (Baugess, 2015).

A idade e o género têm sido os fatores sociodemográficos mais abordados ao longo da nossa investigação, por se considerar, neste segmento, os de maior preponderância na interpretação das relações pessoais e de sociabilidade.

Com a utilização das redes sociais *online*, os inquiridos consideram que possuem maior conhecimento das atividades desenvolvidas pelos seus amigos (71%), das opiniões (68%) e dos seus gostos (62%). Estas redes proporcionam-lhes, similarmente, um sentimento de proximidade quer dos amigos (58%), como de pessoas com quem partilham interesses, opiniões e situações (políticos, culturais, religiosos, profissionais ...) (53%); sendo que ao nível da socialização consideram que as redes sociais *online* lhes permite estar presente mais frequentemente em eventos sociais e culturais (54%) (Quadro 7.34).

Quadro 7.34 - Sentimentos de relacionamento dos seniores inquiridos desde que usam as redes sociais *online* por idade e género (n=235)

	IDADE			GÉNERO		
	65-69 anos (n=110)	70-79 anos (n=111)	>80 anos (n=14)	Feminino (n=117)	Masculino (n=118)	Total (n=235)
A. Sente-se mais próximo dos seus amigos						
Concorda totalmente	8%	6%	0%	9%	5%	14%
Concorda	20%	22%	3%	21%	23%	44%
Não concorda nem discorda	13%	15%	0%	12%	17%	29%
Discorda	3%	2%	1%	3%	3%	6%
Discorda totalmente	1%	1%	0%	2%	0%	2%
NS/NR	3%	1%	1%	3%	2%	5%

(continua)

(Continuação)

	IDADE			GÉNERO		
	65-69 anos (n=110)	70-79 anos (n=111)	>80 anos (n=14)	Feminino (n=117)	Masculino (n=118)	Total (n=235)
B. Tem maior conhecimento dos gostos dos seus amigos						
Concorda totalmente	6%	3%	0%	7%	3%	10%
Concorda	21%	29%	2%	22%	31%	52%
Não concorda nem discorda	13%	10%	1%	12%	12%	24%
Discorda	3%	2%	1%	4%	2%	6%
Discorda totalmente	0%	1%	0%	1%	0%	1%
NS/NR	3%	2%	1%	4%	2%	6%
C. Tem maior conhecimento das opiniões dos seus amigos						
Concorda totalmente	5%	4%	0%	7%	3%	9%
Concorda	27%	29%	3%	24%	35%	59%
Não concorda nem discorda	9%	9%	1%	10%	9%	19%
Discorda	3%	3%	0%	5%	1%	6%
Discorda totalmente	1%	1%	0%	2%	1%	3%
NS/NR	3%	1%	0%	2%	2%	4%
D. Tem maior conhecimento das atividades desenvolvidas pelos seus amigos						
Concorda totalmente	6%	4%	0%	7%	3%	10%
Concorda	27%	30%	4%	27%	34%	61%
Não concorda nem discorda	10%	9%	1%	9%	11%	20%
Discorda	2%	2%	0%	3%	1%	4%
Discorda totalmente	1%	1%	0%	0%	1%	2%
NS/NR	2%	2%	0%	3%	1%	4%
E. Sente-se mais próximo de pessoas com quem partilha interesses, opiniões, situações (políticos, culturais, religiosos, profissionais)						
Concorda totalmente	6%	5%	0%	6%	4%	11%
Concorda	19%	21%	3%	20%	23%	42%
Não concorda nem discorda	15%	15%	1%	14%	17%	31%
Discorda	4%	4%	2%	5%	5%	10%
Discorda totalmente	1%	1%	0%	1%	1%	2%
NS/NR	3%	1%	0%	3%	1%	4%
F. Sente-se mais participante / interveniente em causas políticas e sociais						
Concorda totalmente	6%	4%	0%	6%	3%	9%
Concorda	16%	17%	2%	16%	19%	35%
Não concorda nem discorda	16%	17%	0%	17%	16%	33%
Discorda	5%	4%	3%	4%	7%	11%
Discorda totalmente	0%	2%	0%	0%	2%	3%
NS/NR	4%	3%	1%	6%	2%	9%
G. Sente-se mais predisposto a expressar a sua opinião ou a apoiar causas políticas e sociais						
Concorda totalmente	5%	5%	0%	6%	3%	9%
Concorda	15%	15%	3%	14%	19%	33%
Não concorda nem discorda	15%	16%	1%	16%	17%	32%
Discorda	7%	5%	2%	7%	7%	14%
Discorda totalmente	0%	2%	0%	0%	2%	3%
NS/NR	4%	4%	0%	6%	3%	9%
H. Tem estado presente mais frequentemente em eventos relacionados com a defesa de causas políticas e sociais						
Concorda totalmente	4%	2%	0%	5%	1%	6%
Concorda	11%	11%	1%	12%	11%	23%
Não concorda nem discorda	21%	19%	1%	18%	23%	41%
Discorda	6%	7%	2%	5%	9%	14%
Discorda totalmente	0%	4%	1%	3%	3%	5%
NS/NR	5%	5%	1%	7%	3%	11%

(continua)

(Continuação)

	IDADE			GÉNERO		Total (n=235)	
	65-69 anos (n=110)	70-79 anos (n=111)	>80 anos (n=14)	Feminino (n=117)	Masculino (n=118)		
I. Tem estado presente mais frequentemente em eventos sociais e culturais							
Concorda totalmente	6%	3%	0%	7%	2%	9%	
Concorda	21%	22%	2%	18%	27%	45%	
Não concorda nem discorda	12%	12%	0%	12%	13%	25%	
Discorda	4%	6%	2%	7%	5%	12%	
Discorda totalmente	0%	2%	0%	1%	1%	2%	
NS/NR	3%	3%	1%	5%	3%	7%	
J. Sente que faz parte de um grupo de indivíduos com interesses e ideias comuns aos seus							
Concorda totalmente	6%	4%	0%	8%	3%	11%	
Concorda	14%	19%	2%	17%	18%	35%	
Não concorda nem discorda	17%	14%	1%	14%	19%	33%	
Discorda	4%	3%	2%	4%	5%	9%	
Discorda totalmente	1%	2%	0%	1%	2%	3%	
NS/NR	4%	4%	1%	6%	3%	9%	

Os relacionamentos mantêm-se e as relações com os seus laços fortes e fracos muitas vezes intensificam-se. A opinião dos entrevistados com perfil no *Facebook* sobre o uso de redes sociais *online* é, globalmente, positiva.

Para FLÁVIA, o facto de estarem disponíveis *online* permite estarem livres para acolher um amigo e poderem conversar e dar o apoio que precisam no momento, independentemente da hora.

Nós publicamos qualquer coisa e aquelas pessoas assim que dão mais gostos ou mais aquelas que dão opinião são sempre quase aquelas mesmas, mais amiguinhas. Ainda esta semana, uma a falar para mim, estava eu *online*, ela viu que eu estava *online*, que eu estava a mexer nisso e aparece-me ela a falarmos em vídeo, estivemos ali que tempos a falar. E eu penso assim, olha aqui que coisa eu a vê-la ali e ela a ver-me a mim.

FLÁVIA, 66 anos, viúva, 6º ano

GASPAR afirma sentir-se mais próximo das pessoas que fazem parte das suas conexões e para MÁRIO não haveria outra forma de manter o relacionamento com os seus verdadeiros amigos que são para ele mais importantes que a própria família.

Acabo por ficar mais próximo e amigo com estas pessoas que me relaciono pelo *Facebook*, sem dúvida.

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

Poder falar com os meus amigos do seminário é muito importante para mim, porque a relação que nós temos é muito forte, conhecemo-nos na juventude, no tempo em que éramos puros, e vivemos uns com os outros e criámos uma amizade muito forte.

MÁRIO, 87 anos, viúvo, 7º ano

Em síntese, esta percepção por parte dos seniores sobre a utilidade que as redes sociais *online* possam ter nas suas vidas é fundamental para a sua inclusão no mundo digital. Percebe-se que, para os que têm perfil criado e as utilizam, dão-lhes relevância ao nível da manutenção e gestão dos seus relacionamentos. Poder manter o contacto com quem está longe, conhecer indivíduos que estão nessas redes ou procurar e encontrar pessoas que já não veem há muito tempo, foram aqui confirmados e vão de encontro a outros estudos e análises (Gibson et al., 2010; Jacob, 2007; OberCom, 2013; Páscoa, 2017).

7.7. O impacto das redes sociais *online* na autoestima e solidão dos seniores portugueses

A solidão é um dos principais fatores de risco dos seniores e que contribui para a diminuição da sua autoestima (Freitas, 2011; Newall & Menec, 2017; Teixeira, 2010). Portanto, existe à partida uma inter-relação entre solidão e autoestima.

E, tal como referem Vosner et al. (2016), uma das principais motivações que levam os indivíduos seniores a utilizar as redes sociais *online* é de que quando pesquisam e procuram informação reduzem a solidão, o que logo contribui, também, para uma maior autoestima.

Como vimos anteriormente, as relações pessoais e de sociabilidade são extremamente importantes para os seniores portugueses. Segundo os dados apurados (Quadro 7.35), os seniores classificam de importante (39%) e muito importante (38%) a relevância que os amigos têm na sua vida, mas de muito importante (81%) o papel que a família representa na sua existência. Na base dos seus contactos e relacionamentos *online* estão a família e os amigos, e, se as redes sociais *online* permitem estabelecer contactos e socializar com estes, igualmente, eles fazem parte das suas redes e é com eles que os seniores portugueses querem comunicar e partilhar as suas opiniões e as suas vivências.

Se se pretender caracterizar o que lhes transmite o perfil por si criado nas redes sociais *online*, vemos que os critérios de autoestima são bastante positivos, pois apesar de tentarem passar uma boa imagem de si isso não é o mais importante (56%), e, asseguram saber quem são não se importando com a imagem que passam (54%), bem como não é sua preocupação o que pensam sobre si ao examinarem o seu perfil (52%).

Quadro 7.35 - Opinião dos seniores inquiridos face ao seu perfil nas redes sociais *online* por género (n=235)

	Feminino (n=117)	Masculino (n=118)	Total (n=235)
A. Alguém que veja o meu perfil fica com a ideia concreta de quem eu sou			
Concordo totalmente	3%	2%	6%
Concordo	9%	11%	21%
Nem Concordo, Nem Discordo	16%	14%	30%
Discordo	10%	11%	21%
Discordo totalmente	7%	6%	13%
NS/NR	5%	5%	9%
B. Não me preocupa e é-me indiferente sobre o que as pessoas pensam de mim ao verem o meu perfil			
Concordo totalmente	10%	11%	21%
Concordo	16%	15%	31%
Nem Concordo, Nem Discordo	9%	15%	24%
Discordo	7%	3%	11%
Discordo totalmente	2%	3%	5%
NS/NR	5%	3%	8%
C. Procuro expor o mínimo possível da minha privacidade			
Concordo totalmente	31%	20%	51%
Concordo	12%	21%	34%
Nem Concordo, Nem Discordo	2%	6%	8%
Discordo	0%	0%	0%
Discordo totalmente	1%	0%	1%
NS/NR	4%	3%	7%
D. Eu sei quem sou e não importa com a imagem que possa passar de mim			
Concordo totalmente	12%	11%	23%
Concordo	15%	17%	31%
Nem Concordo, Nem Discordo	9%	10%	18%
Discordo	7%	9%	15%
Discordo totalmente	3%	1%	4%
NS/NR	5%	4%	9%
E. Tento que as pessoas tenham uma boa imagem de mim, embora não seja o mais importante para mim			
Concordo totalmente	5%	3%	8%
Concordo	23%	26%	48%
Nem Concordo, Nem Discordo	11%	12%	24%
Discordo	4%	3%	7%
Discordo totalmente	1%	2%	3%
NS/NR	6%	4%	10%
F. Passar uma imagem positiva de quem eu sou é a coisa mais importante			
Concordo totalmente	6%	3%	8%
Concordo	10%	12%	23%
Nem Concordo, Nem Discordo	14%	15%	29%
Discordo	9%	9%	18%
Discordo totalmente	6%	6%	12%
NS/NR	5%	5%	10%

Nestes dados, os inquiridos consideram que alguém que veja o seu perfil, não tem influência sobre a ideia de quem são (31% não concorda, nem discorda; 21% discorda e 13% discorda totalmente), porém essa não é a opinião recolhida junto da maioria nos entrevistados, como refere NICOLE.

(...) nós através do *Facebook*, como eu costumo dizer, ficamos a saber mais sobre as pessoas e certamente do outro lado também. Sabem os nossos gostos, daquilo que vamos partilhando... Sem dúvida que vamos conhecendo melhor as pessoas.

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1º ciclo

De forma geral, os seniores expressam que as redes sociais *online*, não lhes trouxeram grandes alterações, apenas consideram que lhes fez aumentar os seus níveis de aprendizagem (68,1%). No entanto, há um pequeno universo da amostra que considera que lhes fez aumentar: o contacto com pessoas com os mesmos interesses (43%); as atividades com os seus amigos (32,8%); as atividades com os seus familiares (21,3%); a sensação de autoestima (19,6%); e as conversas com as pessoas com quem vive (13,2%). Estes seniores consideram, também, que com a utilização das redes sociais *online* diminuiu: a sensação de estar isolado do resto das pessoas (27,2%); a sensação de estar deprimido(a) (17,4%); e a sensação de estar desesperado(a) (14%) (Quadro 7.36).

Quadro 7.36 - Situações da vida dos seniores inquiridos face à utilização das redes sociais *online* (n=235)

	Frequência	%	% válida	% cumulativa
A. As conversas com as pessoas com quem vive				
Aumentaram	31	13,2	13,2	13,2
Iguais	169	71,9	71,9	85,1
Diminuíram	13	5,5	5,5	90,6
N.A.	12	5,1	5,1	95,7
NS/NR	10	4,3	4,3	100,0
B. As atividades com os seus familiares				
Aumentaram	50	21,3	21,3	21,3
Iguais	162	68,9	68,9	90,2
Diminuíram	11	4,7	4,7	94,9
N.A.	6	2,6	2,6	97,4
NS/NR	6	2,6	2,6	100,0
C. O contacto com pessoas com os mesmos interesses				
Aumentaram	101	43,0	43,0	43,0
Iguais	102	43,4	43,4	86,4
Diminuíram	8	3,4	3,4	89,8
N.A.	11	4,7	4,7	94,5
NS/NR	13	5,5	5,5	100,0
D. A sensação de estar desesperado(a)				
Aumentaram	2	0,9	0,9	0,9
Iguais	62	26,4	26,4	27,2
Diminuíram	33	14,0	14,0	41,3
N.A.	75	31,9	31,9	73,2
NS/NR	63	26,8	26,8	100,0
E. A sensação de estar isolado do resto das pessoas				
Aumentaram	4	1,7	1,7	1,7
Iguais	60	25,5	25,5	27,2
Diminuíram	64	27,2	27,2	54,5
N.A.	65	27,7	27,7	82,1
NS/NR	42	17,9	17,9	100,0

(Continua)

(Continuação)

	Frequência	%	% válida	% cumulativa
F. A sensação de estar deprimido(a)				
Aumentaram	4	1,7	1,7	1,7
Iguais	64	27,2	27,2	28,9
Diminuíram	41	17,4	17,4	46,4
N.A.	75	31,9	31,9	78,3
NS/NR	51	21,7	21,7	100,0
G. As atividades com os seus amigos				
Aumentaram	77	32,8	32,8	32,8
Iguais	126	53,6	53,6	86,4
Diminuíram	5	2,1	2,1	88,5
N.A.	16	6,8	6,8	95,3
NS/NR	11	4,7	4,7	100,0
H. A sensação de autoestima				
Aumentaram	46	19,6	19,6	19,6
Iguais	139	59,1	59,1	78,7
Diminuíram	3	1,3	1,3	80,0
N.A.	20	8,5	8,5	88,5
NS/NR	27	11,5	11,5	100,0
I. O seu nível de aprendizagem				
Aumentaram	160	68,1	68,1	68,1
Iguais	46	19,6	19,6	87,7
Diminuíram	1	0,4	0,4	88,1
N.A.	13	5,5	5,5	93,6
NS/NR	15	6,4	6,4	100,0

Como resume AMÉLIA:

O que motivou a aderir ao *Facebook* foi o contacto com a família depois de me sentir tão sozinha. Acabei por me aproximar mais das pessoas ...

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4ª classe

Segundo o Quadro 7.37, os inquiridos concordam na sua maioria que se sentem mais próximos dos seus amigos (58,8%), têm mais conhecimentos quanto aos seus gostos (62,1%), opiniões e atividades por si desenvolvidas (68,5%), bem como sentem que estão mais presentes em eventos sociais e culturais (53,6%). Ainda assim, e dando menos valor, afirmam que se sentem mais próximos de pessoas com quem partilham interesses e opiniões (52,7%), mais participantes/intervenientes em causas políticas e sociais (44,7%), e, acima de tudo manifestam que fazem parte de um grupo de indivíduos com interesses e ideias comuns aos seus (45,9%).

Quadro 7.37 - Benefícios de bem-estar social com a utilização das redes sociais *online* pelos seniores inquiridos (n=235)

	Frequência	%	% válida	% cumulativa
A. Sente-se mais próximo dos seus amigos				
Concorda totalmente	34	14,5	14,5	14,5
Concorda	104	44,3	44,3	58,7
Não concorda nem discorda	67	28,5	28,5	87,2
Discorda	14	6,0	6,0	93,2
Discorda totalmente	5	2,1	2,1	95,3
NS/NR	11	4,7	4,7	100,0
B. Tem maior conhecimento dos gostos dos seus amigos				
Concorda totalmente	23	9,8	9,8	9,8
Concorda	123	52,3	52,3	62,1
Não concorda nem discorda	57	24,3	24,3	86,4
Discorda	15	6,4	6,4	92,8
Discorda totalmente	3	1,3	1,3	94,0
NS/NR	14	6,0	6,0	100,0
C. Tem maior conhecimento das opiniões dos seus amigos				
Concorda totalmente	22	9,4	9,4	9,4
Concorda	139	59,1	59,1	68,5
Não concorda nem discorda	44	18,7	18,7	87,2
Discorda	14	6,0	6,0	93,2
Discorda totalmente	6	2,6	2,6	95,7
NS/NR	10	4,3	4,3	100,0
D. Tem maior conhecimento das atividades desenvolvidas pelos seus amigos				
Concorda totalmente	23	9,8	9,8	9,8
Concorda	143	60,9	60,9	70,6
Não concorda nem discorda	47	20,0	20,0	90,6
Discorda	9	3,8	3,8	94,5
Discorda totalmente	4	1,7	1,7	96,2
NS/NR	9	3,8	3,8	100,0
E. Sente-se mais próximo de pessoas com quem partilha interesses, opiniões, situações (políticos, culturais, religiosos, profissionais ...)				
Concorda totalmente	25	10,6	10,6	10,6
Concorda	99	42,1	42,1	52,8
Não concorda nem discorda	73	31,1	31,1	83,8
Discorda	23	9,8	9,8	93,6
Discorda totalmente	5	2,1	2,1	95,7
NS/NR	10	4,3	4,3	100,0
F. Sente-se mais participante / interveniente em causas políticas e sociais				
Concorda totalmente	22	9,4	9,4	9,4
Concorda	83	35,3	35,3	44,7
Não concorda nem discorda	77	32,8	32,8	77,4
Discorda	27	11,5	11,5	88,9
Discorda totalmente	6	2,6	2,6	91,5
NS/NR	20	8,5	8,5	100,0
G. Sente-se mais predisposto a expressar a sua opinião ou a apoiar causas				
Concorda totalmente	22	9,4	9,4	9,4
Concorda	77	32,8	32,8	42,1
Não concorda nem discorda	76	32,3	32,3	74,5
Discorda	33	14,0	14,0	88,5
Discorda totalmente	6	2,6	2,6	91,1
NS/NR	21	8,9	8,9	100,0

(Continua)

(Continuação)

	Frequência	%	% válida	% cumulativa
H. Tem estado presente mais frequentemente em eventos relacionados com a defesa de causas políticas e sociais				
Concorda totalmente	14	6,0	6,0	6,0
Concorda	54	23,0	23,0	28,9
Não concorda nem discorda	96	40,9	40,9	69,8
Discorda	34	14,5	14,5	84,3
Discorda totalmente	12	5,1	5,1	89,4
NS/NR	25	10,6	10,6	100,0
I. Tem estado presente mais frequentemente em eventos sociais e culturais				
Concorda totalmente	21	8,9	8,9	8,9
Concorda	105	44,7	44,7	53,6
Não concorda nem discorda	59	25,1	25,1	78,7
Discorda	28	11,9	11,9	90,6
Discorda totalmente	5	2,1	2,1	92,8
NS/NR	17	7,2	7,2	100,0
J. Sente que faz parte de um grupo de indivíduos com interesses e ideias comuns aos seus				
Concorda totalmente	25	10,6	10,6	10,6
Concorda	83	35,3	35,3	46,0
Não concorda nem discorda	77	32,8	32,8	78,7
Discorda	22	9,4	9,4	88,1
Discorda totalmente	8	3,4	3,4	91,5
NS/NR	20	8,5	8,5	100,0

Portanto, a solidão é um fator que as redes sociais *online* ajudam a colmatar, tornando os indivíduos mais integrados socialmente, como defende Alcobia (2012).

Neste sentido, no âmbito desta investigação, como referido na metodologia adotada para a construção do questionário *online*, aplicou-se a Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) (Rosenberg, 1989). Sendo que não se poderia medir a autoestima antes e depois do uso das redes sociais *online* por apenas estarmos perante a análise de uma amostra restringida a utilizadores das redes sociais *online*. Contudo, optou-se por tentar compreender qual o nível médio da autoestima no perfil dos inquiridos em estudo.

Para uma melhor percepção, os resultados desta escala variam entre 10 e 40, ou seja, quanto menor o valor menor o índice de autoestima. Na nossa amostra, 94,7% dos indivíduos têm valores acima de 20, e, neste sentido, ponderou-se a média total dos resultados obtidos que atingiu os 23,85% (Quadro 7.38). Importa ainda não descurar, na interpretação dos resultados, que o uso das redes sociais *online* não é, naturalmente, fator único que influencia a autoestima dos indivíduos.

Quadro 7.38 - Análise da autoestima em utilizadores das redes sociais *online* (n=235)

Valores de autoestima			Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?		Total
			Sim	Não	
0	Contagem	0	9	9	9
	% em E.8_TOTAL	0,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,0%	8,8%	2,7%	2,7%
	% do Total	0,0%	2,7%	2,7%	2,7%
10	Contagem	1	0	1	1
	% em E.8_TOTAL	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,4%	0,0%	0,3%	0,3%
	% do Total	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%
14	Contagem	1	0	1	1
	% em E.8_TOTAL	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,4%	0,0%	0,3%	0,3%
	% do Total	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%
16	Contagem	2	0	2	2
	% em E.8_TOTAL	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,9%	0,0%	0,6%	0,6%
	% do Total	0,6%	0,0%	0,6%	0,6%
17	Contagem	1	0	1	1
	% em E.8_TOTAL	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,4%	0,0%	0,3%	0,3%
	% do Total	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%
18	Contagem	4	2	6	6
	% em E.8_TOTAL	66,7%	33,3%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	1,7%	2,0%	1,8%	1,8%
	% do Total	1,2%	0,6%	1,8%	1,8%
19	Contagem	5	1	6	6
	% em E.8_TOTAL	83,3%	16,7%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	2,1%	1,0%	1,8%	1,8%
	% do Total	1,5%	0,3%	1,8%	1,8%
20	Contagem	19	10	29	29
	% em E.8_TOTAL	65,5%	34,5%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	8,1%	9,8%	8,6%	8,6%
	% do Total	5,6%	3,0%	8,6%	8,6%
21	Contagem	28	6	34	34
	% em E.8_TOTAL	82,4%	17,6%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	11,9%	5,9%	10,1%	10,1%
	% do Total	8,3%	1,8%	10,1%	10,1%
22	Contagem	27	9	36	36
	% em E.8_TOTAL	75,0%	25,0%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	11,5%	8,8%	10,7%	10,7%
	% do Total	8,0%	2,7%	10,7%	10,7%
23	Contagem	30	15	45	45
	% em E.8_TOTAL	66,7%	33,3%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	12,8%	14,7%	13,4%	13,4%
	% do Total	8,9%	4,5%	13,4%	13,4%
24	Contagem	30	10	40	40
	% em E.8_TOTAL	75,0%	25,0%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	12,8%	9,8%	11,9%	11,9%
	% do Total	8,9%	3,0%	11,9%	11,9%
25	Contagem	36	20	56	56
	% em E.8_TOTAL	64,3%	35,7%	100,0%	100,0%
	% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	15,3%	19,6%	16,6%	16,6%
	% do Total	10,7%	5,9%	16,6%	16,6%

(Continua)

(Continuação)

			Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?		Total
			Sim	Não	
Valores de autoestima	26	Contagem	15	7	22
		% em E.8_TOTAL	68,2%	31,8%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	6,4%	6,9%	6,5%
		% do Total	4,5%	2,1%	6,5%
	27	Contagem	12	4	16
		% em E.8_TOTAL	75,0%	25,0%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	5,1%	3,9%	4,7%
		% do Total	3,6%	1,2%	4,7%
	28	Contagem	5	1	6
		% em E.8_TOTAL	83,3%	16,7%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	2,1%	1,0%	1,8%
		% do Total	1,5%	0,3%	1,8%
	29	Contagem	3	1	4
		% em E.8_TOTAL	75,0%	25,0%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	1,3%	1,0%	1,2%
		% do Total	0,9%	0,3%	1,2%
	30	Contagem	5	0	5
		% em E.8_TOTAL	100,0%	0,0%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	2,1%	0,0%	1,5%
		% do Total	1,5%	0,0%	1,5%
	31	Contagem	5	5	10
		% em E.8_TOTAL	50,0%	50,0%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	2,1%	4,9%	3,0%
		% do Total	1,5%	1,5%	3,0%
	32	Contagem	0	1	1
		% em E.8_TOTAL	0,0%	100,0%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,0%	1,0%	0,3%
		% do Total	0,0%	0,3%	0,3%
	33	Contagem	1	0	1
		% em E.8_TOTAL	100,0%	0,0%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,4%	0,0%	0,3%
		% do Total	0,3%	0,0%	0,3%
	34	Contagem	2	1	3
		% em E.8_TOTAL	66,7%	33,3%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,9%	1,0%	0,9%
		% do Total	0,6%	0,3%	0,9%
	35	Contagem	1	0	1
		% em E.8_TOTAL	100,0%	0,0%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,4%	0,0%	0,3%
		% do Total	0,3%	0,0%	0,3%
	36	Contagem	2	0	2
		% em E.8_TOTAL	100,0%	0,0%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	0,9%	0,0%	0,6%
		% do Total	0,6%	0,0%	0,6%
Total	Contagem		235	102	337
		% em E.8_TOTAL	69,7%	30,3%	100,0%
		% em Tem perfil criado nas redes sociais <i>online</i> ?	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	69,7%	30,3%	100,0%

Não havendo estudos comparativos sobre as medições da autoestima a utilizadores e não utilizadores de redes sociais *online*, nem tão pouco uma referência ao nível da evolução da autoestima para os não usuários e que passam a fazer parte das redes, respeitamos as limitações de estudo e

análise. Observa-se, simplesmente, que de uma forma global os seniores inquiridos utilizadores das redes sociais *online* possuem níveis de autoestima médios (Figura 7.18).

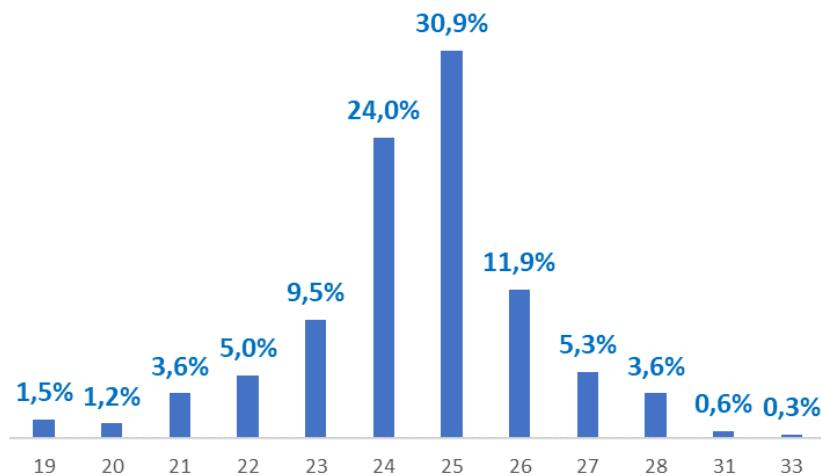


Figura 7.18 - Valores de autoestima dos seniores inquiridos e utilizadores de redes sociais *online* segundo a Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) pelo total da amostra (n=235)

Na análise dos indicadores médios de autoestima por género, verifica-se que as diferenças são irrelevantes (1%), nos valores abaixo do valor médio (Figura 7.19). Nos valores acima da média (Figura 7.20) os indicadores apontam que as mulheres (41%) têm uma autoestima superior aos homens (38%). Todavia, não existem mais dados interpretativos no nosso estudo, obtidos através do inquérito por questionário *online*, que possam justificar estas análises.

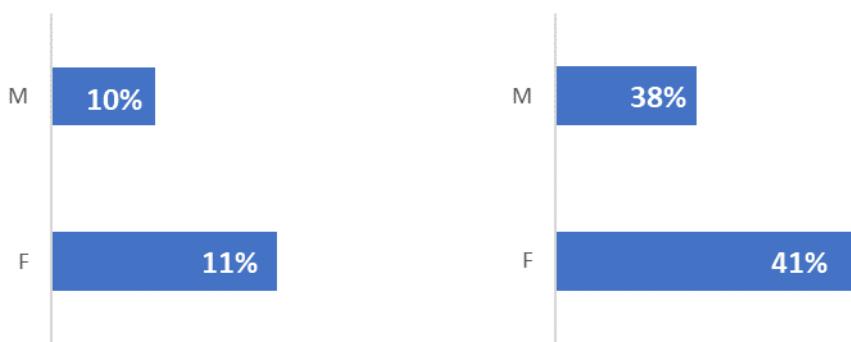


Figura 7.19 - Valores de autoestima abaixo do valor médio (23,85%) segundo a Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) e o género.

Figura 7.20 - Valores de autoestima acima do valor médio (23,85%) segundo a Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) e o género.

Cabral et al. (2013) afirmam que a falta de interação da população sénior leva a que não participem nem desenvolvam atividades que gostam, levando à solidão, e podendo até criar danos na autoestima. Outros autores (Cotten et al., 2012; Ferreira, 2013; Hampton & Wellman, 2003; Neves et al., 2017; Neves et al., 2018; Shaw & Gant, 2002) defendem que a *Internet*, além de proporcionar um

sentimento de inclusão, aumenta a autoestima e diminui os sentimentos de solidão. Em termos de indicadores expressos em cima, estamos em crer que o uso e as atividades desenvolvidas nas redes sociais *online* proporcionam sentimentos de inclusão no mundo social, promovendo a diminuição da solidão e aumentando os sentimentos de autoestima.

As nossas análises aportam, similarmente, que os fatores de maior relevância para os seniores no uso das redes sociais *online* acabam por ser, também, o seu foco em manterem o tempo ocupado, informando-se, sendo que, ao estarem a par do que se passa na vida das suas conexões, acabam por se sentirem incluídos na sociedade e no mundo que os rodeia.

Neste sentido, consideramos válida a *H5: A utilização das redes sociais online faz diminuir o sentimento de solidão nos seniores.*

E, como se observou nesta análise sobre solidão e autoestima, as redes sociais *online* são benéficas e ajudam a superar o afastamento geográfico de familiares e amigos (capital social *bonding*), bem como de conhecidos, partilhando interesses comuns, marcando encontros, aumentando a sua rede de ligações e promovendo a participação social (capital social *bridging*). Neste sentido, podem ser justificados os resultados alcançados ao nível da análise da autoestima e das observações sobre os dados que se refletem sobre a solidão.

7.8. As redes sociais *online* potenciam positivamente o capital social dos seniores em Portugal

Os resultados apurados neste capítulo vêm demonstrar a validação da *H1: As redes sociais online potenciam positivamente o capital social*. Para além do capital social *bonding* e *bridging* que se validou no ponto anterior, asseguram-se que as redes sociais *online* têm impacto também nas restantes dimensões (Estrutural, Cognitivo e Relacional) propostas por Nahapiet e Ghoshal (1998).

No capital social Estrutural validaram-se as hipóteses H6 e H7, em que se assegurou a dimensão das redes, no ponto 7.5.1, demonstrando dentro das funcionalidades desenvolvidas nas redes sociais *online*, que a gestão dos laços fortes e fracos se torna relevante para os seniores portugueses, quer na manutenção das suas ligações, como para promoverem uma vida ativa *offline*.

O capital social Cognitivo, associado à confiança interpessoal, ao compartilhamento e reciprocidade de valores e crenças, bem como aos sentimentos de confiança e segurança que depositam na sua rede de contactos, são demonstrados pela validação das hipóteses H4 e H5. De reforçar que 72% dos inquiridos utilizadores das redes sociais *online* afirmam valorizar fazer parte de grupos nestas redes *online* onde têm perfil criado.

No capital social Relacional, através da validação das hipóteses H2 e H3, sabe-se que os seniores portugueses não só usam as redes sociais *online* para gerir e manter as suas relações *offline*, aderir e apoiar causas, criar e aderir a grupos, procurar e fazer amigos ou, mesmo, sugerir amigos mantendo

conexões e laços com pessoas que lhes são próximas, mas também as utilizam para estabelecer relações institucionais de suporte social e de associativismo, como defende Claridge (2018).

Considerando esta inter-relação das diferentes dimensões de capital social, de facto reforçamos a ideia de que as redes sociais *online*, pelas suas características, potenciam positivamente o capital social dos seniores em Portugal, respondendo, assim, às nossas questões de investigação, para além de contribuírem para o seu envelhecimento ativo e para uma maior integração social (Afonso, 2015; Cabral et al., 2013; Fonseca, 2004; Páscoa & Gil, 2017).

Capítulo 8 . Os seniores e o *Facebook* na conjuntura social portuguesa e na atualidade

Este capítulo debruça-se no objeto de análise das entrevistas semiestruturadas a seniores utilizadores da rede social *online Facebook*, a rede mais utilizada pelos seniores segundo a revisão da literatura e os resultados decorrentes da análise exploratória e da primeira fase empírica desta investigação.

A triangulação dos dados foi fundamental para a compreensão e explicitação dos dados quantitativos analisados anteriormente e as entrevistas semiestruturadas permitiram o aprofundamento do propósito da investigação que nos propusemos desenvolver.

De seguida, neste capítulo, apresenta-se uma abordagem qualitativa e de observação do investigador sobre a usabilidade do *Facebook*, de como esta rede surgiu e de que forma faz parte da sua vida pessoal e social. Como refere Morse (1994), a relevância deste tipo de pesquisa conduz ao surgimento de resultados não esperados.

Simultaneamente, um dos objetivos desta pesquisa foi compreender até que ponto as redes sociais *online* minimizam os momentos de solidão dos seniores e em que contribuem para intensificar os seus relacionamentos, quer com familiares e amigos (Dellarmelin et al., 2017), como no conhecimento de novos laços de amizade (Rebelo, 2013).

Como nos refere ELTON:

(...), a cultura é uma coisa e a experiência de vida é outra completamente diferente. São coisas que muitas vezes correm lado a lado... e essas pessoas têm uma escola de vida e uma experiência de vida passada. Temos pessoas que estão agora a passar pelo COVID que passaram pela segunda guerra mundial. Pessoas que ainda vêm do tempo da gripe espanhola.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Foi neste sentido, surgindo a pandemia em Portugal e como consequência o isolamento social, que se procurou usufruir no campo de investigação de dados junto dos utilizadores do *Facebook* que nos permitissem reforçar a nossa tese de que os seniores portugueses utilizadores das redes sociais *online* têm consciência dos benefícios que estas lhes trazem para o seu bem-estar, independentemente, da sua idade, género, escolaridade, estado civil ou, até mesmo, experiência com a tecnologia.

8.1. O Facebook como parte integrante da vida dos seniores em Portugal

8.1.1. O impacto de utilização do Facebook

No campo de análise sobre os impactos do uso do *Facebook* identificaram-se quatro categorias. A experiência com a tecnologia (ponto 7.5.3) e as dificuldades de utilização (Ponto 7.5.1), já apresentadas anteriormente. Como vimos no ponto 7.2, relativamente à infoexclusão dos seniores nas redes sociais *online*, estes demonstraram que um dos fatores porque não aderem está ligado à preocupação com a segurança e privacidade, sendo que houve quem as considerasse perigosas e referisse que se sentia vigiado. Por isso, a segurança e as mudanças sentidas pelos seniores sobre o uso do *Facebook* nas suas vidas foram interpretadas através das subcategorias (Quadro 8.1).

Quadro 8.1 - Entrevistas a seniores utilizadores da rede *Facebook*: impacto da utilização do *Facebook* ao nível da segurança e nas mudanças sentidas na sua vida (n=30).

Impactos da utilização do Facebook				
Segurança	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)	
Que medidas adota para se proteger				
Só aceita pedidos de pessoas que conhece	12	40,00	52,17	
Se não conhece vê o perfil e só aceita se tiver algum interesse	6	20,00	26,09	
Por vezes sente-se inseguro (a)	11	36,67	47,83	
Sente-se seguro (a)	2	6,67	8,70	
DOCUMENTOS com código(s)	23	76,67	100,00	
DOCUMENTOS sem código(s)	7	23,33	-	
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-	
Mudanças				
Permite comunicar	11	36,67	61,11	
Permite passar o tempo	7	23,33	38,89	
Permite conhecer pessoas novas	6	20,00	33,33	
Permite sentir-se mais próximo dos familiares e amigos	6	20,00	33,33	
DOCUMENTOS com código(s)	18	60,00	100,00	
DOCUMENTOS sem código(s)	12	40,00	-	
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-	
Mais informado				
Sobre a vida dos seus familiares e amigos	12	40,00	70,59	
Sobre os seus hobbies e interesses	8	26,67	47,06	
Sobre a atualidade	7	23,33	41,18	
DOCUMENTOS com código(s)	17	56,67	100,00	
DOCUMENTOS sem código(s)	13	43,33	-	
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-	

Confirmando os resultados anteriores, a segurança torna-se, sem dúvida, uma condicionante na utilização da rede de *Facebook* quando os entrevistados expressam que consideram não dominar a tecnologia e que se sentem inseguros nas redes sociais *online* (36,67%). Esta insegurança, do nosso ponto de vista, leva ao aparecimento de barreiras no desenvolvimento da literacia digital, podendo limitar, face aos seus receios, os seniores na exploração sobre as diversas funcionalidades que a rede proporciona, bem como, estes se fecharem na aceitação de pedidos de amizade, mesmo com pessoas com interesses comuns e que lhes pudessem oferecer novos conhecimentos. Os dados analisados revelam que cerca de 40% das pessoas entrevistadas, simplesmente, aceitam pedidos de pessoas que conhecem e somente 20% procuram perceber pelo perfil se têm interesses em comum para tomarem a decisão de aceitar a conexão.

A principal mudança percecionada na sua vida com a utilização do *Facebook* é que consideram estar mais informados, quer sobre os seus familiares e amigos (40%), mas também sobre os seus *hobbies* e interesses (26,67%) e sobre a atualidade (23,33%). Sobre a atualidade, alguns entrevistados focam que o *Facebook*, ao lhes permitir a troca de informações e opiniões sobre temas de interesse comum, acaba por os fazer sentir que complementam de forma refletida muita da informação veiculada pelos *media*.

A capacidade de poder comunicar (36,67%) é outra grande vantagem referenciada pelos entrevistados. Se, por um lado, lhes permite passar o tempo (23,33%), preenchendo os seus momentos do dia a dia, em que estão sós e não existem atividades programadas, por outro, dão também relevância a poderem conhecer novas pessoas (20%) e de se sentirem mais próximo dos seus familiares e amigos (20%).

Mas, sem dúvida, uma das grandes mudanças que o *Facebook* trouxe às suas vidas associa-se com a minimização do sentimento de solidão. A opinião é unânime no que se refere à percepção de que o *Facebook* e outras redes sociais *online* contribuem para diminuir o sentimento de solidão (80%), apesar de 53,33% dos entrevistados afirmarem que não se sentem sós, que se justifica por muitos se terem adaptado a viver sozinhos confortavelmente e preencherem o tempo livre com atividades dentro e fora de casa.

O sentimento de solidão é interpretado de forma diferenciada (Quadro 8.2), se 23,33% assumidamente admitem que se sentem sozinhos, ou por viverem sós ou por estarem afastados dos seus familiares próximos, 13% não expressam qualquer opinião sobre este sentimento ou definem que vivem bem com a solidão. Incluindo, como observámos, os seniores entrevistados são pessoas que se sentem realizadas consigo próprias, que a vida lhes proporcionou algum bem-estar financeiro e, mesmo em situação de viuvez, prosseguiram a vida de forma independente e autónoma dos filhos.

Quadro 8.2- Seniores entrevistados e utilizadores da rede *Facebook*: solidão e formas de expressão (n=30)

Solidão	Solidão e formas de expressão no Facebook		
	Frequência	Percentagem	Percentagem (válida)
Situação geral			
Não me sinto sozinho (a)	16	53,33	84,21
Sinto-me sozinho (a)	7	23,33	36,84
DOCUMENTOS com código(s)	19	63,33	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	11	36,67	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-
As redes sociais contribuem para diminuir a solidão			
Sim	24	80,00	100,00
Não	3	10,00	12,50
DOCUMENTOS com código(s)	24	80,00	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	6	20,00	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-
De que forma se exprimem no Facebook			
Não partilho coisas pessoais	13	43,33	59,09
Exprimo sentimentos	11	36,67	50,00
Publico coisas da vida pessoal	6	20,00	27,27
Partilho preocupações e emoções	5	16,67	22,73
DOCUMENTOS com código(s)	22	73,33	100,00
DOCUMENTOS sem código(s)	8	26,67	-
DOCUMENTOS ANALISADOS	30	100,00	-

Sobre a forma como se exprimem no *Facebook*, uma parte dos entrevistados (43,33%) são zelosos com a sua privacidade e não partilham informações pessoais, contudo, há 20% que o faz. Os entrevistados revelam que utilizam o *Facebook*, também, como forma de poderem exprimir sentimentos (36,67%) e de partilhar preocupações e emoções (16,67%).

O direito à reserva da sua vida pessoal é uma preocupação desta população, especialmente, quando se referem à expressão de sentimentos. Factos associados à sua privacidade são compartilhados, mas, sobretudo, em privado como indicam ESTER e NICO.

Sou capaz de expressar algumas emoções ou sentimentos, mas tudo em privado. Utilizo mais para as amigas que estão distantes. Ela diz uma coisa qualquer... eu preciso tanto falar contigo e depois abro a página e falo com ela e depois ela pronto ou transmite alguma coisa.

ESTER, 66 anos, casada, 7º ano

E eu vou explicar porquê, porque no *Facebook* há uma coisa que me chateia sabem toda a nossa vida e daí não posso fugir, há efetivamente uma falta de privacidade e frequentemente mandam-

-me fotografias que eu não queria que fossem publicadas e, portanto, utilizo o *Facebook* para os meus amigos quando fazem anos, sempre com uma certa reticência. Mas vou ver se há novidades.

NICO, 82 anos, divorciado, licenciado

As fotografias são o elemento mais partilhado pelos seniores no *Facebook*. Mas, se considerarmos que a imagem é um elemento essencial na sua vida, são vistas como o registo de um momento ou de uma situação. Como narram CÉSAR e GABI, as fotografias publicadas acabam por ser memórias e emoções partilhadas, e, muitas vezes, uma forma de expressão dos sentimentos ou dos afetos que têm por alguém ou por alguma situação, na qual tiveram prazer de realizar.

Ponho umas fotografias mais minhas, do meu ciclismo e às vezes ...olha há uns 3 ou 4 anos plantei tomate só para nós e estava bonito e eu fotografei e coloquei lá a Foto.

CÉSAR, 68 anos, casado, 4^a classe

Às vezes um grupo delas vamos a um almoço e a gente espalha e uma festa, sítios que eu vou e que eu gosto tiro fotografias e ponho.

GABI, 74 anos, casada, 3^a classe

As memórias constroem a sua vida e estas são divulgações que se tornam numa forma de expressar as lembranças que viveram ou vivem; tal como a partilha de informações expressa por ARTUR, ou de notícias que suscitam intervenções relativas ao que sentem ou pensam sobre determinado tema/assunto e que, igualmente, são uma sua preocupação.

Partilho notícias de política, há sempre gente do contra e eu ajudo. (...) Partilho notícias relacionadas com o Ténis de mesa e também as que eu participo.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

Acredita-se que o *Facebook* surge na vida dos seniores como uma forma de expressão quando 73% dos entrevistados revelam expressar sentimentos, publicar momentos e factos da sua vida pessoal e partilhar preocupações, sentimentos e emoções. Se, por um lado, esta rede pode ser uma forma de chamar a atenção, de outro modo, ao ser uma ferramenta usada para denunciar determinados sentimentos de alegria/tristeza ou de desabafar e exteriorizar emoções, serve o propósito de apoio psicológico, contribuindo, muitas vezes, para o seu bem-estar, como refere Valentine (2011) o *Facebook* promove um sentimento de gratificação ao nível do entretenimento, da relação interpessoal, da autoexpressão e do tempo.

8.1.2. O surgir do *Facebook* na vida dos seniores

Diferentes histórias e percursos de vida foram encontrados quando se realizaram as entrevistas e observou-se que são impactantes na forma como o *Facebook* entra nas suas vidas.

Para os que durante a sua atividade profissional nunca conviveram com a tecnologia, a sua integração no *Facebook* foi, como conferem NICOLE e ARTUR, impulsionada, na maioria, pelos filhos e netos, que continuam a ser o seu recurso quando as dificuldades surgem, expressando sempre interesse em saber e aprender sempre mais.

Nem fui eu ... foi a M. (filha), primeiro foi mais à volta dos familiares, algumas sobrinhas e sobrinhos. Foi ela que criou o meu perfil. Depois eu fui mudando e adaptando com o tempo. Eu achei interessante, embora não conhecesse muito bem, nem os sinais, nem saber como fazê-los ... deixou tudo por minha conta, dizia-me coloca uma fotografia e eu: eu estou a tentar, mas não sei como é... (ri) depois lá fui chegando, e quando tenho alguma dificuldade corro à filha.

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1º ciclo

A primeira vez que utilizei o Facebook já vai há quase há 10 anos. Aquilo que me lembro é que tive muita dificuldade, não percebia nada daquilo, andei às apalpadelas e depois fui vendo como é que era e ia perguntando. Na altura quem me ajudou foi a minha filha.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

E, quando a família não se encontra próxima ou não tem disponibilidade, o interesse em aprender a lidar com a tecnologia, como aconteceu com BIA, leva-os a procurar as aulas de informática. Para alguns, como é o caso de CÉSAR, foram, e, ainda são essenciais, quer pelo ensino e manuseamento da tecnologia, como para a sua inclusão nas redes sociais *online*. Denota-se, ao longo dos discursos, a sua vontade de aprender e que se alia à importância que dão na obtenção de mais conhecimentos, colmatando a necessidade de comunicar com os seus familiares que estão longe, mas, também, porque consideram ser útil para o seu futuro, dando-lhes a percepção de que vivem num mundo digital, do qual querem fazer parte, como demonstra BRUNO.

E isto tudo começou já há 5 anos. Foi uma pessoa minha amiga que a filha ia dar lições e começou a dizer Ah porque é que não vais aprender ... e eu disse oh por amor de deus não me chateies... mas depois disse: podes falar com a tua filha. E eu disse há se posso falar com a minha filha então está bem. Depois paguei por duas vezes, paguei a quem me ensinasse. Depois comecei a falar com ela e pronto. Depois começaram a dar aqui (aulas de informática), já tinham aqui dado, mas eu nunca tinha ido, nessa altura não tinha interesse. A gente aprende pouco, mas sempre se aprende.

BIA, 78 anos, casada, 3ª classe

Agora o que o pai precisa é de umas boas explicações informática, porque isto está a virar tudo para a informática, faturas e comprar certas coisas e tal, está tudo virado para informática. É isso que o pai precisa. E aqui estou! (como convence o filho de que vai frequentar aulas de informática)

CÉSAR, 68 anos, casado, 4ª classe

Neste momento estou a ver se me entendo com o *Facebook*, estou a ver se percebo para de hoje para amanhã fazer alguma coisa, mas não é que eu seja apaixonado.

BRUNO, 79 anos, casado, 4^a classe

Para os que já tinham algum conhecimento e usavam a tecnologia por questões profissionais, nomeadamente, o computador e a *Internet*, o seu processo de inclusão nas redes sociais *online* surgiu de uma forma autónoma, como ilustra GASPAR, pelo que consideram que surgiu de forma natural e fácil. A percepção da relevância apenas passou pelo que lhes poderia ser útil, tal como conta IVONE.

Mas deu-me jeito, porque depois comecei a pensar, eu sempre disse que em 2005 me reformava, é melhor começar a praticar antes se não depois vou para casa e é mais difícil. (...) Eu depois de ter começado achei que era interessante, e então comecei a interessar-me mais e a ter mais disponibilidade também (Após reformar-se).

IVONE, 79 anos, solteira, licenciada

Sim o facto de eu já usar a tecnologia na minha atividade profissional facilitou e muito eu usar as redes sociais.

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

Pese embora nesta análise que só foram realizadas entrevistas a seniores que usam, habitualmente, a rede *Facebook*, seria interessante em investigações futuras entender, junto dos que deixaram de utilizar, se a sua opção se deve a dificuldades de usabilidade encontradas, questões de privacidade ou pelas características e funções da rede que não satisfazem as suas necessidades, e, neste sentido até poderão utilizar outras, como o *WhatsApp*.

8.1.3. Fatores sociais, culturais associados às motivações de uso do *Facebook*

Um dos principais motivos por que os indivíduos com mais de 65 anos têm perfil criado no *Facebook* está associado ao relacionamento com as suas conexões, que se encontram estruturadas e constituídas por familiares, amigos e novos conhecimentos, como se observou na análise quantitativa deste estudo e narrada no ponto 7.5.1. O entretenimento também foi evidenciado, sendo uma forma encontrada para passar o tempo; e, não obstante, a capacidade de poderem comunicar, de se sentirem mais informados sobre as suas áreas de interesse e da vida de familiares e amigos.

Os relacionamentos sociais são valorizados, essencialmente, por conseguirem: manter o contacto com os familiares e amigos que estão longe, como relata AMÉLIA e NICOLE; e encontrar pessoas que fizeram parte das suas vidas e que já não viam há muito tempo, tendo voltado a relacionarem-se, como garante CÉSAR. No fundo, estar mais próximo e fazer parte das suas vidas reflete-se nos sentimentos

de bem-estar e de inclusão social, o que para DAVID foi uma motivação para estar presente no *Facebook*.

O que motivou a aderir ao *Facebook* foi o contacto com a família depois de me sentir tão sozinha. (...) Há bocadinho fui à casa da minha cunhada e lá está já havia as florinhas abertas, lá lhe tirei as fotografias e enviei-lhas... e ela está a par daquilo que se passa ali no jardim dela sempre.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

Com o *Facebook* acabei por encontrar essas pessoas e agora combinamos encontrar.

CÉSAR, 68 anos, casado, 4^a classe

Como eu tenho pessoas amigas, família que também não é pequena e comecei a ver eles a mandar coisas para mim... ora eu tinha de lhes responder. E aos poucos e poucos foi assim que eu comecei.

DAVID, 72 anos, divorciado, 7^o ano

Nesta fase acabo por usar mais as redes sociais para estar mais próxima dos meus amigos. (...) é mais fácil *Facebook* de facto.

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1^º ciclo

E, porque os amigos estão nas redes sociais *online*, para alguns foi um incentivo (ELTON, IVONE e LEONEL). O fazer parte delas, o participar e estar a par do que todos partilham é uma forma de se sentirem incluídos socialmente no seu grupo de amigos.

Lembro-me de logo no princípio (*Facebook*) ver os meus colegas o M. e o L. que pela primeira vez ouvi a começar a discutir muito essas coisas, do tipo opá mandei-te, recebi ... e eu parecia que não estava a perceber nada... Eles eram uns 5 a 10 anos mais novos... e acabou por surgir de uma forma natural também. Porque eu dizia, fogo onde é que estes gajos andam que eu também tenho que lá estar.... Andam aqui de um lado para o outro... tenho de ver o que é que se passava onde é que eles andam.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Entrei no *Facebook* pelos colegas, eles insistiam que eu tinha de estar para podermos conversar, já reformados.

IVONE, 79 anos, solteira, licenciada

A situação foi por isto, é que apareceram muitos amigos dos tempos de escola, da tropa, e da profissão no *Facebook* e acabei de alinhar na mesma equipa e agora daí a razão de andar no *Facebook*.

LEONEL, 76 anos, viúvo, 5^o ano

Para muitos, o passado foi vivido sem tecnologia, a revolução digital e a *Internet* surgem já em fase adulta, por isso quando descobrem que podem encontrar pessoas dos seus relacionamentos passados e voltarem-se a relacionar, sentem uma forte motivação para usarem o *Facebook*. As ligações com o passado são sempre uma referência para este segmento etário. Foram anos de muitas mudanças geográficas, situações de emigração, vidas nas colónias ultramarinas de tropa e de trabalho,

o êxodo rural, que os trouxe para os centros urbanos ou simplesmente pessoas que deixaram de ver e falar, porque a comunicação não era fácil de manter por motivos pessoais e/ou profissionais. E, quando se atinge esta fase da vida o tempo disponível é maior e o reencontro com toda uma vida passada é importante, como explicam AMÉLIA e DAVID. São as memórias, as recordações e as suas raízes que acabam por os levar a reencontrar os que ao longo dos anos, pelas circunstâncias da vida, deixaram para trás.

E sinto e como lhe disse há bocadinho havia pessoas que a gente perde o rasto e através de tudo isto do *Facebook* e desta coisa vamos entrando em contato e sabendo notícias às vezes uns dos outros. Tenho alguns contactos que nos voltámos a encontrar fisicamente, contactos que a gente perdeu o rastro porque cada um seguiu a sua vida e depois encontro no *Facebook* e voltamos a encontrar-se depois.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

No *Facebook* já encontrei muitos amigos de há muitos anos. E ao vivo tenho um ou dois que nos reencontramos, mas poucos, sabe, eles têm a vida deles, depois também moram longe. Mas continuo a falar com todos.

DAVID, 72 anos, divorciado, 7^º ano

Estar no *Facebook* é, como nos comentaram os seniores, estarem entretidos, como o faz ARTUR, e ajudar a que o tempo passe, como refere DÁLIA, porque ao verem o que os outros publicam estão descontraídos e ocupados, segundo ELTON. Quase todos se dedicam a atividades que os satisfazem e os mantêm ocupados uma grande parte do seu dia como: ginástica, golfe, aulas, pintura, música, caminhar e, até, voluntariado. Apesar de se dedicarem aos seus *hobbies*, às atividades sociais, culturais, ao desporto e ao lazer, ainda lhes sobram horas do dia em que o *Facebook* acaba por ser a sua companhia e distração, independentemente, da idade, ajudando-os a relaxar, tal como acontece com NICOLE e NICO.

E a minha principal motivação foi o entretenimento, foi ao princípio de reformado. No *Facebook* navego e vou lá ver o que é que se passa, é mais geral.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

Tenho, vejo da minha família, mas não publico. Serve de entretenimento em casa um bocadinho. Vejo algumas pessoas porque estão em aberto, algumas pessoas que estão abertas.

DÁLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

O *Facebook* acaba por ser um passatempo, ainda por cima estou aposentado. Entretenho-me por ali.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Não sei, é mais realmente quando estou disposta a relaxar um bocado, a distrair-me um bocado.

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1^º ciclo

E utilizo também muito o *Facebook* quando, por exemplo, quando quero relaxar. Abro uma página e depois começo a ler todas aquelas publicações de pessoas que conheço.

NICO, 82 anos, divorciado, licenciado

Todos os entrevistados mostraram ser bastante ativos. Conhecer e comunicar com novas pessoas, como indicam ISAC e JOSUÉ, e o poder partilhar pensamentos e comentários, como cita ELTON, são, ainda, o foco de muitos dos que utilizam do *Facebook*. São aposentados, mas, para alguns, as suas atividades e *hobbies* são apresentadas como desempenho profissional, como é o caso de GASPAR, normalmente, ligadas à cultura e nenhuma associada às profissões que desenvolveram. Determinados seniores expressaram que o *Facebook* é um mundo novo que surge e está cheio de oportunidades, para conhecer novas pessoas, partilhar opiniões e discutir temas de interesse. No meio dos pensamentos e desabafos, há pessoas que aconselham, partilham e interagem e isso é gratificante, em especial, para quem vive sozinho.

Utilizo o *Facebook* para divulgar aquilo que faço. Principalmente para divulgar aquilo que faço a nível profissional, uma vez que estou num projeto de comunicação (Rádio) e que tem uma envolvência boa e que foi criada com um espírito de divulgar o mais possível a cultura. Eu pretendo comunicar na área em que me relaciono e de divulgar... e é assim que utilizo o *Facebook*.

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

Por exemplo ontem à noite apeteceu-me escrever uma coisa...estava ali deitado e estava assim a pensar... fogo já estou aqui em casa há seis semanas... e lembrei-me dos animais do zoo e fiz um post assim: coitados daqueles animais. E fiz um paralelismo... agora imagina o que os animais não sofrem também porque no fundo também lhes retiraram a sua Liberdade. Depois junta-se mais gente e acaba-se por ficar ali às vezes numa conversa e é engraçado. Acaba por gerar um debate engraçado com pessoas que conheces e com outros não sabes exatamente de onde são. E acaba por ajudar a passar o tempo.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Olhe eu o principal motivo por que utilizo o *Facebook* é sempre o comunicar pode ser com este ou com outro, pode ser desabafar, pronto é um modo de comunicar. (...) A pessoa conhecer outras, saber de outras experiências, de outras vidas. O *Facebook* é o acesso ao Mundo, o *Facebook*, e a net, é a abertura de horizontes, é o alargamento de horizontes, é a descoberta, é o convívio.

ISAC, 77 Anos, Divorciado, Licenciado

O meu principal motivo para utilizar o *Facebook* é falar, falar teclando... com meio mundo!

JOSUÉ, 81 anos, casado, curso comercial

Em termos de gratificação pessoal, como acontece com ELTON, está a capacidade de poder mostrar aos seus filhos e netos que seguem as tecnologias. Exibir que conseguem manter-se atualizados e que os acompanham é motivador e uma forma de se impulsionarem e aventurarem a fazer parte do mundo digital *online*, particularmente, quando são estimulados e ajudados por eles.

Essa componente familiar aí é muito importante na forma de os integrar com as tecnologias. Às vezes são os próprios filhos, mas principalmente os netos, olha ó avó faz aqui, olha aqui, olha queres fazer aqui. Naquela idade até à maioridade eles são muito pacientes com os avós. E gostam de ensinar e se juntares a isso a curiosidade, epá está o caldo feito!

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Sistematizando, independentemente das capacidades tecnológicas que possuem, a vontade e o interesse em ter perfil e usar o *Facebook* é despertado por aquilo que os motiva ao nível das suas necessidades de relacionamento, entretenimento e de comunicar. Entendendo os benefícios que a rede lhes proporciona, eles procuram a forma de conseguir obter, estar e participar. Tal como defendem Hague e Payton (2010), as práticas e as interações com o uso das tecnologias são desenvolvimentos ao nível da literacia digital e acabam por ser uma adaptação e aprendizagem ao longo da vida.

8.1.4. A percepção dos seniores sobre e importância do *Facebook* na vida ativa

O fortalecimento de laços fortes e fracos ao nível do seu contributo para o aumento do capital social *bridging* e *bonding* ficou, na nossa investigação, demonstrado no ponto 7.5.5.

A maioria dos entrevistados refere que o *Facebook* lhes permite o fortalecimento de laços com os amigos (capital social *bonding*), sentindo estarem mais próximos, como argumenta ISAC, contudo, são críticos e afirmam que com os amigos e a família, mesmo assim, nada substitui o contacto pessoal, que privilegiam sempre que podem, como esclarece FELICIO.

Sinto que tenho mais possibilidade de comunicação. E nesse sentido sinto-me mais próximo. Sim, em certos momentos talvez me sinta mais próximo, sim.

ISAC, 77 anos, divorciado, licenciado

Agora a situação que estamos a viver é diferente o contacto pessoal é difícil. Mas antes disso ao nível dos relacionamentos não me ficava pelo *Facebook*. Para mim tenho esta conceção de que nada substitui o contacto individual, o olhar uns para os outros, o saber as reações, o saber como é que as pessoas reagem. A comunicação pessoal e direta é o ideal. Embora utilizasse o *Facebook*, não me fico por isso. (...) Gosto de falar e saber o que vai na alma das pessoas, quais são os problemas e, portanto, não me limito a ficar pelo *Facebook*. Não quer dizer que não o faça, alguma coisa ou outra, mandar parabéns, saber como é que está...

FELICIO, 76 anos, casado, curso industrial

O que os amigos partilham, comentam, falam e expõem no *Facebook* permite-lhes um melhor conhecimento sobre eles, pese embora que isto se refere aos amigos do *Facebook*. Os seniores fazem uma grande distinção entre amigos do *Facebook* e os “verdadeiros”, e mencionam que desses têm

poucos, mas, claro, todos os que usam *Facebook* fazem parte da sua rede e conhecem bem. Porém, confirmam que a sua rede no *Facebook* é composta por “outros amigos”, a que alguns denominam de “os virtuais”, e esses sim, o *Facebook* permite-lhes ter maior conhecimento sobre eles, tal como elucidam ARTUR e ELTON, que inclusive fazem, por vezes, juízos de valor, admitindo que ali as pessoas se expõem e são o seu verdadeiro “eu”, como refere FLÁVIA.

Sabe que ajuda a conhecer as pessoas, a gente vai vendo o que publicam e as intervenções deles com os outros e os outros com eles... e eu digo olha este, este é uma pessoa que me enganava bem. Já tive situações em que alguns me chateei com eles e foram eliminados.

ARTUR, 66 anos, casado, curso comercial

Se nós formos pensando bem nisso, nós aprendemos muito sobre o feitio dessa pessoa com as publicações que elas fazem, que eu às vezes penso assim: Ai meu Deus mas se esta pessoa estivesse quieta e calada se não estava melhor. E eu acho que nós, vendo o que as pessoas publicam, se calhar temos de ver bem como é que aquela pessoa é. Porque eu às vezes não acho piada nenhuma ao que eles publicam e assim a publicar para o público. Epá, olha, mas que trabalho este! Não sei, talvez fique assim a pensar. Eu acho que aquilo mostra... é capaz de mostrar um bocadinho do que a pessoa é.

FLÁVIA, 66 anos, viúva, 6º ano

(...) mas nalguns casos permite também conhecer um bocadinho as pessoas não só daquilo que elas andam a desenvolver e a fazer da vida delas... não só, mas também. Pela forma como reagem a determinadas situações. (...) Por exemplo emites uma determinada opinião sobre uma coisa, seja ela de que natureza for, política, social, humanitária, ou sobre os animais... vês as reações e vês quais são as pessoas (...) e ao veres os comentários de pessoas também tuas conhecidas também percebes.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

O viver isolados, muitas vezes longe dos filhos e dos amigos, traz saudades. Na maioria, os seniores são pessoas conformadas com a situação, quer porque os filhos e os amigos trabalham em outros países, mas mesmo os que moram mais perto têm, como os entrevistados referem, as suas vidas. E, de facto, consideram, como demonstram GABI, DAVID e LÚCIA, que o *Facebook* lhes permite sentirem-se incluídos na vida dos familiares e amigos e acompanharem todos os passos da sua vida, de tal forma, que lhes dá a sensação de que estão com eles diariamente.

Aproximamo-nos mais e acabamos por acompanhar a vida deles, de estar com eles.

GABI, 74 anos, casada, 3ª classe

Entretanto os conhecidos e colegas mandam fotos dos filhos, ainda agora o neto da C. (cunhada) mandou-me um vídeo com ele a cantar os parabéns para o tio David... e depois tenho uma família muito grande.... E eu tenho de estar sempre a par. Eu acho que a coisa boa parece que estou mais próximo das pessoas. às vezes quando vejo coisas da minha irmã ... eu que era uma pessoa que telefonava a saber dela... agora como vejo ali coisas dela parece que já estou ali a vê-la, está bem...e o telefonema já não puxa. Entretanto estou a ver uma coisa que ela me enviou, mando

uma resposta, está gira, fizeste bem, fizeste mal, e já não lhe telefono, mas estou mais próxima dela.

DAVID, 72 anos, divorciado, 7º ano

O meu filho está no *Facebook*, põe coisas, mas não partilha comigo... é raro. Mas eu sei que ele está lá e vejo.

LÚCIA, 76 anos, divorciada, licenciada

A percepção sobre o aumento dos seus relacionamentos *offline* é confirmada pelos entrevistados.

O equilíbrio entre a vida *offline* e *online* é central e estimado como um benefício para esta população.

Quer ao nível dos que têm familiares e amigos distantes, como indica ESTER, como para os que acabam por marcar encontros *offline*, promovendo a sua vida social e reforçando os seus relacionamentos.

E aconteceu nesse encontro e um deles pesquisou e Ester do Vimeiro e depois vou ver e depois marcamos um encontro das festas para ir, e ficamos a reencontrar-nos. São aqueles encontros que nos emociona. E ainda hoje se mantém essas marcações por *Facebook*, faz-se todos os anos com o evento que enviam. Depois eu mando mensagem privada vou ou não.

ESTER, 66 anos, casada, 7º ano

Mas, a família próxima é o pilar fundamental das suas vidas e tem um papel insubstituível. Nesta fase da vida são o seu orgulho e conforto. E, quando esta base afetiva se encontra afastada, o *Facebook* é uma das formas encontradas para manter próximo este relacionamento, essencial para o seu apoio e bem-estar. E isso é expresso por AMÉLIA, BIA, FELICIO E GASPAR nos seus depoimentos.

Com a minha cunhada estamos aqui e depois muitas vezes através de vídeo olha queres ver isto, olha aquela planta, olha estás a ver a minha flor já floriu, a minha Violeta tá quase a cair não sei que mais e... ela olha aqui o arbusto da frente carregado neve... é este convívio.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4ª classe

Ver a minha filha que está no Canadá. Eu todos os dias ligo às vezes falo outras vezes não, é como calha.

BIA, 78 anos, casada, 3ª classe

O meu filho está em Macau, e ele está sempre a mandar coisas pelo *Facebook* e nós a responder. O Longe torna-se perto. Não é a mesma coisa de estar ao pé, porque como se costuma dizer os Portugueses têm os olhos nas pontas dos dedos. Nós gostamos muito de tocar, de sentir... (ri)

FELICIO, 76 anos, casado, curso industrial

Acabo por ficar mais próximo e amigo com estas pessoas que me relaciono pelo *Facebook*, sem dúvida.

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

O isolamento da família e dos amigos é, maioritariamente, colmatado pelo *Facebook*, ao ver o que publicam e que estão bem traz-lhes tranquilidade; tal como, poder manter o contacto regular é facilitar

a gestão dos contactos, preservar os relacionamentos, como HÉLDER faz, e estreitar e aumentar os seus laços fortes e fracos, como menciona CÉSAR.

É evidente que o *Facebook* me veio ajudar nas relações com os meus amigos, só tenho pena de não ter tempo para isto, mas se tivermos vontade arranjam-se sempre uns minutinhos nem que seja para esse fim.

HÉLDER, 74 anos, viúvo, 9º ano

Inclusivamente tenho amigos no Canadá que eu às vezes eles fazem anos eu dou-lhe Parabéns. Gosto de conviver e aproveito o *Facebook* também para conviver com toda a gente.

CÉSAR, 68 anos, casado, 4ª classe

Em suma, podemos afirmar que o *Facebook* para os seniores entrevistados, segundo a teoria da domesticação, é um processo bem-sucedido porque faz parte integrante das suas vidas (Berker et al., 2006), e os benefícios que lhes proporcionam transforma as suas vidas em momentos de maior tranquilidade e satisfação, transportando-os para um nível de bem-estar. Também fomenta, como se apresentou, as relações sociais através da participação ativa, social e segundo os interesses e necessidades de cada pessoa (McLoughlin & Lee, 2007).

8.1.5. A influência do *Facebook* no bem-estar dos seniores portugueses

A principal satisfação dos seniores com a vida é estar próximo dos que estão longe. Pelo que viver à distância de um *post*, de uma mensagem e estar sempre presente, são funcionalidades aqui evidenciadas pelos utilizadores do *Facebook*. Esta é uma realidade, evidenciada por CÉSAR, NICOLE e PETER, e apreciada no sentido de poderem estar presentes nos bons e nos maus momentos, serem o apoio e o conforto dos que gostam e acompanhar todos os momentos e realizações pessoais dos familiares que lhe são próximos.

É para me relacionar com as pessoas que estão longe e é mais uma valia que uma pessoa tem para comunicar com alguém e saber certas coisas. Sinto que estamos mais próximos.

CÉSAR, 68 anos, casado, 4ª classe

Mas também com as pessoas que estão longe, às vezes é difícil pegar no telefone e falar com elas não é quando as pessoas estão longe o poder ver o poder acompanhar o que elas publicam de alguma forma aproxima-nos.

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1º ciclo

É verdade sim, reduzimos distâncias. Mas até que ponto essa redução é positiva ou não... eu não sei. Não quero ser velho do Restelo, não quero ser botas de elástico, mas o que é facto é que...inevitavelmente é útil, por exemplo a minha neta mais nova vai fazer um ano em agosto e eu estou a vê-la crescer através de fotografias que eles me enviam.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

Comunicar e comunicar mais. A facilidade com que atualmente a comunicação se torna acessível, promove nos seniores a sensação de que podem permanecer a conversar sempre que queiram, pois há sempre “alguém” do outro lado, como o referem GABI, OTÁVIO e LEONEL.

Eu tenho família em Andorra, na Alemanha, tenho família em França e na América e eu falo muitas vezes com eles... e tenho no Porto. No Porto tenho muita gente. E se eu lhes mando uma mensagem, eles mandam-me logo duas ou três.

GABI, 74 anos, casada, 3^a classe

Com os amigos conversamos sobre o dia a dia, com os familiares são assuntos mais relacionados com situações familiares, e as outras amizades também a situação do dia a dia. Com as pessoas familiares a gente conversa de forma mais pessoal, depois colegas de trabalho a gente fala um bocadinho sobre o passado, e da vida atual.

OTÁVIO, 65 anos, divorciado, 7^o ano

Gosto especialmente de contactar e em especial os familiares esses estão sempre e agora os outros, ou fomos colegas e estamos reformados. Ainda ontem estive a falar com um, estivemos aqui quase uma hora a conversar, embora seja mais velho do que eu 2 anos... fomos colegas bancários convivemos, tanto em Angola como cá. O *Facebook* é bom falo com ele para a África do Sul, tenho contactos com Angola, com Londres, com França, especialmente com o meu filho, mas também tenho outras coisas, e inclusivamente com os Estados Unidos. Para o Brasil tenho muitos, porque muita malta quando saiu de Angola foi parar ao Brasil.

LEONEL, 76 anos, viúvo, 5^o ano

De facto, há quem reconheça que até para a saúde dos mais velhos, o *Facebook* é importante, sendo que admitem que enquanto jogam estão a fazer um treino da mente. Apenas ESTER refere a importância desta ginástica mental, no entanto, denota-se ao longo dos restantes discursos o cuidado em mencionarem que o *Facebook* lhes ocupa o cérebro e é uma forma de não se sentirem sós.

O *Facebook* tem benefícios para a nossa geração, olhe tem ao nível de jogos, há certos jogos que nos fazem prever uma jogada, por exemplo o xadrez, ai se eu jogar aqui vai acontecer isto, não eu vou ficar ali... é de raciocínio, de antecipação do que pode resultar e isso também nos faz bem. Se nós fizemos esta determinada passagem pode acontecer esta situação... ao fim ao cabo é uma prevenção e isso é muito bom.

ESTER, 66 anos, casada, 7^o ano

A solidão é um sentimento auferido, essencialmente, pelas pessoas que vivem sós e mais velhas, nomeadamente, os viúvos como DÁLIA, OLGA e MÁRIO, ou divorciados como o DAVID, com estados diagnosticados de depressão que os incapacitaram de ter uma vida social ativa. Contudo, todos expressam viver momentos de solidão, até como nos cita MÁRIO, muitas vezes sem apoio da família. Mas estes momentos são vividos de forma diferente perante cada situação pessoal e utilizando escapes para os combater, como fazem LÚCIA e NICO.

Tenho muita necessidade de sair de casa e aprender coisas e a solidão está-me a fazer muito mal à cabeça. Se tenho momentos de solidão saio, pego no carro e vou-me embora.

DÁLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

O meu dia a dia? É muito triste... olhe eu tive uma depressão por problemas de saúde, e parece que não deixou marcas...

DAVID, 72 anos, divorciado, 7º ano

Nos momentos de solidão? Vou para a cama dormir. (ri)

LÚCIA, 76 anos, divorciada, licenciada

Porque me sinto sempre sozinha. Quando me sinto sozinha ligo a amigos, todos os dias tenho telefonemas de alguém, ligam-me até mais a mim do que eu ligo a alguém. Eu é que já não tenho motivação, porque eu penso quando é que é a minha morte. ... Todos os dias me lembro como a canção de um qualquer cantor... que dizia: "Hoje é o primeiro dia do resto da tua vida".

OLGA, 80 anos, viúva, 5º ano

A história da minha família é uma espinha muito grande. Por isso com a família tenho uma relação quase nula.

MÁRIO, 87 anos, viúvo, 7º ano

Ter momentos de tristeza? Isso qualquer pessoa tem, mas isso obriga-me a pensar, começo a meditar.

NICO, 82 Anos, divorciado, licenciado

A solidão é, também, um sentimento entendido, por vezes, como um stress e corrosivo, como afirma MÁRIO. Como forma de ultrapassar e contornar este sentimento, o *Facebook* acabou por trazer uma adaptação a novas realidades e à mudança de paradigma respeitando a vida de cada um. Neste sentido, o *Facebook* vem trazer uma nova perspetiva às suas vidas e aos seus momentos de isolamento, um “remédio” para diminuir a solidão, como demonstram os discursos de BIA e HÉLDER.

A saudade é a mesma, mas fico menos só. Só que tenho de estar até às 11 e tal da noite, porque são 5 horas de diferença, e esperar que ela saia da escola para poder falar com ela, e ela sai sempre tarde da escola. Também falo com os netos, mas eles falam pouco português e mas falo, falo... às vezes vêm dizer adeus a outras eles falam, mas eles não gostam muito de falar, porque eles não sabem falar português.

BIA, 78 anos, casada, 3^a classe

Sim, sim o *Facebook* contribui para diminuir alguns momentos de solidão, sim. Olhe eu posso lhe dizer se não tivesse a minha cadela a dar-me tanto trabalho, se eu não fosse uma pessoa de oficina e de estar à volta de isto e daquilo, a inventar trabalho, se tivesse mais tempo livre eu com certeza aderia muito mais ao *Facebook*.

HÉLDER, 74 anos, viúvo, 9º ano

O *Facebook* preenche a minha vida, porque se não fosse o *Facebook* eu tenho um horror muito grande à solidão. O meu espírito não se dá com a solidão. Eu tenho de partilhar com as pessoas. Para mim a solidão é muito corrosiva.

MÁRIO, 87 anos, viúvo, 7º ano

Para minimizar o sentimento de solidão, o *Facebook* é apontado como uma forma de se sentirem mais acompanhados, de não estarem sozinhos e isolados, como indicam NICO e PETER. E, quando têm essa necessidade, nos momentos de maior fragilidade, também lhes permite chamar a atenção e de desabafar, porque há alguém, mesmo que não se conheça, que responde do outro lado, como acontece com ELTON.

Ao contrário do que se costuma a dizer a vida atual é muito mais isolada do que há um século, é mentira, nunca houve tanto contacto entre pessoas como agora.

NICO, 82 anos, divorciado, licenciado

Agora até que ponto é um instrumento de combate à solidão. Eu acho que o grande êxito do *Facebook* é um bocadinho esse, as pessoas estão horrivelmente sozinhas hoje em dia. Não é por faixas etárias, exclusivamente, em termos de reformados as coisas são muito complicadas, mas há pessoas que utilizam o *Facebook* para dizerem “Eu existo”, “Eu estou cá”, “Penso, logo Facebookio”.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

Desabafo com a multidão (*Facebook*). E claro que é muito mais fácil desabafar com a multidão do que com alguém mais próximo. Até porque tens logo ali um *feedback* muito vasto.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

Para além da aposentadoria, a viuvez é outro marco na vida, especialmente depois de vários anos de vivência em comum. A viuvez numa idade avançada é o momento em que, para quem fica, deixa de poder dividir a vida, partilhar experiências e emoções. O “ficar sozinho” promove, nesta situação e idade, desconforto e desamparo, levando a uma reorganização da vida e do dia a dia procurando combater a solidão, como fez AMÉLIA. Neste caso, os entrevistados conferem que o *Facebook* foi a sua melhor alternativa no momento.

Foi por ter ficado na situação em que fiquei e que precisava de uma coisa que que eu me envolvesse. Digo-lhe é uma companhia muito boa para as nossas idades e para as nossas situações. Porque também não tenho tempo. Mas se tenho é a primeira coisa que faço é agarrar no telemóvel e ficar no *Facebook* ou então vou entrar em contacto com a outra lá daquele lado (Canadá) é só o caso de estarmos a olhar para as horas e ela é mesma coisa minha cunhada também é mesma coisa.

AMÉLIA, 73 anos, viúva, 4^a classe

“Aproximar, comunicar e apoiar”, diríamos se resume nestas três palavras tudo o que os seniores nutrem do contributo que o *Facebook* lhes possa proporcionar para o seu bem-estar. Por isso, com ele sentem-se próximos dos seus e de com quem querem estar, com ele comunicam com o mundo que os rodeiam, e com ele se sentem apoiados e podem apoiar mesmo estando distantes, nunca ficando ausentes.

8.2. Perfis dos utilizadores seniores no *Facebook*

A Figura 8.1 faz uma análise global e simplificada das 20 palavras mais utilizadas pelos entrevistados nos depoimentos recolhidos, permitindo-nos visualizar que as redes sociais *online* com maior importância para os seniores são o *Facebook* seguindo-se o *WhatsApp*.



Figura 8.1 - Palavras associadas às redes sociais *online* mais utilizadas pelos entrevistados nos seus depoimentos (n=30)

Mas, é em torno do *Facebook* que tudo gira na sua vida *online*. Outra grande evidência é a palavra “Pessoas”, o que possibilita interpretar que estas são o principal motivo pelo qual estes indivíduos estão e fazem parte desta rede, pelos familiares, pelos amigos, ou, até mesmo, para terem e manterem novos contactos.

A *Internet*, o *Facebook* e até mesmo o *WhatsApp* permitem-lhes, comunicar, falar, enviar e receber mensagens, informarem-se e criarem laços de amizade.

A fotografia tem um papel muito relevante, quer nas suas atividades *online*, não só como elemento de partilha, mas, igualmente, como forma de poderem visualizar e apreciar momentos, e é entendida, muitas vezes, como uma forma de aproximação dos familiares e amigos. As fotos e as mensagens são o seu principal elo de ligação entre as suas conexões e a comunicação que estabelecem nas redes sociais *online*, concretamente, no *Facebook*.

A solidão é focada como fazendo parte das suas vidas, mesmo para os indivíduos casados ou em união de facto, as redes sociais *online* tornam-se uma compensação para o tempo em que estão sós ou na ocupação do tempo livre que dispõem.

O telemóvel e o telefone são os principais meios utilizados na comunicação com os outros, mencionando que os *smartphones* vieram trazer muitos benefícios, quer na facilidade de utilização da tecnologia, como na possibilidade de acederem às redes sociais *online* de forma mais simples.

Acoplando todos os dados trabalhados até ao momento e procedendo ao agrupamento dos entrevistados, com base nas variáveis categóricas definidas na análise qualitativa, desenvolveu-se uma caracterização de perfis relativos a estes seniores utilizadores do *Facebook*, a qual se descreve de forma interpretativa no Quadro 8.3.

Quadro 8.3 - Perfis dos Entrevistados tendo em consideração a caracterização pelas variáveis categóricas definidas na análise qualitativa (n=30)

	Relacionais	Integradores	Comunicadores	Reflexivos
Principal Motivo por que aderiram ao Facebook	Para estabelecer e manter os seus Relacionamentos.	Para se entreterem e ocuparem o seu tempo.	Para comunicar com outras pessoas.	Para obterem mais informação e se sentirem informados.
Principal Funcionalidade Utilizada	10 registos de Gestão de Laços Sociais, 2 de Incremento de Socialização e 1 Expressão Identitária.	5 registos de Gestão de Laços Sociais, 3 de Incremento de Socialização, 2 de Entretenimento e Lazer e 1 Expressão Identitária.	1 Expressão Identitária e 1 Gestão de Laços Sociais.	1 Informação, 1 Entretenimento e Lazer e 1 Incremento de Socialização.
Número de contactos na rede	Na Gestão de laços sociais os contactos podem ir até aos 200 contactos, enquanto nos que se focam no incremento de socialização têm acima de 500.	Na Gestão de Laços Sociais o número de contactos vai até aos 100, enquanto no incremento de socialização o número de contactos aumenta significativamente exceto em idades com mais de 80 anos.	Na Expressão Identitária acima dos 500 e abaixo dos 1000 e na Gestão de Laços Sociais mais de 100 e menos de 500.	Até 100 na Informação, Acima de 100 e abaixo de 500 no Entretenimento e Lazer e no Incremento de Socialização mais de 1000 contactos.
Que tipo de Informação procuram	A maioria sobre familiares e amigos. Apenas alguns também acedem a informação relativa aos seus interesses e hobbies.	Informação relativa aos seus interesses e hobbies é de facto a predominante.	Informação ligada aos seus interesses, nomeadamente cultura. Para além disso no caso da gestão de laços Sociais também é relevante a informação sobre familiares e amigos.	Sobre a atualidade e áreas de interesse.

(Continua)

(Continuação)

	Relacionais	Integradores	Comunicadores	Reflexivos
Outras Redes	WhatsApp é utilizada por todos exceto por 3 que apenas utilizam o Facebook. As outras redes não têm expressão.	WhatsApp 2ª rede mais utilizada, mas têm alguma expressão redes como YouTube, Instagram, Spotify e Linkedin.	WhatsApp 2ª rede, outras redes têm conhecimento, mas não utilizam.	Apenas têm acesso a outras redes os que têm experiência com a tecnologia e têm grande número de contactos.
Acesso à Tecnologia na sua atividade profissional	7 sim e 7 não	7 sim e 4 não	1 sim e 1 não	2 sim e 1 não
Grupos a que pertencem	Grupos de familiares e amigos e também a grupos das suas áreas de interesse e hobbies.	Grupos de áreas de interesse e Hobbies e alguns sobre os locais onde vivem ou viveram.	Grupos de cultura que são o seu principal interesse e motivo para passar o tempo.	Grupos ligados aos seus interesses sobre a atualidade, política, economia, causas sociais e cultura.
Entrevistados	AMÉLIA BIA CLARA FLÁVIA CÉSAR GABI DAVID IVONE LÚCIA OLGA PETRA ISAC LEONEL MÁRIO	ARTUR DÁLIA HELOISA FELICIO JÚLIA MARIA HÉLDER JOSUÉ NICO OTÁVIO PETER	GASPAR NICOLE	BRUNO ESTER ELTON

Nesta análise interpretativa dos dados, os perfis propostos não estão diretamente associados ao conhecimento prévio ou experiência com as tecnologias durante a sua atividade profissional, na medida em que, para as pessoas da nossa amostra esta situação não foi impeditiva de serem, atualmente, utilizadoras de redes sociais *online*.

Por isso, considerou-se mais relevante o cruzamento dos dados sobre a principal motivação e a principal funcionalidade na utilização das redes sociais *online*, e assim, caracterizaram-se as pessoas da seguinte forma: Relacionais; Integradores; Comunicadores e Reflexivos.

Neste sentido, apresenta-se de seguida uma descrição e análise do que determinam cada um destes perfis, tendo por objetivo demonstrar que independentemente da idade, género, escolaridade, estado civil, este grupo etário não é homogéneo face às suas atitudes, atividades e motivações no uso das redes sociais *online*, nomeadamente, do Facebook.

Relacionais

Este grupo, com idades compreendidas entre os 66 e os 85 anos, distingue-se, fundamentalmente, por serem pessoas que usam o *Facebook* para estabelecer e manter contactos com os seus familiares e amigos que se encontram distantes (AMÉLIA, BIA, CLARA, FLÁVIA, GABI, DAVID, IVONE, OLGA, PETRA e MÁRIO). A sua atividade é diária e muitos consideram que o facto de se sentirem sozinhos e distantes dos seus filhos, netos e restante família, é minimizado pela utilização do *Facebook*, porque é uma forma de estarem mais próximos.

Também, e em especial no caso dos homens, é atribuída importância à sua utilização para a gestão dos laços sociais, pela relevância que dão às suas relações de amizade e porque consideram ser uma forma de manter essas relações. Apenas CÉSAR, ISAC e LEONEL afirmam que o *Facebook* lhes proporcionou voltarem a contactar com pessoas do seu passado, grandes amizades e distantes, que de outra forma não poderiam fazer. E, no caso de LÚCIA, para além da gestão dos relacionamentos, utiliza o *Facebook* para colocar fotos da família e dos quadros que pinta, pois para ela é gratificante ver os comentários do seu grupo de amigos sobre aquilo que faz.

O estar mais próximo e conhecer melhor as pessoas com quem se relacionam é importante para os seniores, mas também consideram que o *Facebook* lhes permite não só darem-se a conhecer, como para obter um melhor conhecimento dos outros com aquilo que cada um publica ou partilha, como refere ISAC.

O não ter que falar com alguém presencialmente, dá-nos outra liberdade, no bom e no mau sentido, significa que às vezes ficamos mais libertos para dizer determinadas coisas, até podemos nos irritar se for preciso...às vezes há pessoas com quem eu lidei muito e que respeito e que muitas delas continuo a respeitar, mas que se me revelam diferentes. Quer dizer, no *Facebook* caiu-lhes a patine da profissão ou do momento, e provavelmente eu também, há pessoas que poderão dizer isso de mim.

ISAC, 77 anos, divorciado, licenciado

Ao nível do número de contactos podem ir até aos 200, independentemente do nível de instrução, ou do estado civil, sendo que este número aumenta acima de 500 para os que promovem o incremento de socialização na sua vida.

Integradores

Com idades compreendidas entre os 66 e os 87 anos, estes seniores veem no *Facebook* uma forma de se entreter e ocupar o tempo, muitas vezes, consideram-no uma forma de distração. A maioria tem uma vida ativa com muitas atividades fora de casa e outros interesses, como é o caso de NICO, que aos 82 anos estuda neurociência e retrata a sua relação com o *Facebook* como uma forma de se descontrair ou de se entreter nas horas vagas, que são escassas.

O número de contactos das suas redes é bastante variável, nos que promovem a gestão dos laços sociais não ultrapassam os 100 contactos, sendo que metade é inferior a 50. Nos que valorizam o incremento de socialização, o número de conexões é superior a 400, tendo mesmo Peter 1400 e Artur 4500 contactos, exceto nas idades acima dos 80 anos, como é o caso do Josué, que não tem familiares na sua rede, apenas pessoas que, entretanto, conheceu na rede e com quem gosta de conversar “teclando”, considerando estes serem “amizades virtuais”. De facto, o número de contactos na rede aqui encontra-se associado à funcionalidade que cada um atribui à sua atividade no *Facebook*.

Outra característica deste grupo é que a informação que procuram nas redes sociais *online* está associada aos seus interesses e *hobbies*. Neste caso, muitos dos seus contactos acabam por fazer parte desta sua vida ativa *offline*, como no ténis de mesa, na petanca, no golfe, na pintura e até dos locais que visitam ou do lugar onde vivem ou nasceram. As suas raízes e histórias de vida são momentos que gostam de recordar e reviver, como é o caso de JOSUÉ e de OTÁVIO, e procuram na sua rede de contactos ter essas pessoas para comentar e partilhar esses momentos.

Estes seniores utilizam, ainda, outras redes como o *YouTube*, *Instagram*, *Linkedin* e *Spotify*, embora com menos regularidade, mas quando o fazem, o seu uso está ligado aos seus interesses pessoais ou porque os netos as utilizam.

PETER é, segundo ele, um caso singular, utiliza diariamente o *Facebook* para realizar os seus trabalhos escritos, valoriza muito o contacto pessoal considerando as redes sociais *online* impessoais, mas diz necessitar delas apenas para poder escrever os seus textos e exprimir as suas opiniões, e, desta forma, depois pode entreter-se com os comentários e opiniões.

Comunicadores

Os Comunicadores caracterizam-se por pessoas que vivem sozinhas, com idades inferiores aos 69 anos e que “trabalham”, ou seja, apesar de reformados, dedicaram-se a uma atividade que consideram uma profissão.

A sua presença no *Facebook* é assinalada por partilharem e comunicarem as suas atividades dentro da sua área de interesse.

GASPAR utiliza como funcionalidade, a expressão identitária, com uma rede acima de 500 contactos, que considera a maior parte profissionais. Para ele a partilha e divulgação dos seus trabalhos é uma autorrealização. Comunicar com quem tem os mesmos interesses e poder trocar informação e divulgar eventos é fundamental.

Para NICOLE, o *Facebook* serve para comunicar com os familiares e amigos, as suas leituras, as suas fotos, mas é na rede que faz a sua gestão de laços sociais, marca eventos, organiza com os amigos a ida aos eventos. Esta comunicação é muito envolta na sua vida, inclusive até “boa noite” deseja aos seus amigos tornando presente a sua relação.

Reflexivos

Para os Reflexivos, com idades compreendidas entre os 66 e os 79 anos, a informação, para obterem conhecimento nas redes sociais *online*, é o principal motivo pelo qual fazem parte delas.

Com pouca experiência com o *Facebook*, BRUNO, com a 4^a classe, diz gostar do progresso, procurou ajuda nas aulas de informática e o seu interesse por obter informação sobre aquilo que mais gosta, que são os aviões, levou-o a aderir. Com cerca de 100 contactos gosta de ler e informar-se sobre as novidades da aviação que os amigos publicam.

ESTER tem a sua paixão na história de arte e entrou no *Facebook* por ser um mundo que podia explorar ao comunicar com grupos e pessoas com os mesmos interesses, para além do poder aprender e partilhar nesta área. Acaba por ser um dos seus entretenimentos, o saber, o aprender e até o de ensinar sobre história.

Portanto, independentemente de qual seja a funcionalidade utilizada por cada um, para este grupo o seu principal objetivo é comum: sentirem-se informados.

Até o estar informado sobre a actualidade torna-se relevante, como no caso de ELTON, que considera que o *Facebook* lhe complementa a leitura dos jornais. E, através dos vários grupos a que pertence, dentro dos vários interesses que tem, considera que conhece pessoas com quem comunica e é um meio onde se exprimem opiniões, havendo uma troca de ideias, que complementam a informação dos *media*, e isso é para si benéfico. O *Facebook* é utilizado como incremento de socialização, para conhecer novas pessoas, e, desta forma, passar o tempo informando-se e a comunicar com os outros. A sua rede de contactos atinge as 1500 conexões.

Para estes indivíduos, em diferentes níveis, o conhecimento é sinónimo de diferentes visões e pontos de vista, que lhes permitem refletir e aumentar as suas competências e saberes.

Capítulo 9 . Motivações de uso do Facebook pelos seniores portugueses em período de confinamento pelo motivo da pandemia do COVID-19

O isolamento social foi o recurso utilizado, em março de 2020, pela Direção Geral de Saúde (DGS) e pelo Governo Português, para reduzir a propagação do vírus SARS-COV-2. Estávamos perante uma pandemia mundial, e ficar em casa, manter o distanciamento social era o conselho dado, também em Portugal, à população, nomeadamente, às pessoas consideradas de maior risco em que se incluem os seniores. Viveram-se momentos de confinamento obrigatório. Esta decisão criou uma avalanche de emoções e de situações que geraram nas pessoas: solidão, por estarem mais sós; stress, pela situação em causa onde permaneciam um conjunto de incertezas; ansiedade por não saber o que lhes poderia acontecer, e de quando e como tudo iria terminar; receio pelas imagens transmitidas pelos *media* de situações dramáticas vividas em outros países; e tristeza, por estarem longe da família, dos amigos e das suas atividades, que faziam parte das suas rotinas.

Neste sentido, e porque nos encontrávamos a desenvolver a segunda parte da fase empírica desta investigação, considerou-se adequado compreender se um maior isolamento social, e perante a vivência desta realidade, se intensificava a percepção e a relevância do uso das redes sociais *online* por parte dos seniores, no sentido de melhorar as suas condições de bem-estar social.

As análises apresentadas neste capítulo foram baseadas apenas nas 19 entrevistas realizadas durante o período de confinamento, e os dados tratados em MAXQDA2020 visaram as abordagens qualitativa e quantitativa, sustentadas em categorias identificadas na análise contextual, igualmente expressa na metodologia. Embora, com uma amostra por conveniência e não probabilística, a investigação evidenciou a existência de uma maior propensão dos seniores portugueses no uso das redes sociais *online*, nomeadamente, do *Facebook*, para comunicarem, se relacionarem e manterem o contacto com as suas conexões, e como forma de entretenimento ocupando o tempo livre.

9.1. Os seniores e o confinamento social em Portugal: contextualização

Perante esta situação excepcional de saúde pública mundial e face ao aumento de casos registados em Portugal de COVID-19, a 19 de março de 2020, o Presidente da República decretou o estado de emergência no nosso país e o Governo deliberou uma série de medidas de prevenção, entre as quais, se englobava, o isolamento profilático com especial atenção para as pessoas que faziam parte de grupos de risco e onde se englobavam os indivíduos com 70 anos ou mais.

Neste contexto, a sociedade sofreu uma mudança de hábitos e comportamentos durante este período. Universidades seniores, ginásios, associações culturais, entre outros, suspenderam as atividades. Os seniores deixaram de poder desenvolver as suas ocupações de lazer, para além de que

os contactos com os amigos, filhos e netos ficaram restringidos a uma janela, a um telefonema ou através das redes sociais *online*.

Esta mudança de hábitos e rotinas provocada por esta situação atípica produziu, conforme relataram nos seus depoimentos, sentimentos de ansiedade, desamparo, tédio, tristeza e solidão. Este tipo de sentimentos pode gerar alguns problemas na saúde das pessoas, como por exemplo, a ocorrências de doenças cardíacas e até de pensamentos suicidas (Manso et al., 2018), pelo que a socialização e a convivência social tornam-se um apoio e são significativas neste contexto, porque, como se sabe, os familiares (cônjugue e filhos) e não-familiares (amigos e vizinhos) são as figuras essenciais no suporte da vida dos seniores (Cabral et al., 2013).

Alguns estudos recentes revelaram, por exemplo na Suíça, como consequência da pandemia (Swissinfo et al., 2020), que as novas tecnologias permitiram a interação social, onde as aplicações como o *FaceTime*, o *Zoom* e o *WhatsApp* foram usados, por muitas famílias, para manter o contacto visual com os seus avós, minimizando a distância física a que estavam obrigados e promovendo o seu bem-estar físico e psicológico.

Porém, em Portugal, a inclusão digital dos seniores é baixa, 71,7% não têm acesso à *Internet* (Pordata, 2017). Sabe-se que, em 2019, na operação “Censos Séniors”, a Guarda Nacional Republicana (GNR) sinalizou 41.868 indivíduos com mais de 65 anos que vivem sozinhos e/ou isolados, ou em situação de vulnerabilidade (GNR, 2020), e a acrescer, grande parte desta população não tem acesso às novas TIC. Isto leva a um maior despertar de consciencialização da importância que tem, hoje, a inclusão digital dos seniores.

Viveram-se momentos durante o confinamento obrigatório que evidenciaram a pertinência do tema e do estudo. Durante este período, várias foram as instituições/organizações em Portugal que lançaram iniciativas para colmatar o isolamento social da população séniors: Altice e Huawei ofereceram equipamentos *tablets* à GNR, para que esta pudesse colocar os idosos que vivem sozinhos em contacto com as suas famílias (Altice, 2020); a MUDA promoveu campanhas de divulgação sobre “Ensina os teus familiares em casa!” (MUDA, 2020); e o Portugal INCoDe.2030 criou a “Linha Somos Tod@s Digitais”, de forma a apoiar os infoexcluídos e a população séniors (Portugal INCoDe.2030, 2020).

As relações com familiares e a integração social são duas das dimensões que se encontram associadas a sintomas depressivos na população séniors, e aquando há diminuição de relacionamento com os familiares aumentam esses sintomas, tal como, o inverso acontece com a integração social (Ramos, 2007).

Para a integração social, Durkheim (2001, 2008) fala-nos em dois conceitos fundamentais: os laços sociais que os indivíduos estabelecem no decurso da socialização; e o homem solidário, onde é importante referir que as normas sociais se interrelacionam com estes laços sociais e levam o indivíduo

à participação na vida social. Na sua visão sociológica, não existe qualquer dúvida de que para que o indivíduo se sinta completo tem de fazer parte dos grupos sociais família, pátria e humanidade, em que cada um tem a sua função. E, como menciona Lapa (2019), os seniores interagem nas redes sociais *online*, uma vez que estas acabam por ser ferramentas facilitadoras das relações pré-estabelecidas, essencialmente, na interação com as pessoas em quem confiam.

O envelhecimento é uma realidade que não é vivida por todos da mesma forma, como refere Alcobia (2012), por isso, acreditamos, mesmo quando nos deparamos com outros estudos, que as redes sociais *online* podem contribuir para a inclusão social, através das relações de sociabilidade que fomentam a diminuição dos sentimentos de solidão e a valorização do bem-estar da população mais velha, também em Portugal.

9.2. Os seniores no Facebook: um confinamento de experiências e vivências *online*

9.2.1. Dados sociodemográficos em análise

Com uma vida ativa, os seniores entrevistados tinham os seus dias preenchidos com atividades fora de casa. A sua experiência com a tecnologia, durante a vida profissional, em termos de amostra é diferenciada, 4 indivíduos (H:1; M:3), ou seja, 21% da amostra, nunca tiveram contacto com a tecnologia durante a atividade profissional que desenvolviam antes de se reformarem. Ao nível das trajetórias escolares, são pessoas com instrução: uma completou o 1º ciclo; sete possuem o 5º, 7º e 9º ano, sendo que destes alguns já o terminaram na fase adulta; dois usufruem do Curso Comercial; dois têm frequência universitária e sete detêm habilitações ao nível da licenciatura.

Em termos de idade, os seniores entrevistados encontram-se na faixa etária dos 65 aos 87 anos, distribuídos por 12 homens e 7 mulheres. Como se observou nos resultados anteriores, o isolamento social aumenta com a idade, na medida em que são menos as atividades sociais que desenvolvem e, similarmente, porque o apoio social era, nesta fase de isolamento, mais solicitado pelos intervenientes e organizações institucionais. Neste sentido, houve a preocupação por parte do investigador, sem criar desequilíbrio na amostra em estudo, em entrevistar pessoas mais velhas, repartindo-se da seguinte forma: 4 pessoas dos 65 aos 69 anos; 9 indivíduos dos 70 aos 79 anos; e 6 com mais de 80 anos.

Igualmente, foi ponderado encontrar indivíduos com diferentes estados civis, com o intuito de melhor se interpretar os momentos de solidão e o impacto desta situação na sua vida: 3 solteiros (H:2; M:1); 3 casados (H:2; M:1); 8 viúvos (H:5; M:3); e 5 divorciados (H:3; M:2).

Face à dimensão reduzida da amostra, os dados sociodemográficos foram, apenas, considerados como referenciadores no enquadramento empírico do estudo e como condicionantes que nos poderiam permitir estudar o uso das redes sociais *online* num contexto de maior isolamento social.

9.2.2. O uso da tecnologia e das redes sociais *online* pelos seniores e o impacto durante o confinamento

Com o avanço da tecnologia os seniores aprendem a usar as redes como o *Facebook*, *WhatsApp* e outras, pelo que estão dispostos a se instruir e usar estas redes de forma adequada (Teng & Joo, 2017). De notar que, no nosso estudo, apesar de mais de metade dos seniores entrevistados já terem alguma experiência com a tecnologia na sua atividade profissional (57,89%), os restantes não se coibiram de recorrer à ajuda dos filhos e netos (26,32%), a aulas de informática (15,79%) e até à ajuda de amigos (10,53%), por quererem fazer parte do mundo digital.

Como se nota nos dados expressos, o apoio da família é importante, quer aquando da sua inclusão nas redes sociais *online*, como para os ajudar na resolução dos problemas tecnológicos que lhes vão surgindo. Loureiro e Barbas (2014) defendem que o contacto com a tecnologia leva a que os idosos possam redefinir a sua inserção na família principal e na sociedade, promovendo até relações de intergeracionalidade, como é o caso dos netos. Estas relações podem, muitas vezes, passar pelo apoio que recebem ao nível da usabilidade, sendo que nos dados recolhidos, 21,05% resolvem sozinhos as dificuldades que encontram, 10,53% procura a ajuda de um especialista informático, 5,26% consideram os amigos como a sua opção e, apenas, 21,05% recorrem à ajuda e apoio dos filhos e dos netos. A tecnologia é considerada benéfica pelos seniores que tentam acompanhar a sua evolução, e, como confirmam estes dados, quando não é possível o apoio direto da família, o seu principal auxílio, diligenciam alternativas e formas de resolverem as suas dificuldades.

O computador (78,95%) e o telemóvel (73,68%) continuam a ser, como validado no nosso estudo, as tecnologias mais empregues pelos seniores no acesso às redes sociais *online*. Certo que para estes entrevistados a maioria dos telemóveis são *smartphones* e com acesso à *Internet*. Cerca de 10,53% utiliza o *tablet*, mas esta opção de uso surge, muitas vezes, em substituição do computador, por considerarem um meio mais cômodo e de fácil usabilidade.

Ao nível da segurança no uso das redes sociais *online*, 26,32% expressam a sua insegurança, contudo, a maioria não tem opinião formada, apenas evoca que utilizam diversas medidas para se protegerem, como por exemplo, só aceitam comunicar com pessoas que conhecem (52,63%) ou, se não conhecem, veem o perfil e só concordam que façam parte das suas conexões se houver algum interesse em comum (26,32%). Estes são dados que vão de encontro aos resultados alcançados anteriormente. Porém, importa entender se, em tempo de confinamento, houve propensão para um maior uso da tecnologia e uma pré-disponibilidade para o aumento das conexões.

Estas entrevistas decorreram e faziam parte da continuação da segunda fase empírica o nosso estudo, pelo que se manteve o critério de todos serem utilizadores e terem perfil criado no *Facebook*. De facto, eram também usadas outras redes por estes seniores. Similarmente, foi notório que o

WhatsApp, com 89,5% de utilizadores, continuou a ser a segunda rede mais utilizada pelos seniores (Figura 9.1), que fundamentando com a análise contextual, se justifica porque alguns entrevistados evidenciam que lhes dá maior privacidade, enquanto outros evocam que os netos deixaram de utilizar o *Facebook* e esta é a forma que utilizam para se relacionarem com eles.

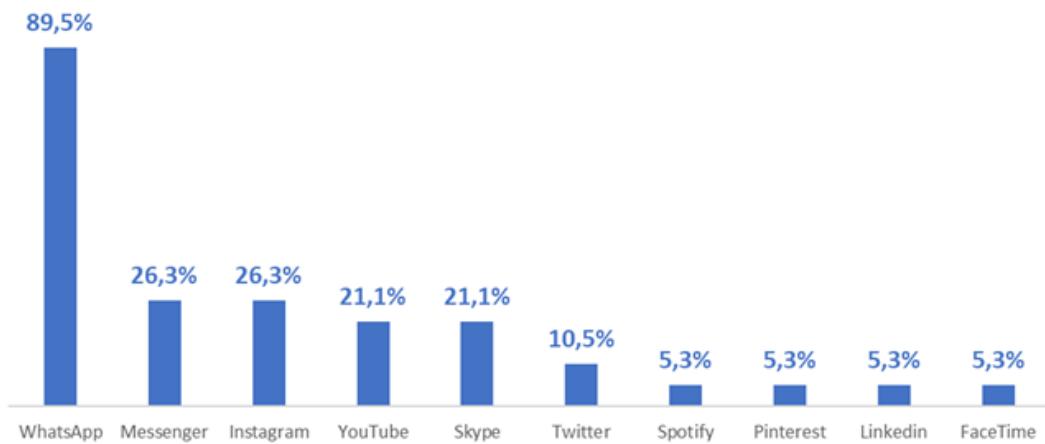


Figura 9.1 - Outras Redes sociais *online* utilizadas pelos seniores (n=19)

Tal como acontece com o *Instagram*, aqueles que o utilizam (26,5%) fazem-no para ver o que os filhos e os netos publicam, uma vez que aqueles que não publicam no *Facebook* utilizam nesta rede. O *Skype* (21,1%) tem, ainda, alguma expressão nos dias de hoje, nomeadamente, para falar com os que estão longe, embora, para muitos, o *WhatsApp* se tenha tornado a rede mais utilizada, especialmente em período de confinamento, por ser mais usada, também, por outras gerações mais novas, por permitir fazer grupos de conversação em família, e porque, uma vez instalada no telemóvel se tornar mais acessível, acabando por ser o apoio imediato no momento.

O *YouTube* foi com 21,1% de utilizadores, a rede equiparada em termos de uso, ao *Skype*. Segundo os entrevistados que gostam de música, o *YouTube* foi importante, em especial nesta fase de isolamento, para se descontraírem, ouvir música, ver os espetáculos dos artistas que acompanham e seguem, e até para cantarolar e exprimir estados de alma, conseguindo acompanhar quando alguns vídeos incluem as letras.

O *Messenger* foi equiparado ao *Instagram*, com 26,3% de usuários, companheiro diário para manterem conversações com as suas ligações, para saberem como estavam a passar, se se encontravam bem e, no fundo, apoiarem os familiares e amigos, conversando e exprimindo as suas preocupações e dando alento a quem estava mais solitário.

No fundo, conclui-se que havia mais tempo disponível, maior isolamento social, mais necessidades de apoio emocional. Todas as redes evocadas por estes utilizadores acabaram por ter um contributo

valioso, com o reconhecimento dos benefícios e pelas suas características e especificidades, no bem-estar dos seniores que as utilizaram mais intensamente durante este período.

Com isto, denota-se a relevância que a particularidade de cada rede tem e a influencia que pode ter na usabilidade das redes sociais *online*. Compreende-se que as questões de privacidade, credibilidade da informação e relevância do conteúdo são cruciais para o uso ou não uso das redes sociais *online* (Hope et al., 2014), mas, do ponto de vista dos nossos entrevistados, estas condicionantes tiveram menos impacto durante o período do confinamento. Os valores da socialização superaram os medos e preocupações sobre a privacidade e a segurança do uso. Poder-se-á particularizar que se verifica, neste caso, que o uso se encontrou associado à percepção sobre a especificidade de cada rede. E, em função destes critérios, quer do ponto de vista do que as redes oferecem neste âmbito, como na forma como preenchem as suas necessidades, deverá abrir-se, no futuro, um campo de investigação no sentido de percecionar as necessidades *online* auferidas pelos seniores e as características de cada rede. Com base nos resultados apurados acredita-se, que indo de encontro à percepção dos seniores sobre os benefícios que podem usufruir de cada uma das redes sociais *online*, e, de acordo com as suas necessidades e interesses, se pode aumentar a inclusão digital deste segmento etário e contribuir, assim, para uma maior inclusão social e para o aumento do capital social.

9.2.3. Perfil dos seniores no *Facebook*

Como já referimos, na maioria dos entrevistados (78,95%), a sua atividade profissional proporcionou a utilização do computador e do acesso à *Internet*. Porém, é interessante perceber que 21,05% dos utilizadores sem experiência em TIC na atividade profissional, não deixaram de o fazer e de aceder às redes sociais *online*, independentemente, da idade, da escolaridade ou do estado civil.

Todos os entrevistados se encontram numa situação de aposentadoria, o que é um marco na vida de qualquer pessoa, uma nova etapa de vivências e de adaptação. Como aludem Carmo e Zazzetta (2016), as redes sociais *online* podem ajudar nesta fase da vida, ao serem um elo de comunicação entre os indivíduos, muitas vezes, retomando o convívio social e estabelecendo novos contactos, pertencendo a novos grupos de interesse, obtendo informação, novos conhecimentos e hábitos de vida.

A dimensão da rede está, segundo a opinião expressa por estas pessoas, diretamente associada à principal funcionalidade utilizada por si na rede *Facebook*, a gestão de laços sociais (57,89%), seguido do incremento de socialização (26,32%) e, com menos relevância, a expressão identitária (15,79%).

Em termos de dimensão das redes, 53% dos indivíduos têm menos de 100 conexões, porém 26% possuem mais de 500, dos quais 3 pessoas chegam a atingir os 1400 a 2000 amigos; e 21% os seus

laços de amizade variam entre os 101 e 500. Estes resultados levam-nos a equacionar qual a relação que existe, e se existe, entre a dimensão da rede e a relevância e o tipo de ligações e conexões que fazem parte dela. Os dados recolhidos não nos permitiram auferir resultados nestas dimensões de análise.

Ao proporcionar a comunicação com os amigos “*one to one*”, o *Facebook* promove níveis elevados de capital social *bonding* e menor solidão (Burke et al., 2011). Os dados obtidos evidenciam que, durante o período de confinamento, o relacionamento (42,11%) e o entretenimento (42,11%) foram os principais motivos que levaram os seniores a utilizar a rede de *Facebook*, apenas 10,53% mencionaram a importância de comunicar e 5,26% tinham o seu foco na informação veiculada nas redes.

A sua exposição no *Facebook* é sempre cautelosa, para além do nome, foto pessoal e data de nascimento, são poucos os que identificam a localidade onde vivem, os contactos pessoais, interesses e relacionamentos. Estes indicadores demonstram a preocupação, por parte dos seniores, com a segurança e a confidencialidade dos seus dados pessoais, bem como, a importância de preservarem a sua privacidade.

Na ótica dos interesses que procuram nesta rede, 57,89% referem fazer parte de grupos ligados à cultura (cinema, teatro, música, poesia, etc.), 26,32% associam-se a grupos locais da região onde vivem ou onde nasceram, outros têm polos de interesse diferentes, como 15,79% nas artes manuais e 10,53% no desporto e, com menos evidência, 5,26% surgem depois, com interesse em grupos sobre animais, culinária, turismo e economia e política.

Na interpretação de inter-relacionamento entre as variáveis codificadas, é nosso entender, que a associação aos grupos se foca na função de entretenimento, porque ao nível do relacionamento, não podemos deixar de referir que o principal tipo de informação mencionado do que procuram nesta rede social *online*, é concernente aos familiares e amigos (57,89%), e, as suas ligações de amizade são essencialmente compostas, como referenciadas na Figura 9.2, por familiares e amigos (74%), figuras públicas ligadas aos seus interesses (53%) e conhecidos (32%).

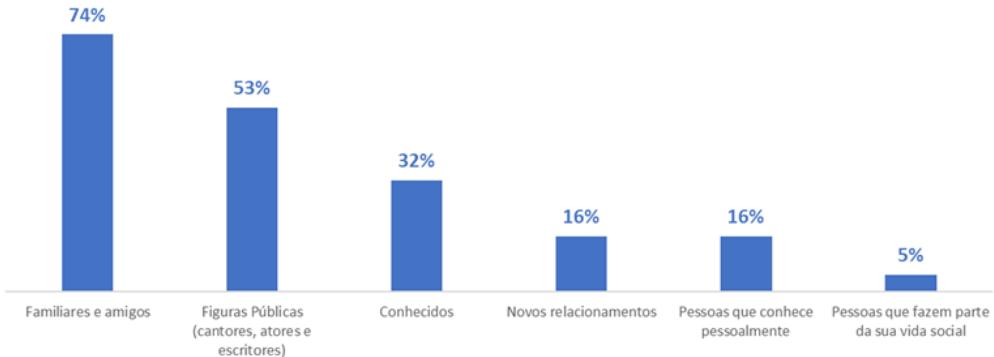


Figura 9.2 - Composição da rede no *Facebook* (n=19)

Atrevemo-nos a argumentar que as redes sociais *online* serviram, nomeadamente, o *Facebook*, face aos perfis expostos, e, independentemente dos fatores sociodemográficos, durante o confinamento, o propósito de entretenimento e de relacionamento social, indo de encontro ao campo de estudo segundo a perspetiva de Silva et al. (2018), no qual o *Facebook* pode contribuir para a consolidação das relações familiares, para o aumento da rede de amigos, facilitando a comunicação com as suas conexões e permitindo o acesso a outras atividades como as notícias, a informação e o entretenimento. Sem dúvida que estes aspetos fomentam o bem-estar dos seniores, na medida em que proporcionam uma rede de apoio social ativa e forte (Silva et al., 2018).

Para tal, de seguida iremos fazer a triangulação dos dados entre a análise quantitativa das variáveis e das categorias classificadas neste estudo com a contextualização da análise qualitativa, por forma a explicitar os comportamentos e fenómenos que o *Facebook* evidenciou como sendo uma ferramenta importante para os seniores durante o período de isolamento social pelo confinamento, particularmente, o papel de reciprocidade.

9.2.4. Superar obstáculos e resistir à mudança de hábitos

A DGS aconselhou o distanciamento social entre avós e netos durante quase dois meses, considerando essencial na proteção da população mais vulnerável e para quebrar barreiras de transmissão do vírus entre as pessoas. Esta, segundo os vários testemunhos, talvez tenha sido a situação mais difícil de ultrapassar durante o confinamento. E, de facto as redes sociais *online* acabaram por minimizar este afastamento, através do contacto *online* diário por videochamada, principalmente, através do WhatsApp (89,5%) (Figura 9.1). Especialmente, para aqueles que eram o apoio dos filhos na gestão das tarefas de ir buscar os netos à escola, como é o caso de FELÍCIO, e isso provocou-lhes um afastamento dos afetos.

E como é que agora a gente via a neta? Ela estava cá todos os dias, que íamos pô-la e buscá-la à carrinha da escola e passava a fim da tarde connosco até o pai a vir buscar. E agora só por WhatsApp.

FELICIO, 76 anos, casado, curso industrial

Apesar se se sentirem receosos com a situação, surpreendentemente, a resistência à mudança dos hábitos também se faz sentir, pelo que alguns se mostram como pessoas saudáveis e referem que pouco mudou na sua vida, lidando com a situação de forma descontraída.

Mas pelo menos eu já tenho um título honorífico, já sou uma pessoa de risco. (...) Mas temos de ter calma se formos afetados por outra coisa qualquer também vamos e muitas vezes isso não escolhe idade. Como os ataques cardíacos por exemplo.

GASPAR, 66 anos, viúvo, licenciatura incompleta

Eu sei que dificilmente não apanharei o vírus, até porque eu não sou pessoa para estar confinada em casa... eu levanto-me de manhã e a primeira coisa que eu faço depois de tomar o pequeno-almoço e me arranjar é ir fazer uma caminhada de uma hora sem falhar um dia, estou sozinha, respiro livremente e sinto-me feliz, satisfeita e contente.... Depois no final Os meus filhos diziam-me ó mamã faça uma lista e a gente leva-lhe as compras à porta.... Era só o que faltava, os meus filhos têm mais do que fazer, eu estou saudável porque é que não posso depois da minha caminha, em vez de antigamente que eu levava o carro e vinha carregada de compras... entro aqui no Intermarché que é no final da minha caminha e a 10 minutos de minha casa... levo sempre dois sacos de plástico nos bolsos... olhe até nunca gostei tanto de fazer compras como agora está vazio, levo um frasquinho de álcool dentro do bolso e faço assim.

PETRA, 85 anos, casada, licenciatura incompleta

Porém, tratando-se de um vírus novo, não há estudos sobre a sua propagação e atuação concretas, a informação veiculada foi sendo articulada pelos estudos que se iam fazendo, e as medidas impostas à medida que a OMS ia emitindo comunicados, por isso alguns indivíduos não sabiam bem como lidar com o momento, tentavam acima de tudo cumprir as regras e manter os procedimentos como referem LEONEL e MÁRIO.

Agora com esta situação da emergência, uns andarem com máscara, outros sem máscara, uns com viseira, outros sem.... eu vou à rua.... Por exemplo, hoje fui, fui à farmácia.... Eu tenho ido sem máscara, mas levo no bolso... se sinto que preciso, ou seja, se chegar a um sítio que é obrigatório entrar com máscara eu uso. Agora a questão é as pessoas cumprirem determinadas regras que é os ajuntamentos e assim. (...) fui comprar as viseiras que é para ter aqui tudo em casa.... Se for preciso estar prevenido, comprei duas máscaras laváveis... Assim tenho as coisas que se forem necessárias. Já está. Estou prevenido, não tenho problema.

LEONEL, 76 anos, viúvo, 5º ano

Então eu já lhe disse que tinha uma casa no Algarve, e, portanto, com o confinamento vim para cá, tem um terraço com vista para o mar... (...) Agora acordo, mas só me levanto às 10h ou 10h30, depois tomo o pequeno-almoço, venho ao terraço, a ver o mar, a ver passar os barcos. Entretanto chega-me o almoço, porque me vêm trazer o almoço a casa...normalmente ia ao restaurante, mas

agora não há... o *take away* vem trazer. Quando tenho tempo vou dar uma voltinha antes do almoço, quando não tenho tempo, almoço, e ao fim da tarde é que vou dar uma voltinha.

MÁRIO, 87 anos, viúvo, 7º ano

Mas, a privação da sua vida social também foi complexa, viram interrompidas todas as suas atividades (24% faziam ações de voluntariados e 84% frequentavam atividades como ginástica, pintura, aulas nas universidades seniores, almoços e tertúlias com os amigos, etc.), que lhes permitiam ocupar os seus tempos livres. Por forma a colmatar o tempo livre, sendo resistentes a uma mudança de hábitos, como explica PETER, e por se sentirem incomodados com a situação, a solução foi inverter a rotina e tornar os dias mais pequenos e os campos de distração fazem-se no *Facebook* através das publicações ou a ver filmes ou séries na televisão.

Vou praticamente todos os dias a Campo de Ourique, estou a 15 minutos de Lisboa. Deixar de ir a Campo de Ourique, esses almoços, essas coisas não haja dúvida que fez falta. Como é que eu colmatei? Diz muito bem, colmatei de uma maneira muito simples. Quase que inconscientemente inverti os meus horários. Inverti um bocado os meus horários, ou seja, eu estou praticamente até às 4:00 da manhã a trabalhar, ou a ver filmes.... Eu devo estar quase a fazer um doutoramento em *Netflix*, não tarda muito. E depois acabo por me levantar muito tarde também, resultado acabo por não almoçar, quer dizer, como uma fruta e assim, e aquilo que é natural de contactos com outras pessoas do dia, diminuiu radicalmente. Como o jantar normalmente são feitos em família (vive com o neto) eu acabei de não sentir diferença nenhuma. A única coisa realmente me fez falta foi a história dos almoços. Que eu de certa maneira colmatei desta maneira.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

Estes eram tempos de muita apreensão para os seniores, e alguns viviam atemorizados por pertencerem a uma população sinalizada como de risco. Assim, no confinamento procuraram a ajuda de medicação ou o apoio *offline* junto dos familiares, sobretudo dos filhos.

Eu sou por temperamento pessimista e vejo sempre tudo pelo lado mais negro. Penso que por isso ainda não tive COVID nenhum, nem corona, não tive nada. Mas tenho muita medicação especialmente da parte psíquica, porque se não tiver medicação dou em doida facilmente. Porque me sinto sempre sozinha. E na minha zona, quando vejo tudo fechado, tive medo de ficar ali sozinha. Não vi ninguém na rua e aquilo para mim parecia uma terra de fantasmas. Então resolvi vir para o pé dela (filha), a vila é muito bonita, mas eu não acho, porque eu não acho porque eu não vou ao centro porque não posso ir.

OLGA, 80 anos, viúva, 5º ano

As pessoas criaram.... O sistema de pânico que foi gerado, as pessoas saem quase a espreitar, espreitam à esquina para verem o vírus a vir aí, e tal.

PETER, 78 anos, viúvo, licenciado

Em resumo, do nosso ponto de vista, tal como defendem Chau et al. (2012), a participação social está diretamente relacionada com a satisfação com a vida e a felicidade. Os contactos que os seniores mantinham, as suas rotinas, as suas relações com os laços familiares, as suas atividades culturais e sociais, preenchiam de forma satisfatória a sua vida, mantendo-os felizes. Todavia, de um dia para o outro, tudo muda e tornou-se urgente a adaptação a novos hábitos, essencialmente, face à privação de liberdade, sentimentos e relações de proximidade. E, neste sentido, o envelhecimento ativo assenta em duas premissas, que são a prevenção do isolamento social e da solidão dos seniores (Chau et al., 2012).

9.2.5. Comportamentos de uso nas redes sociais *online* pelos seniores em confinamento

Como já foi defendido em capítulos anteriores, as redes sociais *online* podem aumentar a qualidade de vida dos seniores, fundamentalmente, no sentido de superarem o sentimento de solidão (Marcelino et al., 2016) e, nomeadamente, segundo Páscoa e Gil (2012), o *Facebook*, pelas suas características de lazer, entretenimento, e pelo facto de manter o contacto entre avós e netos e com pessoas afastadas há alguns anos, contribui para promoção da socialização, diminuindo o isolamento social.

Os resultados apurados revelam que, durante o confinamento, rapidamente os seniores se aperceberam da relevância que as tecnologias tinham na sua vida, acabando por as usar a seu favor diminuindo o seu isolamento social e os seus sentimentos de solidão. E, isso ficou demonstrado, quando houve, por parte destes, uma tomada de consciência sobre a diminuição da solidão com o uso das redes sociais *online*, em que 84,21% dos entrevistados afirmaram que “sim”, estas contribuíam para diminuir os seus momentos de solidão, agora mais sentidos. Até, como cita FELÍCIO, nesta situação, viver sem redes sociais *online* era impensável do ponto de vista da saúde psicológica e social:

Acompanho mais agora com esta situação, antes nem tanto, era mais de responder a mensagem, ver *posts*, comentar. As redes sociais nesta situação vieram ajudar e de que maneira. Ui acho que passar este isolamento sem as redes sociais os problemas psicológicos e sociais aumentariam.

FELICIO, 76 anos, casado, curso industrial

Estar só, é um sentimento expresso por alguns, mas não para a maioria dos entrevistados. O sentirem-se sozinhos foi expresso por 31,58% dos seniores, contrapondo com os 47,37% que não manifestaram este sentimento. A questão será: sentem-se acompanhados através das redes sociais *online*? Alguns revelaram que aumentaram as chamadas vídeo, houve mais trocas de mensagens e, assim, sentiam que estavam mais presentes na vida dos filhos e netos que, entretanto, os deixaram de visitar. A troca de mensagens com familiares e amigos eram essenciais para saberem uns dos outros e

acompanharem como estavam a ultrapassar esta situação. As redes sociais *online* transmitiam-lhes conforto e segurança como explica MÁRIO.

É um elo e há uma entreajuda muito grande entre nós. Agora por exemplo com esta contenção que estamos a viver, se não fossem as redes sociais nós não tínhamos contactos. Desde que isto aconteceu, nós temos o contacto assíduo através das redes sociais, trocamos *e-mails*, e partilhamos coisas entre nós. E isso é muito agradável, é muito frutuoso e dá-nos muito prazer.

MÁRIO, 87 anos, viúvo, 7º ano

O período do confinamento conduziu a uma maior literacia digital. Ao nível da socialização, com os familiares e amigos, os seniores dedicaram-se a novas experiências de confraternização, muitas vezes impulsionadas pelos próprios familiares e amigos, eram desafiados a participar, como foi o exemplo dos aniversários festejados *online*. Estas mudanças tiveram impacto no desenvolvimento de novas competências digitais, impulsionando o uso de novas ferramentas como o *Zoom*.

Uma sobrinha minha que fez anos e estávamos todos a falar.

NICO, 82 anos, divorciado, licenciado

Ainda, no que diz respeito ao aumento da literacia digital no período do confinamento, também, muitas das atividades diárias de socialização que os seniores desenvolviam, como as aulas nas universidades seniores e os almoços e as tertúlias que faziam parte das suas rotinas, converteram-se ao *online*. Durante o confinamento, a maioria das UTI's desenvolveram aulas *online*, e como descrevem Jacob e Coelho (2020, p. 126), “(...) com preferência pelas plataformas *Zoom* e *Facebook*. A adesão dos alunos e professores foi variável, mas globalmente positiva, e a dificuldade em lidar com as tecnologias foi o principal problema encontrado.”.

Segundo os nossos entrevistados, tudo isto foi apreciado, confirmado que o *online* ajudava a compensar a falta de proximidade e a falta do contacto presencial. Sendo, como comprovámos nos seus discursos, mesmo mencionando a falta de habilidades ou de conhecimentos, nada foi impeditivo de tentarem, fazerem um esforço pessoal em se adaptarem às novas aplicações tecnológicas, trazendo-lhes novas experiências e até promovendo algum sentimento de autoestima por o conseguirem, muitas vezes, sozinhos e sem qualquer ajuda.

Por acaso na sexta-feira da semana passada estivemos em videochamada a ver-nos umas às outras e uns aos outros, e foi uma risota porque foi a primeira vez.

Como nós não estamos muito habituadas a estas novas tecnologias, falamos ao mesmo tempo, depois não ouvimos aquilo que os outros dizem e depois temos ataques de riso. Portanto isso não é daquelas coisas que mais me fascina.

JÚLIA, 75 anos, viúva, 7º ano

Hoje também temos as tertúlias no *Facebook*, mas eu acho que as de antigamente eram mais interessantes, havia tertúlias e eram presenciais.

ISAC, 77 anos, divorciado, licenciado

Por exemplo eu utilizo muito o *Facebook*, por exemplo agora uma das tertúlias é de poesia é o A. G., um ator muito conhecido e todas as terças-feiras de todos os meses tínhamos na B., numa casa de fados e reuníamos lá, e ele nessa terça-feira citava versos... como agora não podemos ele foi para o *Facebook*, e aí entramos através do *Facebook* no programa dele.

NICO, 82 anos, divorciado, licenciado

Como se percebe ao longo das suas elocuções, os seniores estão dispostos e aprendem a usar as redes sociais *online* de forma adequada e partilhando *links*, fotos, etc. (Teng & Joo, 2017). No nosso estudo, as principais partilhas no *Facebook* são *posts* (36,84%), fotos (36,84%), notícias (26,32%), os trabalhos que realizam (21,05%), e com menor intensidade utilizam os *chats* (5,26%) e divulgam vídeos (5,26%). No entanto, nesta altura, com maior disponibilidade e como forma de ocupar o tempo livre e de expressar sentimentos e emoções, alguns seniores dedicaram-se a outras tarefas no *Facebook*: escrever artigos, criar espaços de comentário e reflexão como forma de autoexpressão e de valorização, como exemplifica ISAC, o que em contrapartida contribuiu, também, para o aumento da sua autoestima.

No dia a dia temos um contacto Profissional, um contacto social que nos obrigam a um determinado vestuário. E no *Facebook* nós estamos ali e ninguém sabe como é que estamos vestidos. Eu tive no outro dia.... eu faço agora.... resolvi fazer quase há um mês no *Facebook* um diário, aproveitar o confinamento e fazer um diário e eu usei uma inspiração de um poema de um poeta português Neo Realista, o Egito Gonçalves se chama Notícias do Bloqueio e resolvi começar a fazer um diário e todos os dias faço. Já tenho leitores e leitoras fiéis que ficam à espera que eu publique. É um diário meio literário, meio sobre a minha vida e memória, familiares, coisas do quotidiano.

ISAC, 77 anos, divorciado, licenciado

Partindo da interpretação que Livingstone (2002) faz do uso dos *media*, refletimos e atrevemos fazer uma extração para as redes sociais *online*, em que os contextos sociais de uso estão diretamente sincronizados com os contextos quotidianos em que se vivem relações sociais e se constroem identidades sociais. Como refere Amaral (2016), o ciberespaço permite a extensão da identidade. Outra consideração que se faz é o facto de a literacia digital ser importante, porém como aqui se denota sem o acesso à tecnologia não haveria forma de os seniores poderem fazer parte deste mundo *online*. Acreditamos que devido ao avanço tecnológico, essencialmente, com o acesso aos *smartphones*, os seniores familiarizam-se com as novas ferramentas de comunicação, mostrando vontade e capacidade de aprendizagem, através da percepção sobre a sua utilidade e, consequentemente, levando isso a uma maior socialização.

9.2.6. A percepção por parte dos seniores sobre as vantagens e benefícios das redes sociais *online*

Para que os seniores invistam e ganhem o domínio das TIC é fundamental a sua consciência sobre os benefícios que estas têm para a gestão da sua vida diária (Helsper 2009; Lehtinen et al., 2009; Neves, 2013). Perante os dados apurados sobre a percepção do impacto do *Facebook* nas suas vidas, 68,42% considerou extremamente positivo, argumentando que mudou mesmo as suas vidas. Para 36,84%, o principal benefício foi que lhes permitiu aumentar os seus relacionamentos *offline*: ao nível das novas conexões, 47,37% reconhecem que conheceram novas pessoas com os mesmos interesses e 42,11% reencontraram familiares e amigos de longa data. Como aqui se observa, as redes sociais *online* são agentes facilitadores na ligação dos seniores à sociedade, quer pela comunicação com os familiares e amigos, como no acesso à informação e na sua ligação ao mundo de que fazem parte (Jantsch et al., 2012).

É certo que, também, na fase de confinamento, as redes sociais *online* auxiliaram estes seniores na procura de explicações e de informação, investigando e partilhando factos. E, como sugere ELTON, se houvesse mais pessoas envolvidas, a solidão era menor e a informação maior. Até, houve quem analisasse, como fez ISAC, situações pandémicas semelhantes no passado como a Gripe Espanhola, e publicou as suas reflexões e opiniões, suscitando comentários e argumentos pró e contra. Desta forma, os seniores entendiam que o presente poderia ser explicável, deixando-os mais descontraídos e vivendo os momentos com menor ansiedade face às notícias constantes e diárias dos *media* sobre o número de infetados e mortos.

Acredito que se tivéssemos muito mais seniores nas redes sociais estavam mais informados, entretidos, com menos solidão, especialmente em tempos como este. (...) Tanto quanto me parece o Governo está com dois tipos de preocupação que é a contenção do animal (Vírus) e já a lançar as bases para travar as coisas mais graves depois disto passar. Eles não deixaram, e que é muito importante quando se fala em Sociedades, que se chegasse à situação do pânico.... Temos respeito, medo, susto, mas o pânico efetivo não.

ELTON, 68 anos, solteiro, licenciado

No outro dia li um artigo muito interessante sobre... o que as grandes epidemias ao longo dos tempos provocaram em termos de mudanças de regimes, de impérios, de sistemas sociais. O Império Romano, o império romano acabou com uma epidemia tomar Constantinopla, o feudalismo acabou com a peste negra, a morte dos camponeses foi tal que que eles começaram a ser raros e a reivindicar, etc., etc., etc... Por acaso foi das coisas mais interessantes que eu li, a epidemia espanhola levou a mudanças enormes.

ISAC, 77 anos, divorciado, licenciado

Em modo de contributo de inclusão social, as redes sociais *online*, e, neste caso em concreto, o *Facebook* ofereceu a estes seniores portugueses uma maior inclusão e participação na vida social com

as suas interações *online*, pelo que promovem o bem-estar e aumentam o capital social (Ferlander, 2003; Kraut et al., 2002; Wellman & Frank, 2000).

9.2.7. Ligações sociais e motivações de usos na utilização do Facebook

A ligação social é uma das grandes motivações para a participação na maioria das atividades do *Facebook* e que o recurso à troca de mensagens e a conversa com os outros leva a um maior uso da rede (Jung & Sundar, 2016). Mas, e o que partilham e conversam? Certo que 52,63% dos seniores entrevistados afirmam não partilhar factos pessoais na sua rede, mas o *Facebook* é utilizado como forma de se exprimirem, essencialmente, sentimentos (42,11%), ou comentarem preocupações e emoções (15,79%), em particular, durante este período restringidos à sua casa.

Os entrevistados conferiram que com mais tempo disponível os levou a um maior envolvimento e utilização das redes sociais *online*, como expressa OTÁVIO. A frequência de utilização diária do *Facebook* é assumida por 52,63%, sendo que 15,79% referem que o fazem diversas vezes ao dia e 10,53%, semanalmente.

Utilizo o *Facebook* para passar um pouquinho o tempo, não sei se é o termo correto. Eu utilizo todos os dias, praticamente todos os dias, e agora com o confinamento mais, há mais disponibilidade em casa.

OTÁVIO, 65 anos, divorciado, 7º ano

A classificação de comportamento solitário é focada pelos indivíduos, como cita HÉLDER. Como comenta IVONE, justificando, que isso se deve à falta de alternativas para ocuparem o seu dia e ao facto de estarem sós, explicando, assim, uma maior frequência de interação e na sua pré-disposição em permanecerem mais tempo nas redes sociais *online*, em concreto, no *Facebook*, como o fazem FELICIO e NICOLE.

Eu antes tinha pouco tempo, às vezes só agarrava mesmo no telemóvel ou no *iPad* e às vezes só mais à noite, quando as coisas estavam mais calminhas, mas agora, nesta fase, a pessoa acaba por consultar com mais frequência.

IVONE, 79 anos, solteira, licenciada

Agora vou ao *Facebook* todos os dias, agora dou volta a tudo, passo aqui horas e horas por dia. E depois não é só *Facebook* é tudo. Tenho quase como tarefa diária, tenho aqui os favoritos.

FELICIO, 76 anos, casado, curso industrial

Eu se nesta fase não tivesse *Facebook* já tinha feito mais meia dúzia de máscaras. Porque vou aqui ver e fico, e depois fico molenga, penso faço logo, ou amanhã...

NICOLE, 67 anos, divorciada, 1º ciclo

Agora estou confinado e também tenho mais tempo para ver essas coisas. E gosto de relembrar os nomes deles. Pode-se se calhar chamar comportamento solitário, como não posso ir à rua.

HÉLDER, 74 anos, viúvo, 9º ano

Ainda, ao nível do *Facebook* e das interações, os seniores desta investigação definiram de três os seus principais focos de interesse: fortalecer laços com os amigos (78,95%); conhecer melhor os amigos, pelo que eles publicam na rede (47,37%); e sentirem-se incluídos na vida dos familiares e amigos (36,84%). Estes resultados consideram, indo ao encontro da opinião de Farkas (2010), que as redes sociais *online* são uma forma de reduzir o isolamento social, a solidão e incluir a participação dos seniores na vida familiar.

As funcionalidades que o *Facebook* lhes oferece é para todos uma ferramenta fundamental na gestão de laços sociais (100%), é reconhecido como um incremento de socialização (89,47%), como uma forma de poderem aceder à informação (73,68%), e que utilizam, ainda, para desenvolver a sua expressão identitária (63,16%), exercer a sua intervenção social (36,84%) e, por último, é um complemento de entretenimento e lazer (26,32%).

Para além dos seniores considerarem as redes sociais *online* como um bom meio de comunicação, afirmam, ainda, que estas ajudam a saber o que ocorre na vida dos seus familiares e a manter as suas conexões (Nef et al., 2013), tal como confirma FELICIO. Porém, como muitos referem, as redes sociais *online* não substituem o contacto pessoal que a maioria dos seniores prezam, mas, neste campo, em situação atípica, acabam por se resignar de que na situação de confinamento lhes foi precioso conseguirem acompanhar as suas ligações. Saber como estão, como vivem e enfrentam esta pandemia, foi possível através das redes sociais *online*.

Agora a situação que estamos a viver é diferente o contacto pessoal é difícil. (...) Claro que nesta situação passo em revista todos os meus contactos, para ver o que publicam e como estão. (...) É tudo jovens da minha idade, claro. Se estão melhor, se estão pior, como têm estado a enfrentar agora esta situação.

FELICIO, 76 anos, casado, curso industrial

As revelações sobre as mudanças que as redes sociais *online* lhes proporcionaram, nomeadamente, o *Facebook*, nestes tempos, evocam o permitir comunicar (31,58%), conhecer novas pessoas (26,32%) e passar o tempo (21,05%). Porém, igualmente, sentem-se mais informados sobre a actualidade (31,58%), sobre os seus *hobbies* e interesses e sobre a vida dos seus familiares e amigos (26,32%), ou seja, os seniores apropriam-se destas redes, não só, porque são um mecanismo de diálogo, mas igualmente, por serem uma ferramenta de inclusão social (Dellarmelin et al., 2017).

Contudo, ao longo dos discursos, apreende-se que as experiências tecnológicas aumentaram. O confinamento promoveu o incentivo do seu uso e encorajou os seniores a aventurarem-se em novas

experiências com as TIC, e, essencialmente, com as redes sociais *online*, aprofundando os seus conhecimentos, e muitos, afastados da ajuda dos filhos e netos de que estavam habituados, como é o exemplo de PETRA, acabaram por vencer a barreira da insegurança e solucionar o que era um desafio.

Eu quando começaram as tele aulas tive receio, pensei ai agora não vem nenhum deles cá a casa... como será que vou conseguir.... E antes da primeira aula, lá liguei o computador, fui aos *e-mails*, já lá estava com um *link*, fui fazendo como lá dizia e entrei na aula ... e foi fácil.

Apesar de eu não gostar muito das tecnologias de facto elas têm-me facilitado muito a vida.
Eu agora, neste confinamento, as tecnologias ajudaram-me na universidade, porque tudo o resto eu faço pelo telefone.

PETRA, 85 anos, casada, licenciatura incompleta

Se, por um lado, há autores que verificam nos seus estudos que o principal motivo para os seniores criarem um perfil numa rede social *online* é o poderem conversar e manter o contacto com familiares e amigos, mesmo com os que estão longe (Burke et al., 2011; Coelho, 2019; Dellarmelin et al., 2017; Farkas, 2010; Jung & Sundar, 2016; Jung et al, 2017; Loureiro & Barbas, 2014; Nef et al., 2013; Páscoa & Gil, 2012), por outro, nesta investigação, em fase de confinamento, tendo em consideração o uso do *Facebook*, os motivos principais são três, que hierarquizámos em níveis. Num primeiro nível, encontra-se o “Entretenimento”, com 78,95% dos indivíduos interessados em ver o que os outros publicam e usam isso, como afirmam, como forma de se entreterem, dos quais 42,11%, para passar o tempo e 15,79% para se descontraírem. Num segundo nível, então sim, encontra-se o “Relacionamento”, e este evidencia-se no manter o contacto com familiares e amigos que estão longe (52,63%), ou porque os amigos estão nestas redes (47,37%) ou por voltarem a encontrar pessoas que já não viam há muitos anos voltando a reencontrarem-se (26,32%). E, num terceiro nível, posiciona-se o “Comunicar”, com novas pessoas (26,32%), para partilharem pensamentos e comentários (26,32%) e, mesmo alguns, por motivos profissionais (5,25%) partilhando aquilo que, hoje, consideram ser uma sua atividade profissional.

Em resumo, expressamos na Figura 9.3, de forma a ilustrar estes resultados, a proposta de modelo motivacional dos seniores sobre o uso do *Facebook* que se assemelha, também, aos dados apurados no estudo geral qualitativo das entrevistas em período de pré confinamento (Quadro 7.21). No entanto, teremos de ter em consideração as limitações do estudo, quer em termos da não representatividade da amostra, como da particularidade de apenas se estar a estudar as motivações junto de seniores utilizadores do *Facebook*.

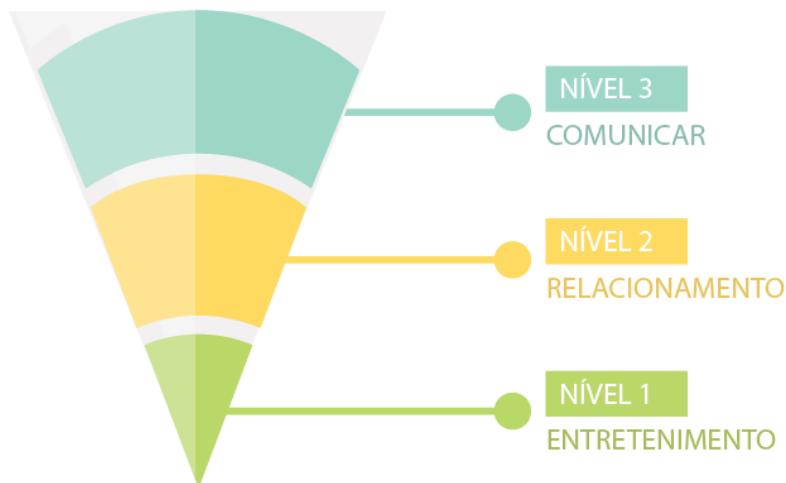


Figura 9.3 - Modelo motivacional dos seniores no uso do *Facebook* (n=19) elaborado pelo autor com base nos resultados apurados nas entrevistas em fase de confinamento (n=19)

Em modo de observação global desta análise, durante o período de confinamento, estes seniores obtiveram, por parte das redes sociais *online*, e, especialmente, do *Facebook*, formas de ocupar o seu tempo livre, minimizando o sentimento de solidão, e de apoio social, quer ao nível da manutenção dos seus relacionamentos com os familiares e amigos, como através de formas de autoexpressão diminuindo a sensação de isolamento e solidão. E, ainda, o puderem comunicar e partilhar a informação disponível sobre a situação pandémica e sobre as suas atividades e interesses.

9.3. Um confinamento revestido de maior integração social e digital dos seniores portugueses

Este estudo, mesmo sem uma amostra representativa, comprovou no trabalho de campo, através da interação entre o investigador e o entrevistado, a obtenção de dados que valorizaram os resultados de pesquisas anteriores.

Durante este período, foi desenvolvido, também, um estudo no Brasil que investigou as percepções dos seniores sobre os sentimentos resultantes do isolamento, como a mudança de hábitos impacta na redução de contactos pessoais e que influências tem no aumento de uso das tecnologias, verificando-se que esta investigação vai de encontro aos nossos resultados:

(...) necessidade de comunicação, a preocupação com amigos e familiares, promoveu novas atitudes em busca de informações, contatos, notícias e principalmente meios para solucionar atividades de vida diária como compra de alimentos, remédios entre outros. Os recursos tecnológicos pelo uso da *Internet* foram uma das alternativas encontradas para enfrentar essa

fase em que muitos se encontravam distantes de tudo e necessitavam resolver situações da vida diária, entre elas, as de relacionamentos e convivência social. Para idosos que tivessem algum tipo de conhecimento sobre computadores, *tablets* e *smartphone*, foi possível encontrar diversas oportunidades, seja para vídeo chamada ou pesquisas *online* para busca de filmes ou até mesmo para compras virtuais. (Velho & Herédia, 2020, p. 3)

Centrados no impacto das redes sociais *online* no bem-estar social dos seniores portugueses, nesta nossa investigação, o objetivo era ter acesso às experiências dos seniores com o *Facebook* durante o período de confinamento em Portugal. E isso conduziu-nos à compreensão, de forma mais aprofundada, de campos de análise como: porque usavam a rede; o que faziam ou publicavam nela; quais os tipos de conexões que possuíam; e o que mais os motivava a serem elementos integrantes deste tipo de redes, no âmbito do lazer, da comunicação, das relações ou da informação.

Os momentos de narrativa pessoal no qual as histórias de vida complementavam as suas opções e ações, transportaram-nos para questões ligadas às dificuldades de aprendizagem e à ajuda que obtiveram na sua inclusão digital, tal como, quem os ajuda nos problemas que surgem de usabilidade com as redes sociais *online* ou com tecnologias como o computador ou o telemóvel, os meios mais utilizados.

As conclusões anunciam que, apesar das referências manifestadas ao nível da segurança e da privacidade, existe uma enorme vontade e capacidade por parte destes seniores, quer na aprendizagem, como na adaptação às novas tecnologias digitais. Analisando os seus comportamentos comprehende-se a emergência de narrativas que, atualmente, fazem parte dos seniores utilizadores das redes sociais *online*.

Em modo de reflexão, ao longo deste trabalho, ponderou-se sempre se a evolução tecnológica estaria associada à usabilidade das redes sociais *online*, e, embora não tendo dados evidentes para o desenvolvimento desta análise, abriram-se, assim, pistas para novas investigações no futuro. Contudo, ficou a certeza de que os benefícios por si percecionados sobre o uso das redes sociais *online* poderia motivar a adoção de tecnologias como o *tablet*, mas essencialmente dos *smartphones*, indo de encontro aos estudos que auferem que o não uso das tecnologias minimiza o uso das redes sociais *online* (Helsper, 2009; Lehtinen et al., 2009; Neves, 2013).

Para a maioria dos entrevistados, a inclusão digital, nomeadamente, o seu comportamento no uso das redes sociais *online*, foi interpretada como um apoio crucial, entendido como um grande benefício e uma experiência muito positiva, reconhecendo que em período de pandemia, e, pelas situações que viviam, foi-se desencadeando um rol de emoções, na maioria associadas a sentimentos de solidão, saudade, alegria e tristeza.

A vontade de contar, partilhar experiências e memórias foi extremamente importante e um enriquecimento na contextualização dos resultados da investigação. Todos pretendiam demonstrar que, apesar da idade, do estado civil, do género ou da escolaridade, eram pessoas ativas e com uma grande vontade de viver e aprender. Entendemos, assim, que esta valorização da sua autoestima confere com as capacidades expressas pelo uso das redes sociais *online*, nomeadamente do uso do *Facebook*, atendendo às suas necessidades de entretenimento, relacionamento e comunicação.

Em modo de conclusão deste capítulo, atendendo ao âmbito da investigação e das suas limitações, não podendo ser efetuada uma extração dos dados ao universo dos seniores em Portugal, queremos aferir que um comportamento solitário leva a um maior uso das redes sociais *online* e que estas contribuem para uma maior inclusão social, à qual se contemplam aspectos afetivos dos entrevistados que determinam significados pessoais sobre as suas atitudes e comportamentos face a esta utilização, e estas inferências acabam por ser determinantes para o seu bem-estar social.

Conclusão

A presente tese espelha o comportamento dos seniores inseridos, atualmente, numa sociedade em rede e os contributos das redes sociais *online* nas diferentes dimensões do seu capital social - relacional, cognitivo, estrutural, *bonding* e *bridging* -, defendidos pelas principais correntes (Bourdieu, 1979, 1980, 1986; Coleman, 1988; Lin, 1999, 2001, 2005; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Putman, 1993, 2000, 2002).

Partindo de problematizações prévias, pretendeu-se, desta forma, contribuir para o conhecimento científico sobre o tema e atualizar de dados apresentados de forma sistemática, empiricamente sustentados, sobre o estudo da relação dos seniores com as redes sociais *online*, incorporando e discutindo as funcionalidades e as motivações de uso que se refletem no bem-estar social, na diminuição da solidão, no aumento da autoestima, no fundo, contribuindo para o aumento do capital social.

O ponto de partida da nossa análise centrou-se num modelo conceptual de investigação que se reproduziu em 13 hipóteses de investigação, articuladas com as dimensões de capital social, anteriormente descritas, e que foram validadas ao longo desta tese com os resultados do estudo empírico.

Os dados relativos ao capital social relacional permitiram a validação das Hipóteses:

H2: As redes sociais online fomentam a manutenção das relações pré-estabelecidas offline; e

H3: A intergeracionalidade é um fator motivacional para a dinamização das redes sociais online.

Pelo que neste estudo se defende, e indo de encontro de Claridge (2018), que os seniores portugueses que usam as redes sociais *online* o fazem para manter e gerir as suas relações *offline*, para procurar e fazer amigos, e preservarem os laços com as pessoas que lhe são próximas como a família, essencialmente, com os filhos e os netos.

Os sentimentos de confiança e segurança que depositam na sua rede de contactos, ligados ao capital social cognitivo, são explicados na validação das hipóteses:

H4: Quanto maior é a dimensão/densidade da rede social nas redes sociais online maior é a percepção de confiança e reciprocidade; e

H5: A utilização das redes sociais online faz diminuir o sentimento de solidão nos seniores.

Por outro lado, ao nível do capital social estrutural, assegurou-se a relação entre a dimensão dos contactos nas redes e as funcionalidades exercidas na gestão dos laços fortes e fracos, o que permitiu validar as hipóteses:

H6: Os laços fracos que fazem parte das redes sociais online dos seniores incitam ao prolongamento da sua vida offline; e

H7: O desejo de participar e ser ativo nas redes sociais online contribui para manter e reforçar os laços fracos na sua rede.

Neste sentido, sublinhamos que as redes sociais *online* constituem uma relevância para os seniores portugueses na manutenção das suas conexões *online*, e também, como uma forma de promover o desenvolvimento de uma vida ativa *offline*.

O capital social *bonding*, associado aos laços fortes, redes de familiares e amigos, promovendo a confiança e a reciprocidade, e o *bridging*, referente aos laços que se estabelecem com outros na sociedade em geral e fundamentais para “*seguir em frente*” (Putman, 2000), foram enfatizados pela validação das hipóteses:

H8: O uso das redes sociais online influencia positivamente o capital social bonding; e

H9: O uso das redes sociais online influencia positivamente o capital social bridging.

Sendo que a ideia central da pesquisa se foca na *H1: As redes sociais online potenciam positivamente o capital social*, encontramos a sua validação aquando da validação das hipóteses anteriores, para além do capital social *bonding* e *bridging* asseguramos que as redes sociais *online* têm importância nas restantes dimensões de capital social (Estrutural, Cognitivo e Relacional) propostas por Nahapiet e Ghoshal (1998).

Ressalvamos, ainda, que se se considerar a inter-relação das dimensões de capital social e as características e funcionalidades das redes, acabamos por reforçar a nossa defesa de que as redes sociais *online* potenciam positivamente o capital social dos seniores em Portugal respondendo, também, às nossas questões de investigação:

As redes sociais online têm um papel ativo no capital social dos seniores?

Como contribuem para um envelhecimento ativo dos seniores em Portugal?

Porém, não podíamos descurar, no nosso estudo, a influência dos fatores sociodemográficos - género, idade e educação -, no uso das redes sociais *online* (Jiménez et al., 2013; Vosner et al., 2016). Apesar dos baixos índices de correlação encontrados, na nossa investigação, e que se devem, possivelmente, à não representatividade da amostra, validaram-se as Hipóteses:

H10: Existem diferenças de género nas principais atividades utilizadas nas redes sociais online;

H11: Quanto menor a idade maior a usabilidade das redes sociais online;

H12: Maior índice de escolaridade maior consumo e atividade nas redes sociais online; e

H13: O Estado civil influência a usabilidade das redes sociais online.

Conquanto, o capital social tenha sido a preocupação transversal da tese, atentamos que, contextualizando com os estudos e os conceitos desenvolvidos – literacia digital, inclusão digital, inclusão social, participação e domesticação - na revisão da literatura, e, com base no estudo empírico, conclui-se que a qualidade de vida dos seniores portugueses pode beneficiar com o uso das redes sociais *online*, ao nível do entretenimento, dos relacionamentos, no acesso à informação e na

comunicação. Pelo que reafirmamos a importância da sua inclusão na sociedade liderada pelo progresso tecnológico, tal como o defendem outros autores (Cardoso, 2014; Castells, 2011, 2014; Coelho, 2019; Páscoa & Gil, 2012).

De forma a sistematizar as principais conclusões apresentamos, em três partes, os contributos da investigação. A primeira centrada na contextualização dos seniores no uso das redes sociais *online*, a segunda com foco no uso da principal rede mais usada, o *Facebook* e, a terceira incidindo nas motivações de participação dos seniores nas redes em situação de maior isolamento social.

Os seniores no contexto das redes sociais online

No contexto da infoexclusão, o nosso estudo empírico abrangeu apenas os seniores utilizadores de *Internet* e sem perfil criado nas redes sociais *online*. Dos dados apurados, um terço dos indivíduos já tinham utilizado as redes sociais *online*, mas deixaram de usar, sendo que o motivo mais evocado foi não verem utilidade. Do ponto de vista dos que nunca utilizaram, fundamentam, essencialmente, por não saberem o suficiente para usar e por questões de segurança e privacidade, fatores também evidenciados por Helsper (2009). Quanto às suas expectativas de poderem, no futuro, vir a utilizar as redes sociais *online*, a maioria não expressa opinião, contudo uma pequena percentagem assume que sim (2,9%) ou talvez (10,8%) e, alguns, continuam a manifestar que não têm interesse (8,8%). Apesar de ser evocada a falta de literacia digital, consideramos, tendo por base os resultados do nosso estudo com os utilizadores de redes sociais *online*, que atendendo aos benefícios percecionados sobre o uso, pelos seniores, e, como conclui Braun (2013) no seu estudo, há intensão de as usar, assim como, os conhecimentos ao nível da facilidade de uso aumentam o grau de confiança e podem suscitar a intensão de virem a usufruir.

Sobre a rede social *online* mais utilizada pelos seniores em Portugal, os resultados assumem que é o *Facebook*, indo de encontro a outros estudos (Ciboh, 2017; Coelho, 2019; Ellison et al., 2007, 2009; ERC, 2015; Jung & Sundar, 2016; OberCom, 2013; Páscoa & Gil, 2012; Rebelo, 2013; Vosner et al., 2016; Vroman et al., 2015; Wasserman et al., 2012). No entanto, surgem outras redes também utilizadas pelos seniores. O *WhatsApp* aparece como a segunda rede mais utilizada e com bastante expressão, seguindo-se o *YouTube*, em terceiro lugar. Os dados permitem, ainda, afirmar que os mais velhos utilizam, com pouca significância, outras redes como o *Twitter*, o *Instagram* e o *Linkedin*. Em termos de diferenças de género, os indicadores demonstram que as mulheres são mais ativas em redes como o *WhatsApp*, *Messenger*, *FaceTime* e *Pinterest*, enquanto, o género masculino tem maior interesse em redes como o *Skype*, *YouTube*, *Instagram*, *Twitter* e *Linkedin*. No aprofundar da investigação com o estudo qualitativo apurou-se que: o *WhatsApp* encontra-se no telemóvel e é a rede preferida pelos seniores porque poderem criar grupos privados da família e permite comunicar só com quem se quer;

o *Messenger* é usado em conversas privadas; o *Instagram* possibilita acompanhar os filhos e os netos que não utilizam o *Facebook*; o *YouTube* é a rede selecionada para ouvir música e seguir os espetáculos e os artistas que apreciam; o *Skype* e o *FaceTime* são utilizados, ainda que com menor frequência, para falar com os filhos, netos e amigos que vivem no estrangeiro; e as outras redes, como o *Twitter* e o *Linkedin* não são utilizadas, mas alguns seniores têm perfil criado.

Isto faz-nos compreender, tendo como comparação a análise exploratória (ERC, 2015; OberCom, 2013), que a inclusão dos seniores nas redes sociais *online* tem vindo a crescer de forma lenta, pelo que confere com o facto de que os hábitos mudam (Haddon, 2011), e nós reforçamos que é importante que mudem em prol da maior inclusão social dos seniores.

A tese enfatiza que, para alguns seniores, as redes sociais *online* já são parte integrante da sua vida e rotinas, apesar de cada pessoa as adaptar conforme os seus valores e práticas (Silverstone & Haddon, 1996) e há, mesmo para os mais críticos, um reconhecimento dos benefícios relativos a uma maior interação social e ao fortalecimento das suas conexões (Coelho, 2019; Ellison et al., 2007; Gibson et al., 2010; Jung et al., 2017; Lin et al., 2016; Páscoa, 2017; Quan-Haase et al., 2017; Quan-Haase et al., 2018; Gil & Páscoa, 2018; Rebelo, 2013; Teng & Joo, 2017; Vilte et al., 2013). Igualmente, os seniores consideram que as redes sociais *online* são um contributo positivo, pelas suas diferentes funcionalidades, desde a informação, evidenciada na análise qualitativa do nosso estudo, até às propostas por Cardoso (2011): a gestão de laços sociais; o incremento de socialização; a expressão identitária; o entretenimento e lazer; e a intervenção social.

A Informação encontra-se reconhecida, igualmente, pelas pessoas com mais de 65 anos, como uma das funcionalidades mais relevantes nas redes sociais *online*, considerando que lhes proporcionam manter o conhecimento e conhecer a verdade dos factos, através da troca de informações e de pontos de vista com outras pessoas sobre a atualidade ou assuntos do seu interesse. Com a percepção de conseguirem obter mais sabedoria, sentem-se mais informados. Porém, também, alguns encontram-se despertos para os perigos das informações falsas, alertando para os riscos das *Fake News* na sociedade.

No aprofundamento do estudo na rede *Facebook*, os resultados revelam que, se por um lado, o recurso a esta rede é feito para a obtenção de informação sobre os produtos e o que as pessoas dizem sobre eles, por outro, simultaneamente, usam-na para se informarem sobre as suas conexões. Outros focos de interesse, nas informações que procuram, são as publicações e as experiências de outros que lhes permitem viajar, saber mais sobre eventos partilhados que ao não conseguirem estar presentes acompanham posteriormente, ter conhecimento de iniciativas e espaços culturais que podem visitar, e, ainda, acompanhar as notícias dos seus locais, do desporto ou de desportistas.

O *Facebook* permite-lhes estar atualizados sobre o mundo que os rodeia, sendo que as mulheres dão primazia à proximidade das notícias e aos seus interesses pessoais, refletindo-se pela prioridade

que dão à arte e cultura, à saúde e às notícias locais, enquanto os homens têm maior interesse pela informação em geral, do País ou internacional.

Associados ao contexto da socialização estão a gestão de laços sociais e o incremento de socialização, que se referem à utilização das redes sociais *online* pelos seniores como ferramentas para estabelecerem e manterem as suas relações, através de ações que vão desde enviar mensagens e utilizar chats ao acompanhamento de *posts*, publicação de comentários ou envio de felicitações nos aniversários. Mas também as utilizam para procurar amigos, encontrar familiares e companheiros do passado ou contactar com familiares distantes.

Nesta gestão de laços sociais, os dados qualitativos revelam que o *Facebook* permite: encurtar distâncias; substituir muitas vezes o telefone ou as mensagens (SMS); fazer *like* como uma demonstração de atenção e de dedicação da amizade e do apoio que prestam ou recebem; usar as mensagens privadas no contacto estabelecido com os laços fortes; aproximar das pessoas, pelo facto de permitir falar, ver, tomar conhecimento e partilhar, reduzindo o sentimento de ausência; diminuir a ansiedade, pelo acompanhamento, no momento, das atividades dos seus laços fortes; e valorizar a autoestima, quando as atividades/trabalhos que publicam são reconhecidos pelos comentários positivos que recebem.

Quando se analisam os dados referentes ao incremento de socialização, podemos afirmar que as redes sociais *online* transportam os seniores para uma nova realidade, propiciando o reencontro de amizades de longa data, como ex-colegas e conhecidos de outros tempos. As ligações que mantêm na sua rede passam por uma análise criteriosa, especialmente, com as pessoas que não conhecem, e, apesar de suscitadas pela necessidade que possuem em comunicar, só se tornam amizades caso existam interesses em comum e raramente se prolongam em amizades na sua vida *offline*.

O entretenimento e o lazer são vistos pelos seniores como uma forma de como gastar o tempo nas redes sociais *online*, nomeadamente, no *Facebook* a ver as publicações dos outros. Percorrer e ver o perfil de outros, distrai-os e descontai-os, sendo até, muitas vezes, o meio escolhido e preferido face aos meios tradicionais da televisão e rádio. O entretenimento e o lazer são vistos, igualmente, como uma forma de minimizar os momentos de solidão, através da revisitação do passado e das memórias, assim como, da ocupação da mente sem se aperceberem que estão sós, sentindo-se acompanhados.

A expressão identitária surge da necessidade dos seniores em partilhar os trabalhos que realizam nas suas atividades *offline* - a pintura, a escrita, a poesia e o desporto. Assim, o *Facebook* é aproveitado para fazer emergir o “eu”, dar a conhecer o que fazem e exprimir a sua opinião sobre o que pensam. Estas formas de manifestação acabam, com o intuito de receber *feedback* e a autoexpressão, por ser uma autorrealização num espaço que consideram público, onde se expõem e uma multidão comenta e partilha.

Na intervenção social são evidenciadas as partilhas de publicações e comentários no apoio a causas sociais, essencialmente, a área de intervenção reflete-se mais na denúncia de maus tratos a animais, em causas apoiadas por figuras públicas ou nas situações políticas do País que envolvem a publicação de Leis. Quando estas causas merecem o seu crédito apoiam através de *likes* ou com algum comentário. Sempre que se trata de apoios monetários ou de bens, são cautelosos e escolhem fazer esse apoio *offline*, com entidades que conhecem.

Com a triangulação dos dados, e enquadrando a nossa análise ao modelo motivacional proposto por Vroman et al. (2015), sobre o uso das redes sociais *online* por parte dos seniores, defendemos que são três os principais motivos evidenciados pelos seniores: o entretenimento, o relacionamento e a comunicação. Face a uma maior compreensão ao exposto, optámos por fazer a seguintes associação e descrição: o entretenimento, como forma de ocupação do tempo disponível no seu dia a dia, associa-se ao segundo nível do modelo, à utilidade de uso; o relacionamento, ligado à interação com outras pessoas reduzindo a solidão, criando sentimentos de proximidade e de manutenção das suas conexões, equiparamos ao primeiro nível, das relações pessoais; e a comunicação, como forma de fornecer e receber apoio social reduzindo a ansiedade, assemelha-se, no modelo, ao que os autores identificam como terceiro nível, relacionado com as comunidades virtuais. As hierarquias não são conformes, mas podem existir, em nosso entender, fatores que podem explicar, como a representatividade da amostra ou, até mesmo, valores culturais diferenciados.

Os resultados auferem que no relacionamento é valorizado o facto de as redes sociais *online* permitirem estar mais próximo dos que estão longe, encontrar e manter o contacto com pessoas que já não veem há muito tempo, fortalecer dos laços sociais que já existem *offline*, conhecer novas pessoas com os mesmos interesses, e acompanhar, promover encontros e estar mais próximo dos seus contactos *offline*.

Podemos, ainda, afirmar que os seniores dão grande relevância ao poder Comunicar através da partilha de pensamentos, comentários, vídeos e, em especial, fotos. E, quais são as principais atividades dos seniores na rede social *online* que mais usam (*Facebook*)? O estudo evidencia, como principais atividades no *Facebook*, o envio de mensagens, o comentar publicações (*posts*), o gostar ou fazer *like* nas publicações de outros, e o receber ou responder aos alertas de aniversários de amigos.

Sublinhamos que, nas funcionalidades mais utilizadas, encontrámos diferenças de género. Ambos gostam de comentar publicações (*posts*) e de apoiar ou aderir a causas, mas os homens têm mais interesse em criar ou aderir a grupos e em procurar e fazer amigos ou sugerir amigos, enquanto as mulheres revelam dar maior importância à criação de álbuns fotográficos e à divulgação de eventos. Por isso, estes resultados indicam que, na rede *Facebook*, os homens encontram maior interesse nas relações de sociabilidade e as mulheres valorizam mais o entretenimento.

Observámos que a vida dos seniores se está a alterar, verificando-se que, na atualidade, para os utilizadores de redes sociais *online*, o *Facebook* faz parte integrante do dia a dia. O *Facebook* entrou nas suas vidas de forma natural para quem já tinha experiência com a *Internet* e computadores na vida profissional, mas para os que nunca tinham tido acesso anteriormente, não constituiu um problema, de acordo com os seus interesses e necessidades, a integração foi realizada com o forte apoio da família (filhos e netos) ou de atividades informáticas, independentemente, da idade, género, escolaridade ou estado civil. E, entreter, relacionar e comunicar são reconhecidos como os seus grandes benefícios.

Em termos de contributo das redes sociais *online* para o bem-estar dos seniores, salientam-se, ainda, os sentimentos de solidão que são minimizados e o aumento da autoestima. As atividades desenvolvidas e, identificadas anteriormente, associadas à diminuição da solidão, tornam os indivíduos mais integrados socialmente (Alcobia, 2012).

A aplicação da Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) (Rosenberg, 1989) no estudo quantitativo, permitiu-nos observar, que os seniores utilizadores de redes sociais *online* possuíam níveis de autoestima médios. São apenas valores indicativos, contudo, como defendem outros autores sobre os estudos da *Internet*, o sentimento de inclusão faz aumentar a autoestima e diminuir a solidão (Cotten et al., 2012; Ferreira, 2013; Hampton & Wellman, 2003; Neves et al., 2017b; Neves et al., 2018; Shaw & Gant, 2002). Pelo que, os resultados apresentados, nos levam a defender que, com a integração dos seniores nas redes sociais *online*, estimulados pelo uso e pelas atividades desenvolvidas conforme as suas necessidades e interesses, promove sentimentos de inclusão social que aumentam a autoestima e diminuem a solidão. Como conferem Lin et al. (2016) as redes sociais *online* são um suporte informativo, promovem o apoio emocional e permitem a gestão da rede. Concluímos, assim, com a tese da tese: *as redes sociais online contribuem para uma maior inclusão social dos seniores, diminuem a solidão e aumentam a autoestima*.

O Facebook entre os seniores portugueses

Com esta investigação contribuímos, ainda, para o conhecimento aprofundado sobre a relação dos seniores com o *Facebook* que é, segundo a percepção da nossa amostra, uma ferramenta que faz parte integrante das suas vidas e utilizada para aproximar, comunicar e apoiar.

Queremos com isto afirmar que, de modo geral, o *Facebook* faz os seniores sentirem-se próximos dos seus entes queridos (familiares e amigos) e de quem pretendem estar (pessoas do seu passado que voltaram a reencontrar), permite-lhes comunicar com o mundo e no meio onde se relacionam, e sentem que podem apoiar ou são apoiados mesmo à distância, tal como referem, também, Jung et al. (2017).

Seguindo esta trilogia de palavras, aproximar é, como o próprio nome indica, estar próximo, acompanhar os passos da vida dos seus familiares e amigos, vendo as suas publicações diárias, sentindo-se parte das suas vidas e estando e vivendo todos os momentos, o que lhes transmite tranquilidade.

Igualmente, manter o contacto regular com quem está longe, estreita e aumenta os laços fortes e fracos. Isso é valorizado pelos seniores quando estabelecem o contacto com as suas conexões que estão distantes ou ao encontrarem pessoas que fizeram parte do seu passado, cujas circunstâncias da vida os fez separarem-se e perderem o contacto, e, claro, estando os amigos no *Facebook* é, por si só, também, um estímulo para os acompanhar.

Ao comunicar associa-se a facilidade de uso da rede por permitir conversar sempre que quiseram, há sempre alguém disponível e com quem podem falar. Se, por um lado, o *Facebook* lhes permite passar o tempo, por outro, têm a oportunidade de conhecer novas pessoas, poderem exprimir sentimentos e partilhar as suas preocupações e emoções.

Nas publicações que fazem, os seniores reservam-se no direito de preservar a sua vida pessoal, no entanto, o que mais partilham são fotos, desde memórias a emoções, como forma de expressão dos sentimentos e afetos por alguém ou por algum momento que foi vivido com prazer.

Comunicar é, também, chamar a atenção, não só dando a conhecer sentimentos de alegria ou tristeza, mas desabafar sobre uma situação ou o exteriorizar um pensamento, que leva, por vezes, a novas reflexões de outros e suscitando, assim, uma troca de conversas e conhecimentos.

Ao longo das comunicações com os outros no *Facebook*, os seniores entendem que estão mais informados sobre as suas atividades e interesses partilhados nos grupos de que fazem parte, e que têm um maior conhecimento sobre as suas conexões por estas mostrarem o verdadeiro “eu” nas suas publicações.

Na fundamentação do tópico apoiar, consideram-se duas perspetivas de análise: os relacionamentos com os seus familiares e o foco no sentimento de solidão.

A família e os amigos são o pilar mais importante da vida dos seniores, são o seu apoio e, igualmente, a sua preocupação em apoiar. Fundamentalmente, utilizam o *Facebook* para apoiar os que estão longe e, sempre que necessário, procuram estar presentes através de um *post* ou de uma mensagem. No fundo, os seniores transformam o relacionamento *online* numa forma essencial de bem-estar, ao apoiar e se sentirem apoiados, mantendo a sua base de afetos.

A sua opinião é unânime quando expressam que o *Facebook* contribui para a diminuição da solidão. Apesar de ser um sentimento citado de forma diferenciada pelos entrevistados, uns admitem, assumidamente, sentirem-se sozinhos e, outros, afirmam que vivem bem com a solidão. Para ambos, o *Facebook* faz senti-los mais acompanhados e, há mesmo quem considere que, em momentos de

maior fragilidade, utilizam o *Facebook* para desabafar, pois há sempre “alguém” disponível para apoiar no momento ou, do nada, acaba por surgir uma palavra amiga.

Importa sublinhar que, independentemente das habilidades tecnológicas, do grau de instrução, idade ou género, os benefícios que os seniores auferem por usar o *Facebook* está ligado às suas necessidades de relacionamento, de entretenimento e de comunicar. A vontade de conseguir estar e participar está diretamente relacionada com a percepção dos benefícios que podem usufruir, e, depois, vão desenvolvendo as suas capacidades com o uso, ou seja, a literacia digital vai aumentando com a adaptação e aprendizagem ao longo da vida (Hague & Payton, 2010; Páscoa & Gil, 2012).

Fazer parte do *Facebook* pode passar, ainda, por uma gratificação pessoal, envelhecer ativamente é estar inserido no mundo global e digital, e o poder exibir que usam as tecnologias e que se mantêm atualizados com a evolução tecnológica, é valorizado por alguns seniores, podendo ser, ainda, uma forma impulsionadora de se aventurarem a entrar nas redes sociais *online*. Neste caso, estas pessoas caracterizam-se pela forma como expressam o seu interesse em saber e aprender sempre mais.

Neste sentido, com os dados recolhidos junto dos utilizadores com perfil criado no *Facebook*, esta investigação enfatiza a importância de se definirem perfis de utilizadores, demonstrando a heterogeneidade do segmento etário, independentemente dos fatores sociodemográficos. Os perfis descritos (ponto 8.2) foram desenvolvidos com base no cruzamento entre a principal motivação e as categorias de análise identificadas, nomeadamente, a funcionalidade de utilização, tendo sido apresentados quatro perfis: os Relacionais, cujo principal motivo de adesão foi para estabelecer e manter os seus relacionamentos; os Integradores, que se associa a terem como principal motivação o entreterem e ocuparem o seu tempo; os Comunicadores, cujo principal objetivo é comunicar com outras pessoas; e os Reflexivos, que usam a rede de *Facebook* para obterem mais informação e se sentirem informados. Aos fatores motivacionais associam-se às funcionalidades utilizadas pelos seniores no *Facebook*, e, apesar de se apresentarem, autonomamente, os principais motivos na adesão, não significa que os seniores não explorem outras funções e atividades, e que não tenham uma participação global, apesar de o realizarem com menor intensidade.

Motivações de uso das redes sociais online face a um maior isolamento social

Um maior isolamento social da população sénior, por motivo do confinamento imposto como medida de prevenção face à situação pandémica pelo vírus COVID-19, proporcionou um aprofundamento e uma maior consistência nos resultados obtidos anteriormente.

O cancelamento das atividades sociais que se desenvolviam *offline* e das relações pessoais estabelecidas com os familiares e amigos, geraram uma mescla de sentimentos e emoções, para além da mudança abrupta nas suas rotinas diárias. Limitados ao espaço da sua casa e com mais tempo

disponível, a situação levou a um maior envolvimento e utilização das redes sociais *online*, até para a manutenção dos seus contactos com familiares e amigos que ocorriam, normalmente, de forma personalizada.

Na privação dos afetos, especialmente, para os que tinham contacto diário ou regular com os netos, mantiveram essas ligações através das redes sociais *online*, essencialmente, por videochamada através do *WhatsApp*.

A vida *offline* que lhes permitia socializar, ocupar o tempo livre e realizar atividades que os preenchiam de forma satisfatória, depois de interrompida, tornou-se um incómodo a sua vida. Pelo que a decisão recaiu na mudança de hábitos, invertendo as rotinas e diminuindo o tempo disponível sem nada para fazer, muitas vezes, fazendo os dias mais pequenos, e acabando por estar mais predispostos a novas experiências *online*. Neste sentido, o envelhecimento ativo estava agora comprometido, quer pelo isolamento social, como por uma maior solidão dos seniores, porque, como se sabe, a satisfação pela vida e felicidade está relacionada com a participação social (Chau et al., 2012).

E, de facto, rapidamente, os seniores entrevistados tomaram consciência da importância que as tecnologias tinham na sua vida e que as redes sociais *online* poderiam diminuir os momentos de solidão. Através das chamadas vídeo, de troca de mensagens com os familiares e amigos, sentiam que continuavam presentes na vida dos que os deixaram de visitar e daqueles que agora não podiam estar juntos. Os relatos evidenciam que o acompanhar no *Facebook* o que os amigos e conhecidos publicavam, os distraía e descontraía, tal como, as trocas de mensagens e as conversações *online* eram essenciais para saberem como estavam os outros, e, em determinados momentos, serviam de apoio. Os seniores nutriam, através das redes sociais *online*, o conforto e a segurança dos que lhes eram mais próximos.

Podemos afirmar que um maior isolamento dos seniores do mundo social contribui para o aumento da sua literacia digital. Expostos a novos desafios tecnológicos impostos pelos familiares e amigos, acabaram por estar dispostos a conhecer e a participar, desenvolvendo novas competências no uso de novas ferramentas de socialização, como o foi com o *Zoom*, por exemplo. Os seus tempos livres acabaram por ser ocupados, assistiram a aniversários de familiares e amigos, participaram em tertúlias *online*, presenciaram as aulas *online* das UTI's, reuniram *online* para confraternizar com os amigos das suas atividades de lazer (pintura, ginástica, etc.). Por isso, transversalmente, com as novas competências digitais adquiridas o mundo *offline* tornou-se mais pequeno e global, entrando pela sua casa e trazendo uma nova realidade, proporcionou-lhes ocupar o seu tempo livre e promover sentimentos positivos de autoestima ao se adaptarem e serem capazes de usar novas ferramentas, para além de lhes permitir estar incluídos socialmente.

Na análise que empreendemos, mostramos que as redes sociais *online* e, essencialmente, a que nos debruçámos neste estudo, o *Facebook*, tiveram o propósito do entretenimento, da manutenção dos relacionamentos sociais, sustentaram a comunicação e a procura de informação, e, como defendem Silva et al. (2018) foram uma rede de apoio ativa e forte que fomentaram o bem-estar.

Com isto, foram ultrapassadas barreiras de insegurança face à percepção das suas habilidades. O aprofundamento dos dados veio sustentar os resultados obtidos face aos motivos de uso da rede *Facebook*, pelo que apresentámos e defendemos um modelo motivacional para esta rede que apresenta as principais motivações em três níveis (Figura 9.3). O Entretenimento encontra-se no primeiro nível de motivação de uso, e alinhado com os interesses em acompanhar as publicações dos outros é uma forma de se entreterem e ocuparem o tempo distraindo-se; o segundo nível centra-se no relacionamento para manter o contacto com pessoas que se encontram distantes, com os amigos que estão nestas redes e para voltarem a encontrar ligações suas que já não veem há muito tempo com vista ao reencontro; e, por último, num terceiro nível, situa-se o comunicar com novas conexões, para partilhar pensamentos, comentários e situações ou atividades que desenvolvem.

Pelo que se conclui, que no caso do *Facebook*, contribuiu para a diminuição do isolamento social e promoveu a socialização (Jung et al., 2017; Lin et al., 2016; Páscoa & Gil, 2012; Valentine, 2011), e, as redes sociais *online*, no geral, aumentaram a qualidade de vida superando a solidão (Marcelino et al., 2016). Por isso, afirmamos que a inclusão e a participação na vida social, também durante o período de confinamento, através das redes sociais *online*, apontam para a promoção do bem-estar e aumento do capital social, como evidenciado por outros estudos (Ferlander, 2003; Kraut et al., 2002; Wellman & Frank, 2000).

Acredita-se, que em perspetivas futuras, teremos um aumento da relação dos seniores com as redes sociais *online*, pelo que o incentivo à literacia digital com vista ao uso pleno das suas capacidades torna-se, junto deste segmento etário, essencial para uma aceleração da sua inclusão social plena e satisfatória.

Limitações e perspetivas de futura investigação

Ao apresentarmos nesta tese o modo como os seniores se relacionam com as redes sociais *online*, pretendemos não só mostrar que é possível aumentar a inclusão digital e social dos seniores em Portugal, mas também que, nem sempre os fatores sociodemográficos como a idade, género, escolaridade e estado civil, são as únicas variáveis influenciadoras.

Todavia, não havendo representatividade nacional nas amostras, quer no estudo quantitativo, como qualitativo, não se pode escudar uma extrapolação dos resultados para uma dimensão global dos seniores portugueses, sendo esta uma limitação que poderia levar ao enviesamento dos

resultados. Mas, importa frisar que os resultados da pesquisa foram baseados numa metodologia que cumpriu os critérios científicos, constituíram elementos de orientação para novas linhas de investigação no futuro e promoveram a discussão de algumas políticas de integração dos seniores no mundo *online*, nomeadamente, nas redes sociais *online*.

Claro que a seleção dos seniores utilizadores da *Internet* e das redes sociais *online* para o nosso estudo, levou à exclusão de um grande número de indivíduos nesta faixa etária, que segundo outras abordagens poderiam ser analisados para uma maior compreensão sobre a infoexclusão, pelo que no futuro seria fundamental, considerá-los para uma maior percepção sobre as motivações de não uso.

Os dados quantitativos revelaram que os benefícios do uso das redes sociais *online* percecionados pelos seniores são impulsionadores e motivadores para a sua pré-disposição à utilização. Contudo, novos campos de análise poderão ser aprofundados, nomeadamente, quando nos deparamos com dados alusivos aos seniores que utilizam a *Internet*, que sabem o que são as redes sociais *online* e não as usam, ou, até já usaram e deixaram de utilizar. Importa, neste caso, compreender que características e funcionalidades possuem as redes e que não vão ao encontro dos interesses dos seniores. Serão todas as redes? Serão questões de usabilidade? Ou outros fatores?

Ainda, segundo os resultados dos inquéritos por questionário *online*, observa-se que são utilizadas outras redes, apesar de terem menos expressão. Mas, o *WhatsApp* começa a ter expressividade de adesão e incorporação na vida dos seniores, sendo a segunda mais utilizada. Pelo que, surge uma nova linha de investigação quando se reflete se o uso de outras redes se encontra associado às características e particularidades de cada uma, ou se está relacionado com os interesses e as necessidades dos seniores. As outras redes que utilizam complementam a rede social mais utilizada, o *Facebook*, e neste caso, um estudo mais profundo seria necessário para levar à compreensão se tal acontece pelo facto dos seus familiares mais próximos, como os netos, não a utilizarem ou, simplesmente, porque a sua vontade de aprender e de quererem fazer parte da sociedade em rede lhes traz novas experiências e acabam por usá-las em seu benefício.

As entrevistas, com foco nas histórias de vida, reportam que, mesmo os seniores com menos qualificações usam as redes sociais *online*, procurando, por vezes, aulas ou a ajuda de familiares e amigos. Neste sentido, consideramos que compreender de forma mais aprofundada a aprendizagem ao longo da vida, como nova linha de investigação, poderia contribuir para novas políticas de intervenção de inclusão digital dos seniores no nosso País.

Ao nível dos aspectos metodológicos desenvolvidos, considera-se que os resultados qualitativos oriundos das entrevistas podem permitir melhorar o desenho de pesquisa futura e de novos inquéritos quantitativos junto desta população com mais de 65 anos.

Os contextos urbanos e rurais podem, também, ser diferenciadores no uso das redes sociais *online*, e os fatores motivadores de uso poderão, igualmente, ser distintos, sendo de considerar em estudos futuros com representatividade nacional.

Neste sentido, para além da nossa investigação ter por base os resultados apresentados de outros estudos em Portugal, maioritariamente, centrados em observações sobre o uso da *Internet* na população sénior, uma nova agenda de pesquisa futura deverá passar pela contextualização das realidades sociais e pelo desenvolvimento de estudos ao longo do tempo, auscultando a aprendizagem e a inclusão digital ao longo da vida, percebendo e aprofundando os perfis de uso face às variáveis de atividades, funcionalidades e motivações, e avaliando os seus graus de satisfação e de autoestima.

Atendendo a que, no contexto atual, são várias as iniciativas para a inclusão digital dos seniores em Portugal, quer por entidades oficiais, como de Instituições e organizações como as UTI's, seria fundamental incidir e incentivar a parceria e a inter-relação entre estas e os estudos académicos desenvolvidos, por forma a melhorar a implementação dos programas e conduzir à criação de novas iniciativas, estruturadas em critérios de avaliação e de quantificação que permitissem um ajustamento e melhoramento ao longo dos tempos.

Tal como começámos por clarificar no início da nossa tese, e defendendo aquilo em que acreditamos, a sociedade em rede traduz-se numa nova realidade para os seniores quando estes se encontram incluídos digitalmente. As redes sociais *online* proporcionam aos seniores novas formas de se entreterem, relacionarem, comunicarem e informarem, estão incluídos socialmente, sentem que fazem parte do seu meio social, político e económico, o que contribui para o seu bem-estar físico, psicológico e social, ou seja, são um forte contributo para o aumento do seu capital social.

Fontes

- Comissão Europeia (CE) (2002). *La Réponse de l'Europe au Vieillissement de la Population Mondiale. Promouvoir le Progrès Économique et social dans un Monde Vieillissant*. Bruxelas. Commission des Communautés Européennes. Disponível em: http://eurlex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=fr&type_doc=COMfinal&an_doc=2002&nu_doc=143
- Comissão Europeia (CE) (2014). *Relatório da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões sobre a implementação, os resultados e a avaliação global do Ano Europeu do Envelhecimento Ativo e da Solidariedade entre as Gerações, 2012*. Bruxelas, 15.9.2014 – COM (2014) 562 final. Disponível em: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2014/PT/1-2014-562-PT-F1-1.Pdf>
- Comissão das Comunidades Europeias (2007). *Envelhecer bem na sociedade da informação - Uma Iniciativa i2010 - Plano de Acção no domínio "Tecnologias da Informação e das Comunicações e Envelhecimento"*. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões, Comissão das Comunidades Europeias
- Comissão Europeia (2011). *CE - Active Ageing*. Eurobarómetro 76.2 - Resultados para Portugal. Disponível em: file:///C:/Users/Celia.000/Downloads/Fact%20sheet_Eurobarometro%20sobre%20Envelhecimento%20ativo_pt_pt.pdf
- Comissão Europeia (2012). *EU - A Contribuição da EU para um envelhecimento ativo e solidariedade entre as gerações*. Direção-Geral para o Emprego, Assuntos e Inclusão Social, Serviço das Publicações da União Europeia, Comissão Europeia, Luxemburgo. Disponível em: <https://op.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/5f78f31d-1cac-4263-a76d-7077555349da>
- Comissão Europeia (2014). *Digital agenda for Europe*. Publications Office of the European Union. Disponível em: <file:///C:/Users/Celia.000/Downloads/digital%20agenda%20pt.pdf>
- Comissão Europeia (2018a). *Population Structure and Ageing*. Eurostat
- Comissão Europeia (2018b). *Human Capital Digital Inclusion and Skills*. Digital Economy and Society Index Report 2018. Disponível em: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-2018-report>
- Comissão Europeia (2018c). *Use of Internet Services*. Digital Economy and Society Index Report 2018. Disponível em: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-2018-report>
- Direção-Geral de Saúde, (S.D). *Envelhecimento Saudável. Programa nacional para a saúde de pessoas idosas*. Disponível em: <https://www.dgs.pt/documentos-e-publicacoes/programa-nacional-para-a-saude-das-pessoas-idosas.aspx>
- Direção de Serviços de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais (2012). *Ano Europeu do Envelhecimento Ativo e Solidariedade entre Gerações*. Direção de Serviços de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais - Ministério da Saúde. Disponível em: <http://www.gepac.gov.pt/gepac-dsepac/estudos-e-estatisticas/working-papers/wp1-aaeasg-pdf.aspx>
- EAPN (2017). *Estratégia Nacional para o Envelhecimento Ativo e Saudável 2017-2025, Consulta Pública – Alguns Comentários*. EAPN - Rede Europeia Anti-Pobreza/Portugal. Disponível em: <https://www.eapn.pt/ficheiro/5e6304978427f373c7304e2620ab7c32>
- eportugal.gov (consultado em 2019). Disponível em: <https://eportugal.gov.pt/noticias/chegou-o-eportugal->
- EN (2011). *Estatísticas: População residente segundo os Censos: total e por grandes grupos etários*. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa
- Eurostat (2017). Population structure and ageing. Projected old-age dependency ratio, EU-28, 2017-80
- Eurostat (2018). *Digital Economy and Society: Households and individuals*

- ERC (2015). *Públicos e Consumos de Média 2015*.
- Facebook (Portugal) (Consultado em 2019). www.facebook.com
- Fundação para a Ciência e Tecnologia (2014). *Estratégia Nacional para a Inclusão e Literacia digitais (2015-2020)*. FCT. Lisboa. <https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/document/2016-06/enild.pdf>
- Global AgeWatch Index (2015). HelpAge International. Disponível em: <https://www.helpage.org/global-agewatch/reports/global-agewatch-index-2015-insight-report-summary-and-methodology/>
- Governo de Portugal. (2011). *Carta Social, Rede de serviços e equipamentos, Gabinete de Estratégia e Planeamento, Ministério da Solidariedade e da Segurança Social*. Disponível em: <http://www.cartasocial.pt/pdf/csocial2011.pdf>
- Governo de Portugal (2017). *Portugal INCoDe. 2030”, Iniciativa Nacional Competências Digitais e.2030. Um programa integrado de competências digitais para Portugal, 2017-2030.* <http://www.incode2030.gov.pt>
- Governo de Portugal (2020, março 5). Azevedo, A. A. (2020, março 5). *Apresentação do Portugal Digital [Discurso do Secretário de Estado para a Transição Digital] e Plano de Ação para a Transição Digital de Portugal*. Portugal Digital. Fundação Champalimaud: Lisboa.
- GNR (2018). Comunicado. <https://www.gnr.pt/noticias.aspx?linha=10519>
- INE, 2011, 2017
- Marktest (2018). *Os Portugueses e as Redes Sociais 2018*.
- Marktest (2019). *Barómetro de Telecomunicações*.
- MUDA (2019). www.muda.pt
- MUDA (2020). *Ensina os teus familiares em casa*. Voluntario. <https://www.muda.pt/voluntario/>
- MUDA (2020). MUDA NA ESCOLA. <https://mudanaescola.pt/>
- Novadir. Grupo Marktest. (2008). *A outra geração: os seniores*.
- OberCom (2013). *A Internet em Portugal – Sociedade em Rede 2013*.
- OCDE (1998), Maintenir la Prospérité dans une Société Vieillissante. Document de travail awp 3.2 f, OCDE. Disponível em: <http://www.oecd.org/fr/retraites/pensions-publiques/2428637.pdf>
- OCDE, 2001a, “The Well-being of Nations - THE ROLE OF HUMAN AND SOCIAL CAPITAL”
- OCDE. (2001b). Annual report. Paris: OECD Publishing.
- OMS (2002). *Envelhecimento Ativo: Uma Política de Saúde*. World Health Organization
- OMS (2007). *Guia Global das Cidades Amigas das Pessoas Idosas*. Organização Mundial da Saúde
- Pordata. (2017, 2019.). *Retrato de Portugal*. Lisboa.
- Pordata. (2016). *Retrato de Portugal*. Lisboa
- Pordata. (2013, 2017, 2018, 2019, 2020). *Estatísticas: Indivíduos com 16 e mais anos que utilizam computador e Internet em % do total de indivíduos: por grupo etário*. INE. Lisboa
- Pordata. (2019a). *Retrato de Portugal na Europa 2019*.
- Pordata. (2019b). *Assinantes/equipamentos de utilizadores do serviço móvel*.
- Pordata. (2020a). *Taxa de inactividade: total e por grupo etário (%)*.
- Pordata. (2020b). *População residente com 65 e mais anos, estimativas a 31 de Dezembro: total e por grupo etário*.
- Pordata. (2020c). *Taxa bruta de natalidade*.
- Pordata. (2020d). *Esperança de vida aos 65 anos: total e por sexo (base: triénio a partir de 2001)*.
- Portugal INCoDe.2030 (2020). Linha Somos Tod@s Digitais. <https://somostodosdigitais.pt/>
- SEDUCE, <http://www.seduce.pt>
- Statista. (2020). *Most popular social networks worldwide as of January 2020, ranked by number of active users (in millions)*. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Synovate Research Reinvented e Deloitte Portugal. 2009. *Os novos seniores - A geração NS - um olhar sobre o segmento séniior em Portugal*.
- UNECE - United Nations Economic Commission for Europe (2012). *Active Ageing. Quality in Ageing and Older Adults*. UNECE Policy Brief on Ageing No. 13
- WhatsApp Blog (2019). <https://blog.whatsapp.com/>

Referências Metodológicas

- Bardin, L. (2002). *Análise de Conteúdos*. Lisboa: Edições 70.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4th Edition). Oxford University Press.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioural sciences* (2nded.). New York: Lawrence Erlbaum Pub. Disponível em: http://www.utstat.toronto.edu/~brunner/oldclass/378f16/readings/Cohen_Power.pdf
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6th Edition). London: Routledge. Disponível em: <https://gtu.ge/Agro-Lib/RESEARCH%20METHOD%20COHEN%20ok.pdf>
- Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa* (3^a edição). Porto Alegre: Artmed. Disponível em: http://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/necio_turra/PPGG%20-%20PESQUISA%20QUALI%20PARA%20GEOGRAFIA/flick%20-%20introducao%20a%20pesq%20quali.pdf
- Field, A. (2009). *Descobrindo a estatística usando o SPSS*. Tradução Lorí Viali. – 2. ed., Artmed Editora, Porto Alegre
- Gunter, B. (2002). *Media sex: What are the issues?* New Jersey & London: Lawrence Erlbaum Associates
- Jones, S. (1999). *Doing Internet Research - Critical Issues and Methods for Examining the Net*. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.4135/9781452231471.n2>
- Lumsden, J. (2007). Online-Questionnaire Design Guidelines. Em R. A. Woods, R. Woods & J. D. Baker (Eds.), *Handbook of Research on Electronic Surveys and Measurements* (pp. 44-64). Idea Group Reference. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-59140-792-8.ch005>
- Moraes, R. (1999). Análise de conteúdo. *Revista Educação*, Porto Alegre, 22(37), 7-32. Disponível em: <http://pesquisaemeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/fetch/60815562/Analise%20de%20conte%C3%BAdo.pdf>
- Mucchielli, R. (1978). *L'analyse de contenu*. Paris, ESF Éditions
- Pearson, J. (1904). Report on certain enteric fever inoculation statistics. *British Medical Journal*, 2 (2288), 1243-1246. <https://doi.org/10.1136/bmj.2.2288.1243>
- Poynter, R. (2010). *The Handbook of Online and Social Media Research Tools and Techniques for Market Researchers*. John Wiley & Sons Ltd.
- Rojas, R. A. O. (2001). *El Cuestionario*. Disponível em: <http://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>
- Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self-image. Revised edition*. Middletown: Wesleyan University Press
- Santo, H. E. & Daniel, F. (2017). Calcular e apresentar tamanhos do efeito em trabalhos científicos (2): Guia para reportar a força das relações. *Revista Portuguesa de investigação Comportamental e Social*, 3 (1), 53-64. <https://doi.org/10.7342/ismt.rpics.2017.3.1.48>
- Santos, M. C. (2002). *Trabalho Experimental no Ensino das Ciências*. Lisboa: Ministério da Educação, Instituto de Inovação Educacional.
- Saumure & Given (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods* (Vols. 1-2). SAGE Publications, Inc.
- Selltiz, C. & Allii (1987). *Métodos de pesquisa nas relações sociais* (2^a edição). Tradução de Maria Martha Hubner de Oliveira. São Paulo: EPU.
- Selltiz, C., Wrightsman, L. S., & Cook, S. W. (1987). *Métodos de pesquisa nas relações sociais* (2^a edição). São Paulo: EPU.

Referências Bibliográficas

- Afonso, C. V. C. (2015). *A integração do idoso na sociedade - o papel das redes sociais* [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Bragança]. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/12722/1/CI%C3%A1udia%20Vanessa%20Carreiro%20Afonso.pdf>
- Agamanolis, S. (2006). Beyond Communication: Human Connectedness as a Research Agenda. Em Purcell (eds.) (2006), *Networked Neighbourhoods. The Connected Community in Context* (pp. 307-344). Springer-Verlag London Limited. https://doi.org/10.1007/1-84628-601-8_13
- Ala-Mutka & Punie (2007). *Ageing societies, learning and ICT*. EUROPACE. Disponível em: http://www.elearningpapers.eu/index.php?page=doc&doc_id=10636&docLang=6
- Ala-Mutka, K. (2011). Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/340375234_MappingDigitalCompetence
- Alava, S. & Moktar, N. (2012). Les seniors dans le cyberespace: entre appropriation et rejet. *Recherches et educations* (pp. 179-196). Disponível em: <https://hal-univ-tlse2.archives-ouvertes.fr/hal-00978514>"
- Alcobia, L. M. S. (2012). *Políticas Locais para o Envelhecimento Activo: Um estudo no concelho da Sertã* [Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/4507>
- Altice (2020, abril). Altice Portugal, Huawei Portugal e GNR juntos no combate ao isolamento social. Disponível em: <https://www.telecom.pt/pt-pt/media/noticias/paginas/2020/abril/alticeportugal,-huawei-portugal-e-gnr-juntos-no-combate-ao-isolamento-social.aspx>
- Alves, P. J. A. F. (2015). *Os Seniores e as Sociedades em Rede. Um estudo sobre a Exclusão Social na Terceira Idade* [Tese de Doutoramento, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho]. Repositório Universidade do Minho. <http://hdl.handle.net/1822/36621>
- Amaral, I. (2016). *Redes sociais na Internet: sociabilidades Emergentes*. Universidade da Beira Interior. LabCom. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/livro/286>
- Anderson, M., & Perrin, A. (2017). Tech adoption climbs among older adults. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2017/05/17/technology-useamong-seniors/>
- Ávila, P. (2008). A Literacia dos Adultos. Competências-Chave na Sociedade do Conhecimento. CIES-ISCTE. Lisboa: Celta Editora.
- Azevedo, C. & Ponte, C. (2020). Intergenerational solidarity or intergenerational gap? How elderly people experience ICT within their family context. *Observatorio (OBS*) Journal*, 14 (3), 16-35. <https://doi.org/10.15847/obsOBS14320201587>
- Baugess, B. (2015). *Examining Social Network Site Usage by Older Adults: A Phenomenological Approach* [Doctoral dissertation] Nova Southeastern University. Retrieved from NSUWorks, Graduate School of Computer and Information Sciences (37). Disponível em: https://nsuworks.nova.edu/gscis_etd/37
- Bargh, J. & McKenna, K. (2004). The Internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 573–590. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141922>
- Barnes, M., Blom, A., Cox, K. & Lessof, and C. (2006). *The Social Exclusion of Older People: Evidence from the first wave of the English Longitudinal Study of Ageing (ELSA)*. Office of the Deputy Prime Minister. Disponível em: https://www.ifs.org.uk/docs/odpm_social_exclusion.pdf
- Bachmann, D. & Säävälä, T. (2012). 2012 the European Year for Active Aging and Solidarity between Generations – Solidarity and Attitudes. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/536344/EPRS_IDA\(2015\)536344_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/536344/EPRS_IDA(2015)536344_EN.pdf)
- Bawden, D. (2008). Origins and Concepts of Digital Literacy. Em: Colin Lankshear & Michele Knobel (Ed.) *Digital Literacies - Concepts, Policies and Practices* (pp.17-32). New York: Peter Lang Publishing.

- Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/291334632_Digital_Literacies_Concepts_Policies_and_Practices_Cover_plus_Introduction
- Bauman, Z. (2007). *Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty*. Polity Press. DOI:10.1017/S0021875809006513
- Baym, N. K. (2000). Personal Connections in the Digital Age. *Communication in digital spaces* (pp. 50-71). University Rochester: Polity Press
- Bell, C., Fausset, C., Farmer, S., Nguyen, J., Harley, L. & Fain, W. B. (2013, maio 1-3). *Examining Social Media Use Among Older Adults*. 24th ACM Conference on Hypertext and Social Media (pp. 158-163). France: ACM Paris. <https://doi.org/10.1145/2481492.2481509>
- Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y. & Ward, K.J. (2006). *Domestication of Media and Technology*. London: Open University Press. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/259257339_Domestication_of_Media_and_Technology
- Bertolini, S. & Bravo, G. (2004). *Social Capital, a Multidimensional Concept*. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/ab8d/2ed286d0c225b47fca4785cef2dd1dc7fac6.pdf>
- Blit-Cohen, E. & Litwin, H. (2004). Elder participation in cyberspace: A qualitative analysis of Israeli retirees. *Journal of Aging Studies*, 18, 385–398. DOI: [10.1016/j.jaging.2004.06.007](https://doi.org/10.1016/j.jaging.2004.06.007)
- Bourdieu, P. (1979). Les trois états du capital culturel. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 30, 3-6. Persee. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1979_num_30_1_2654
- Bourdieu, P. (1980). Le capital social. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 31, 2-3. Persee. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1980_num_31_1_2069
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. Em J. Richardson (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–58). New York: Greenwood Press. Disponível em: <http://www.socialcapitalgateway.org/sites/socialcapitalgateway.org/files/data/paper/2016/10/18/rbasicsbourdieu1986-theformsofcapital.pdf>
- Borges, J. (2011). *Participação política, Internet e competências infocomunicacionais: estudo com organizações da sociedade civil de Salvador* [Tese de Doutoramento, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia]. Repositório da Universidade Federal da Bahia. <http://www.repository.ufba.br/ri/handle/ri/5558>
- Borges, J., & Oliveira, L. (2011). Competências infocomunicacionais em ambientes digitais. *Observatorio (OBS*)*, 5(4), 291-326. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/508/460>
- Bowling, A. (2008). Enhancing later life: How older people perceive active ageing? *Aging & Mental Health*, 12(3), 293–301. Routledge, Taylor & Francis. DOI: [10.1080/13607860802120979](https://doi.org/10.1080/13607860802120979)
- Boyd, D. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (ed. Zizi Papacharissi), (pp. 39-58). Disponível em: <http://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf>
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brandtzaeg, P. B. & Heim, J. (2007). Initial context, user and social requirements for the Citizen Media applications: Participation and motivations in off- and online communities. *Citizen Media Project*. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/247927823_User_Loyalty_and_Online_Communities_Why_Members_of_Online_Communities_are_not_Faithful
- Braun, M. T. (2013). Obstacles to social networking website use among older adults. *Computers in Human Behavior*, 29, 673–680. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.004>
- Bryant, C., & Norris, D. (2002, setembro, 25-27). *Measurement of social capital: The Canadian experience*. Prepared as a country report for the OECD–UK ONS International Conference on Social Capital Measurement in London. Statistics Canada. Disponível em: <http://www.oecd.org/innovation/research/2381103.pdf>
- Burke, M., Kraut, R. & Marlow, C. (2011). Social capital on Facebook: Differentiating Uses and Users [Conferencia]. *Proceedings of the International Conference on Human Factors in Computing Systems*. CHI. Vancouver, BC. Canadá. DOI: [10.1145/1978942.1979023](https://doi.org/10.1145/1978942.1979023)

- Burt, R. (2000). The network structure of social capital. Em R. I. Sutton & B. M. Shaw (Eds.), *Research in organizational behavior*, 22, 345-423. Greenwich: JAI Press. Disponível em: <https://www.bebr.ufl.edu/sites/default/files/The%20Network%20Structure%20of%20Social%20Capital.pdf>
- Cabral, M. V. & Ferreira, P. M. (2014). *O Envelhecimento Activo em Portugal. Trabalho, Reforma, Lazer e Redes sociais*. Lisboa, Fundação Francisco Manuel dos Santos. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10451/23416>
- Cabral, M. V. (coord.), Ferreira, P. M. (inv. principal), Silva, P. A., Jerónimo, P. & Marques, T. (2013). *Processos de Envelhecimento em Portugal. Usos do tempo, redes sociais e condições de vida*. Fundação Francisco Manuel dos Santos. Lisboa. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10451/24456>
- Campagna, D., Caperna, G. & Montalto, V. (2020). Does Culture Make a Better Citizen? Exploring the Relationship Between Cultural and Civic Participation in Italy. Em *Social Indicators Research* (2020) 149, 657–686. <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02265-3>
- Campos, W., Martinez, A., Sanchez, W., Estrada, H., Castro-Sánchez, N.A. & Mujica, D. (2016). A Systematic Review of Proposals for the Social Integration of Elderly People Using Ambient Intelligence and Social Networking Sites. *Cognitive Computation*, 8, 529–542. <https://doi.org/10.1007/s12559-016-9382-z>
- Cardoso, A. (2014a). *Livro Branco sobre a Solidariedade entre as Gerações e Envelhecimento Ativo*. CESIS - Centro de Estudos para a Intervenção Social.
- Cardoso, G., Gomes, M. C., Espanha, R. & Araújo, V. (2007). *Portugal Móvel. Utilização do Telemóvel e Transformação da Vida Social*. Research Report 2007. OberCom. Disponível em: <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/Portugal-M%C3%B3velUtiliza%C3%A7%C3%A3o-do-Telem%C3%B3vel-e-Transforma%C3%A7%C3%A3o-da-Vida-Social-Fev2007.pdf>
- Cardoso, G. (2011). Mudança social em rede. Em Centro Ruth Cardoso (org.), *Políticas Sociais: Ideias e Práticas* (pp. 219-258). São Paulo: Editora Moderna Ltda.
- Cardoso, G., Costa, A. F., Coelho, A. R. & Pereira, A. (2014). *A sociedade em rede em Portugal: uma década de transição*. CIES-IUL
- Cardoso, G. (2014). *A Cidade e as Redes*. FFMS - Opinião XXI, Academia.edu
- Cardoso, G., Costa, A. F., Conceição, C. P. & Gomes, M. C. (2015). *A sociedade em rede em Portugal*. Lisboa: Campo das Letras.
- Cardoso, G. & Lapa, T. (2015). O estudo da internet e dos Ecrãs na Sociedade em Rede. Em Miranda, G. L. (Org.); Runa, A. I.; Matos, A.; Ponte, C.; Cardoso, G.; Hancock, J. T.; Amado, J.; Simões, J.A.; McKenna, K.Y.A.; Bapista, T. M.; Lapa, T. & Postmes, T. *Psicología dos Comportamientos Online*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Cardozo, C., Martin, A. & Saldaño, V. (2017). Los adultos mayores y las redes sociales: Analizando experiencias para mejorar la interacción. *Informe Científico Técnico UNPA*, 9 (2), 1-29. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6089345>
- Carmo, E. G. & Zazzetta, M. S. (2016). Envelhecimento, novas tecnologias e aposentadoria. Em Costa, JLR., Costa, A.M.M.R., & Fuzaro Junior, G. (orgs.). *O que vamos fazer depois do trabalho? Reflexões sobre a preparação para aposentadoria* [Conferencia]. XXXIII Encontro da ANPAD (pp. 93-101). São Paulo: Cultura Acadêmica. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/n8k9y/pdf/costa-9788579837630.pdf>
- Carvalho, A. S. (2009, setembro 19-23). *Gestão de pessoas e envelhecimento: sentido do trabalho para o idoso*. Encontro ENANPAD, 33. São Paulo: ANPAD.
- Carvalho, L. & Silva, M. F. (2015). Universidades da Terceira Idade: dimensão educativa e social. *Aprender*, Revista da Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Portalegre. Disponível em: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/17271/1/UTI_educativo_e_social.pdf
- Castells, M. (2000). *A Internet e a Sociedade em Rede*. Conferência inaugural do Programa de Doutorado em Sociedade da Informação e Conhecimento da Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona
- Castells, M. (2002). *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura* (Vol. I), Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

- Castells, M. (2004). *A Galáxia Internet*. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa
- Castells, M. (2005a). A sociedade em rede. Em, Cardoso, G.; Costa, A. F.; Conceição, C. P. & Gomes, M. C., *A Sociedade em rede em Portugal* (pp. 19-29). Lisboa: Campo das Letras.
- Castells, M. (2005b). *A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política*. Em Castells, M. & Cardoso, G (org.), *A Sociedade em Rede do Conhecimento à Ação Política*, Conferência promovida pelo Presidente da República Portuguesa Jorge Sampaio. Centro Cultural de Belém, Lisboa.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication* 1, 238-266. Disponível em: <file:///C:/Users/Celia.000/Downloads/46-291-2-PB.pdf>
- Castells, M. (2011). A Network Theory of Power. *International Journal of Communication* 5, 773-787. Disponível em: <file:///C:/Users/Celia.000/Downloads/1136-4530-1-PB.pdf>
- Castells, M. (2014). *A Internet e a Sociedade em Rede*. Discurso proferido como lição inaugural do doutoramento sobre a sociedade da informação na Universidade Aberta da Catalunha. Espanha. Disponível em: <https://blogcritica.blogspot.com/2014/12/manuel-castells-internet-e-sociedad-rede.html>
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qui, J. L., & Sey, A. (2007). *Mobile Communication and Society: A global perspective*. Cambridge, MA: MIT Press. <https://doi.org/10.1080/19331680802042373>
- Castells, M., Monge, P. & Contractor, N. (2011). Prologue to the Special Section: Network Multidimensionality in the Digital Age. *International Journal of Communication* 5, pp. 788–793. Disponível em: <https://nosh.northwestern.edu/journals/2011Castells-1.pdf>
- Cavalcanti, K. F., Mendes, J. M. S., Freitas, F. F. Q., Martins, K. P., Lima, R. J. & Macêdo, P. K. G. (2016). O olhar da pessoa idosa sobre a solidão. *Avances en Enfermería*, 34(3), 259-267. <https://doi.org/10.15446/av.enferm.v34n3.60248>
- Cesarini, P. (2004). Computers, technology and literacies. *Journal of Literacy and Technology*, 4. Disponível em: <http://www.literacyandtechnology.org/volume5/Cesarini.pdf>
- Chau, F., Soares, C., Fialho, J. A. S. & Sacadura, M. J. (2012). *O Envelhecimento da População: Dependência, Atividade e Qualidade*. Centro de Estudos dos Povos e Culturas de Expressão Portuguesa. Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa. Disponível em: <file:///C:/Users/Celia.000/Downloads/8899-Artigo-14763-1-10-20200610.pdf>
- Christodoulatos, L., Li, S. Y., Bravenboer, G., Vermeer, R. & Ryan, D. (2016). *Teaching Older Adults About Social Media*. InstaGranny
- Ciboh, R. (2017). An exploratory study of Older Adults' social media use and social capital in Nigéria. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 3(2), 149-166. DOI: [10.30958/ajmmc.3.2.4](https://doi.org/10.30958/ajmmc.3.2.4)
- Claridge, T. (2018). Dimensions of Social Capital - structural, cognitive, and relational. *Social Capital Research*. Disponível em: <https://d1fs2th61pidml.cloudfront.net/wpcontent/uploads/2018/01/Dimensions-of-Social-Capital.pdf?x49412>
- Coelho, A. R. (2017). Os seniores na sociedade em rede: dinâmicas de promoção da inclusão e da literacia digitais em Portugal. CIES e-Working Paper N.º 213/2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/14535>
- Coelho, A. R. (2019). *Seniores 2.0: inclusão digital na sociedade em rede* [Tese de doutoramento, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório ISCTE-IUL. <http://hdl.handle.net/10071/19753>
- Coelho, J. & Duarte, C. (2015, setembro 14-18). Socially Networked or Isolated? Differentiating Older Adults and the Role of Tablets and Television [Conference paper]. *Human-computer interaction – INTERACT 2015: 15th IFIP TC 13 International Conference*. Bamberg, Germany. DOI: [10.1007/978-3-319-22701-6_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-22701-6_10)
- Coiro, J., Knobel, M., Lankshear, C., & Leu, D. J. (Eds.). (2008). *Handbook of research on new literacies*. Nova Iorque: Lawrence Erlbaum Associates. Routledge Handbooks Online.
- Coleman J. (1988a). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94 (supplement): S95-S120. Disponível em: <https://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/c/477/File/Social%20Capital%20in%20the%20Creation%20of%20Human%20Capital.pdf>
- Coleman, J.S. (1988b). The creation and destruction of social capital: implications for the law. *Notre Dame J. Law, Ethics, Public Policy*, 3, 375-404. Disponível em:

- http://scholarship.law.nd.edu/ndjlepp/vol3/iss3/3?utm_source=scholarship.law.nd.edu%2Fndjlepp%2Fvol3%2Fiss3%2F3&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
- Coll-Planas, L., Gomez, G. V., Bonilla, P., Masat, T., Puig, T. & Monteserin, R. (2017). Promoting social capital to alleviate loneliness and improve health among older people in Spain. *Health and Social Care in the Community*, 25(1), 145–157. <https://doi.org/10.1111/hsc.12284>
- Costa, J. F. C. (2010). *Os Idosos e as Novas Tecnologias: Perspectivas Para Uma Maior Qualidade De Vida* [Tese de doutoramento, Universidade de Santiago de Compostela]. Repositório da USC. <http://hdl.handle.net/10347/3015>
- Costa, C. J. & Aparício, M. (2013). Social Networks: Intentions and Usage [Conferência]. *ISDOC '13, Volume: Proceedings of the 2013 International Conference on Information Systems and Design of Communication*, 101-107. <https://doi.org/10.1145/2503859.2503875>
- Cotten, S. R., Ford, G., Ford, S., Hale & T. M. (2012). *Internet Use and Depression among Older Adults. Computers in Human Behaviour*, 28, 496-499. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.chb.2011.10.021>
- Cunha, C. S. L. (2017). *Promoção do uso de Tecnologias computadorizadas na população idosa* [Dissertação de Mestrado, Escola de Ciências Sociais e Humanas, Departamento de Psicologia Social e das Organizações, ISCTE-IUL]. Repositório ISCTE-IUL. <http://hdl.handle.net/10071/15304>
- Deleloo, J. A. & McWhorter, R. R. (2015). Reducing the Digital Divide: Connecting Older Adults to iPad Technology. *Journal of Applied Gerontology*, 1–26. https://doi.org/10.1177_2F0733464815589985
- Dellarmelin, M. L., Balbinot, V. A. & Froemming, L. M. S. (2017). Análise do Comportamento e Utilização das Redes Sociais pelos Idosos. *Revista Sociais e Humanas*, 30 (1). Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria. <https://doi.org/10.5902/2317175824669>
- Díaz-Prieto, C. & Gacía-Sánchez, J.-N. (2016). Psychological profiles of older adult Web 2.0 tool users. *Computers in Human Behavior*, 64. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/305316909_Psychological_profiles_of_older_adult_Web_20_tool_users
- DiMaggio, P. J. & Hargittai, E. (2001). From the ‘Digital Divide’ to ‘Digital Inequality’: Studying Internet Use as Penetration Increases. *Working Paper 15. Princeton: Princeton University Center For Arts and Culture Policy Studies*. <https://doi.org/10.1002/bem.20484>
- Dias, I. (2012). O uso das tecnologias digitais entre seniores: motivações e interesses. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 68, 51-77. <http://dx.doi.org/10.7458/SPP201268693>
- Doolittle, A., & Faul, A. C. (2013). *Civic engagement scale: A validation study*. SAGE Open, 3(3). <https://doi.org/10.1177/2158244013495542>
- Durkheim, É. (2001). *O Suicídio - Estudo sociológico*. Editorial Presença
- Durkheim, É. (2008). *A Educação Moral*. Editora Vozes
- Ellison, N., Steinfield, C. & Lampe, C. (2006, junho 19-23). Spatially bounded online social networks and social capital: The role of Facebook [Conferência]. *Annual conference of the International Communication Association*, Dresden Germany. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Charles_Steinfield/publication/249976902_Spatially_Bounded_Online_Social_Networks_and_Social_Capital/links/53f51db00cf2fceacc6f33ff/Spatially-Bounded-Online-Social-Networks-and-Social-Capital.pdf
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143–1168. Disponível em: <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1111%2Fj.1083-6101.2007.00367.x>
- Ellison, N. B., Lampe, C. & Steinfield, C. (2009). Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities. *The Potential for Technology-Enabled Connections*, 16 (1), 6-9. <https://doi.org/10.1145/1456202.1456204>
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 13 (6), 873-892. Disponível em: <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1177%2F1461444810385389>

- Ellison, N., Lampe, C., Steinfield, C., & Vitak, J. (2010). With a little help from my friends: How social network sites affect social capital processes. Em Papacharissi, Z. (Ed.) *The Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (in press), (pp.124-145), Chapter 6. New York: Routledge. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/284533346_With_a_little_help_from_my_friends_How_social_network_sites_affect_social_capital_processes
- Espanha, R.; Cardoso, G. & Soares, L. (2005, março, 4-5). *Do Multimédia à Comunicação Wireless: as dietas de media portuguesas*. Em Castells, M. & Cardoso, G (org.), A Sociedade em Rede do Conhecimento à Ação Política, Conferência promovida pelo Presidente da República Portuguesa Jorge Sampaio. Centro Cultural de Belém, Lisboa.
- Ess, C. (2001). Culture, Technology, Communication: Toward an Intercultural Global Village. *The Information Society*, 20 (3), 233-234. <https://doi.org/10.1080/01972240490456999>
- Eynon, R. & Helsper, E. (2010). Adults learning online: Digital choice and/or digital exclusion? *New Media & Society*, 13 (4), 534-551. <https://doi.org/10.1177/1461444810374789>
- Farkas, P. A. (2010). Senior social platform – an application aimed to reduce the social and digital isolation of senior. *Proceedings of REAL CORP*, 223, 1247-1252. Disponível em: https://archive.corp.at/cdrom2010/papers2010/CORP2010_223.pdf
- Ferlander, S. (2003). *The Internet, Social Capital and Local Community* [Tese de Doutoramento, University of Stirling]. <http://hdl.handle.net/1893/3187>
- Ferreira, I. S. V. B. S. (2017). *Educação Intergeracional como Estratégia de Promoção do Envelhecimento Ativo: Análise de necessidades de uma comunidade local, enquanto via fundamentadora de projetos relevantes e sustentáveis* [Tese de doutoramento, Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação, Universidade de Coimbra]. Repositório Científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/43108>
- Ferreira, S. A. (2013). *Tecnologias de Informação e Comunicação e o Cidadão Séniior* [Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro]. RIA Repositório Institucional. <http://hdl.handle.net/10773/12336>
- Fields, J. (2019). We are leaving older adults out of the digital world. *Techcrunch*. Disponível em: <https://techcrunch.com/2019/05/05/we-are-leaving-older-adults-out-of-the-digital-world/>
- Fonseca, A. M. G. (2004). *Uma Abordagem Psicológica da "Passagem À Reforma" - Desenvolvimento, Envelhecimento, Transição e Adaptação* [Tese de Doutoramento, Instituto de Ciências Biomédicas de Abel Salazar, Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10216/9776>
- Forsman, A. K. (2012). *The Importance of Social Capital in Later Life - Mental Health Promotion and Mental Disorder Prevention among Older Adults* [Tese de Doutoramento, the Nordic School of Public Health NHV]. Gothenburg, Sweden. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:787130/FULLTEXT01.pdf>
- Fortes, R., Martins, G., & Castro, P. (2015). *A review of senescent's motivation in the use of tactile devices* [Conferência]. 6th International Conference on Software Development and Technologies for Enhancing Accessibility and Fighting Info-exclusion (Vol. 67, pp.376-387). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.09.282>
- Freitas, M. S. (2010). Letramento digital e formação de professores. *Educação em Revista*, 26(3), 335-352. <https://doi.org/10.1590/S0102-46982010000300017>
- Freitas, P. C. B. (2011). *Solidão em Idosos - Percepção em Função da Rede Social* [Tese de Mestrado, Centro Regional de Braga, Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Católica Portuguesa]. Repositório Universidade Católica. <http://hdl.handle.net/10400.14/8364>
- Foxton, F. & Jones, R. (2011). *Social capital indicators review*. London: Office for National Statistics
- Gáspari, J. C. & Schwartz, G. M. (2005). O Idoso e a Ressignificação Emocional do Lazer. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 21(1), 069-076. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ptp/v21n1/a10v21n1.pdf>
- Gibson, L., Moncur, W., Forbes, P., Arnott, J., Martin, C. & Bhachu, A. S. (2010, setembro). Designing Social Networking Sites for Older Adults [Conferência]. *BCS '10: Proceedings of the 24th BCS*

- Interaction Specialist Group Conference*, 186–194. <https://dl.acm.org/doi/10.5555/2146303.2146331>
- Gil, H. (2019a). A Literacia Digital e as Competências Digitais para a Infoinclusão: por uma inclusão digital e social dos mais idosos. *RE@D - Revista de Educação a Distância e Elearning*, 2 (1). Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.2/8103>
- Gil, H. (2019b). Nativos digitais, migrantes digitais e adultos mais idosos: pontes para a infoinclusão. *Educação, Psicologia e Interfaces*, 3 (2), 163-183. <https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i2.152>
- Gil, H. & Páscoa, G. (2018). O bem-estar através das tecnologias digitais: um estudo em populações 50+. *INFAD Revista de Psicología*. ISSN 0214-9877. 1 (2), 33-42. Disponível em: <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fd.x.doi.org%2F10.17060%2Fijodaep.2018.n2.v1.1144>
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York: John Wiley
- Gomes, C. T. (2014). A temática do envelhecimento na investigação sociológica em Portugal: que produção? *CIES e-Working Paper* N.º 189/2014. Repositório ISCTE-IUL. <http://hdl.handle.net/10071/9887>
- Gómez, D. C. (2018). The Three Levels of the Digital Divide: Barriers in Access, Use and Utility of Internet among Young People in Spain. *Interações Sociedade e as novas modernidades*. <https://doi.org/10.31211/interacoes.n34.2018.a4>
- Gouveia, O. M. R., Matos, A. D. & Schouten, M. J. (2016). Redes sociais e qualidade de vida dos idosos: uma revisão e análise crítica da literatura. *Revista Brasileira Geriatria Gerontologia*, 19 (6). Rio de Janeiro. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-22562016019.160017>
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology* 76, 1360-1380. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2776392>
- Grottke, M., Hacker, J. & Durst, C. (2018). Which Factors Determine Our Online Social Capital? An Analysis Based on Structural Equation Modelling. *Australasian Journal of Information Systems*, 22, Research on Recent Advances in Social Media. <https://doi.org/10.3127/ajis.v22i0.1656>
- Haddon, L. (2004). *Information and communication technologies in everyday life: A concise introduction and research guide*. Oxford, UK: Berg
- Haddon, L. (2011). Domestication analysis, objects of study, and the centrality of technologies in everyday life. *Canadian Journal of Communication*, 36 (2), 311-323. <https://doi.org/10.22230/cjc.2011v36n2a2322>
- Haddon, L. (2016). Domestication and the Media. Em Rössler, P. (Ed.) *The International Encyclopedia of Media Effects*. Wiley-Blackwell, New Jersey. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/291601970_Domestication_and_the_media
- Hague, C., & Payton, S. (2010). *Digital literacy across the curriculum*. Bristol: Futurelab. Disponível em: <https://www.nfer.ac.uk/publications/futl06/futl06.pdf>
- Hammerbauer, M. (2015). Digital agenda. Em Association for International Affairs (AMO), *21st season of Prague Student Summit*. Disponível em: <https://www.amo.cz/en/prague-student-summit/digital-agenda-2/>
- Hampton, K. N. & Wellman, B. (2003). Neighboring in Netville: How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb. *City and Community* 2 (4), 277–311. <https://doi.org/10.1046/j.1535-6841.2003.00057.x>
- Harley, D., & Fitzpatrick, G. (2009). YouTube and intergenerational communication: the case of Geriatric 1927. *Universal Access in the Information Society*, 8(1), 5-20. <https://doi.org/10.1007/s10209-008-0127-y>
- Harper, R. (2001). Social Capital - review of the literature. *Social Analysis and Reporting Division Office for National Statistics*, Reino Unido. Disponível em: <https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=55eb12095dbbd0d1d8b458&assetKey=AS%3A273846748286976%401442301560230>
- Harper, R. & Kelly, M. (2003). *The measurement of social capital in the United Kingdom*. London: Office for National Statistics. Disponível em: <https://www.oecd.org/unitedkingdom/2382339.pdf>

- Helsper, E. (2008). *Digital inclusion: an analysis of social disadvantage and the information society*. Department for Communities and Local Government, London, UK. ISBN 9781409806141. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/26938/>
- Helsper, E. (2009). The ageing Internet: digital choice and exclusion among the elderly. *Working with Older People*, 13 (4). pp. 28-33. Media and Communications, London School of Economics and Political Science. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/26686>
- Helsper, E. (2012). A corresponding fields model for the links between social and digital exclusion. *Communication Theory*, 22 (4). 403-426. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/45013>
- Helsper, E. J. (2017). The Social Relativity of Digital Exclusion: Applying Relative Deprivation Theory to Digital Inequalities: The Social Relativity of Digital Exclusion. *Communication Theory*, 27 (3). 223-242. <https://doi.org/10.1111/comt.12110>
- Helsper, E. & Eynon, R. (2010). Digital natives: where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36 (3), 503-520. <https://doi.org/10.1080/01411920902989227>
- Helsper, E.J. & Van Deursen, A. (2015). A nuanced understanding of Internet use and non-use amongst older adults. *European Journal of Communication* 30(2), 171-187. <https://doi.org/10.1177/0267323115578059>
- Holzinger, A., Searle, G., & Nischelwitzer, A. (2007). On some Aspects of Improving Mobile Applications for the Elderly. Em Stephanidis, C. (ed.) *Coping with Diversity in Universal Access, Research and Development Methods in Universal Access*. LNCS, 4554, 923-932. https://doi.org/10.1007/978-3-540-73279-2_103
- Hope, A., Schwaba, T. & Piper, A. M. (2014, abril 26 - maio 1). *Understanding Digital and Material Social Communications for Older Adults* [Conferência]. Engaging Older Adults Through Technology - 32nd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI 2014, 3903-3912. Toronto, ON, Canada. <https://doi.org/10.1145/2556288.2557133>
- Hynes, D. & Rommes, E. (2005). Fitting the Internet into our lives: Internet courses for disadvantaged users. Em T. Berker, M. Hartmann & Y. Punie, et al. (eds) *Domestication of Media and Technologies*. Maidenhead: Open University Press, 123-144. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/239854225 Fitting the Internet into our lives Internet courses for disadvantaged users](https://www.researchgate.net/publication/239854225_Fitting_the_Internet_into_our_lives_Internet_courses_for_disadvantaged_users)
- Jaafar, W. M. W. (2011). *On-Line Networks, Social Capital and Social Integration: A Case Study of On-Line Communities in Malaysia* [Tese de Doutoramento, University of Canterbury]. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/35465472.pdf>
- Jacob, L. (2007). *Qualidade de vida dos seniores em Portugal. A importância das Universidades da Terceira Idade*. Disponível em: <https://www.medicosdeportugal.pt/info/utentes/qualidade-de-vida-dos-seniores-em-portugal-a-importancia-das-universidades-da-terceira-idade/2/>
- Jacob, L. & Pocinho, R. (2019). ICT, Senior universities and digital security. *Geopolitical, Social Security and Freedom Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.2478/gssfj-2019-0004>
- Jacob, L. & Coelho, A.R. (2020). Atividades Online nas Universidades Seniores em Tempos de Pandemia. *Revista Interacções*, 16, n.º 54, 126-143. Educação Online em Tempos de Pandemia - Desafios e Oportunidades para uma Escola Inclusiva. <https://doi.org/10.25755/int.21091>
- Jantsch, A., Machado, L. R., Behar, P.A. & Lima, J. V. (2012). As Redes Sociais e a Qualidade de Vida: os Idosos na Era Digital. *IEEE-RITA*, 7 (4). ISSN 1932-8540
- Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7 (1), 33-43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Jenkins, H. (Coord.), Purushotma, R., Robison, A. J., Weigel, M. & Clinton, K. (2007). Confronting the challenges of participatory culture. Media education for the 21st century (Part One). *Digital Media and Learning*, 2, 23–33. MacArthur Foundation.
- Jenkins, H. (Coord.), Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A.J. & Weigel, M. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. Chicago. The MacArthur Foundation.

- Jenkins, H., Ito, M. & Boyd, D. (2017). *Culture participative. Une conversation sur la jeunesse, l'éducation et l'action dans un monde connecté*. Collection Les enfants du numérique. Cambridge, U.K: Polity Press Ltd,
- Jenkins, H. (2018). Fandom, Negotiation, and Participatory Culture. Em P. Booth, *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (Chapter 1, pp. 11-26). Wiley Online Library. <https://doi.org/10.1002/9781119237211.ch1>
- Jiménez, J. L. C., Gallego, M. M. V., Villa, E. H. & Echeverri, Á. Q. (2013). El sentimiento de soledad en adultos. *Medicina U.P.B.*, 32(1), 9-19. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=159029099002>
- Jones, S. (1999). *Doing Internet Research - Critical Issues and Methods for Examining the Net*. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.4135/9781452231471>
- Júdice, A. M. C. (2011). *As novas tecnologias ao serviço do bem-estar do idoso. O papel do serviço social* [Dissertação de mestrado, ISCTE]. Repositório do ISCTE-IUL. <http://hdl.handle.net/10071/5155>
- Jung, E. H. & Sundar, S. S. (2016). Senior citizens on Facebook: How do they interact and why? *Computers in Human Behavior*, 61, 27-35. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.080>
- Jung, E. H., Walden, J., Johnson, A. C. & Sundar, S. S. (2017). Social networking in the aging context: Why older adults use or avoid Facebook. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1071-1080. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2017.04.015>
- Karahasanovic, A., Brandtz, P. B., Heim, J., Lüders, M., Vermeir, L., Pierson, J., Lievens, B., Vanattenhoven, J. & Jans, G. (2009). Co-creation and user-generated content—elderly people's user requirements. *Computers in Human Behavior*, 25(3), 655-678. DOI: [10.1016/j.chb.2008.08.012](https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.08.012)
- Karavidas, M., Lim, N. K., & Katsikas, S. L. (2005). The effects of computers on older adult users. *Computers in Human Behavior*, 21(5), 697–711. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.012>
- Katz, E., Haas, H. & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164-181. <https://doi.org/10.2307/2094393>
- Kelty, C., Panofsky, A., Currie, M., Crooks, R., Erickson, S., Garcia, P., Wartenbe, M. & Wood, S. (2015). Seven Dimensions of Contemporary Participation Disentangled. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66 (3), 474–488. <https://doi.org/10.1002/asi.23202>
- Khalaila, R. & Vitman-Schorr, A. (2017). Internet use, social networks, loneliness, and quality of life among adults aged 50 and older: mediating and moderating effects. *Quality of Life Research*, 27, 479–489, (2018). <https://doi.org/10.1007/s11136-017-1749-4> -
- Khosravi, P., Rezvani, A. & Wiewiora, A. (2016). The impact of technology on older adults' social isolation. *Computers in Human Behavior* 63, 594-603. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.092>
- Kim, J. (2014). The main uses and gratifications of facebook use for international students in Hawai'i [Tese de Mestrado, University Hawai'i]. Disponível em: https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/100348/Kim_James_r.pdf
- Kim, M. J., Lee, C. & Preis, M. W. (2016). Seniors' loyalty to social network sites: Effects of social capital and attachment. *International Journal of Information Management*, 36(6, Part A), 1020–1032. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.04.019>
- Knowles, M., Holton, E. & Swanson, R. (2012). *The Adult Learners* (7ª edição). London and New York: Routledge.
- Koss, V., Azad, S., Gurum, A. & Rosenthal, E. (2014). 'This is for everyone' The case for universal digitisation. PWC: Booz & Company
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T. & Scherlis, W. (1998). The Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being. *American Psychologist*, 53, 1017–1032. DOI: [10.1037/0003-066x.53.9.1017](https://doi.org/10.1037/0003-066x.53.9.1017)
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49–74. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00248>
- Lapa, T. (2014). *A infância em rede: Media e quadros de existência infantis na Sociedade em rede* [Tese de Doutoramento, ISCTE-IUL]. Repositório do ISCTE. <http://hdl.handle.net/10071/12331>

- Lapa, T. (2019, julho 26-31). *Durkheim's Legacy in the Digital Age: The "Elementary Forms" of Digital Communication of Portuguese Senior Users of Social Network Sites*. Em Human Aspects of IT for the Aged Population. Design for the Elderly and Technology Acceptance, 5th International Conference on Human Aspects of IT for the Aged Population, ITAP 2019, held as part of the 21st International Conference on Human-Computer Interaction, HCI International 2019. Orlando, United States, Proceedings, Part I. https://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-22012-9_29
- Lapa, T. & Vieira, J. (2019). Divisões digitais em Portugal e na Europa. Portugal ainda à procura do Comboio Europeu? *Sociologia online*, 21, 62-82. <https://dx.doi.org/10.30553/sociologiaonline.2019.21.3>
- Lee, B. (2007). *Older adults' user experiences with mobile phones: identification of user clusters and user requirements* [Tese de doutoramento, Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia]. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/228990420>
- Lee, B., Chen, Y., & Hewitt, L. (2011). Age differences in constraints encountered by seniors in their use of computers and the Internet. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1231–1237. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.01.003>
- Lee, H., Park, N., Hwang, Y., (2015). A new dimension of the digital divide: Exploring the relationship between broadband connection, smartphone use and communication competence. *Telematics and Informatics*, 32 (1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.02.001>
- Lehtinen, V., Näsänen, J. & Sarvas, R. (2009, setembro 1-5). *A Little Silly and Empty-Headed – Older Adults' Understandings of Social Networking Sites* [Conferência]. Proceedings of the 2009 British Computer Society Conference on Human-Computer Interaction, BCS-HCI 2009, Cambridge, United Kingdom (pp. 45–54). DOI: [10.1145/1671011.1671017](https://doi.org/10.1145/1671011.1671017)
- Leist, A. K. (2013). Social Media Use of Older Adults: A Mini-Review. *Gerontology* (Online Access), 59(4). <https://doi.org/10.1159/000346818>
- Lemieux, V. & Ouimet, M. (2004). *Análise Estrutural das redes sociais*. Lisboa, Instituto Piaget
- Leung, L. & Lee, P. (2005). Multiple determinants of life quality: The roles of Internet activities, use of new media, social support, and leisure activities. *Telematics and Informatics*, 22(3), 161-180. DOI: [10.1016/j.tele.2004.04.003](https://doi.org/10.1016/j.tele.2004.04.003)
- Levitas, R., Pantazis, C., Fahmy, E., Gordon, D., Lloyd, E. & Patsios, D. (2007). *The multi-dimensional analysis of social exclusion*. Project Report: University of Bristol. <https://dera.ioe.ac.uk/6853/1/multidimensional.pdf>
- Liu, Z., Wang, X. & Liu, J. (2018). How digital natives make their self-disclosure decisions: a crosscultural comparison. *Information Technology & People*, 32 (3). 538-558. <https://doi.org/10.1108/ITP-10-2017-0339>
- Livingstone, S. (2002). *Young people, new media*. Londres: Sage. Disponível em: [http://eprints.lse.ac.uk/21177/1/Young_people_new_media_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/21177/1/Young_people_new_media_(LSERO).pdf)
- Livingstone, S.; Van Couvering, E. & Thumim, N. (2003). Adult Media Literacy. A review of the research literature. *Ofcom. Communications Act* (2003) that it “promote media literacy”. <https://core.ac.uk/download/pdf/4155054.pdf>
- Livingstone, S. (2004). *What is media literacy?* *Intermedia*, 32 (3). 18-20. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/1027>
- Livingstone, S., Couvering, E. V., & Thumin, N. (2008). Converging traditions of research on media and information literacies: Disciplinary, critical, and methodological issues. J. Coiro, M. Knobel, C. Lankshear, & D. J. Leu (Eds.) *Handbook of research on new literacies* (pp. 103-132). Nova Iorque: Lawrence Erlbaum Associates
- Levy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Levy, P. (2004). *As Tecnologias da Inteligência: O Futuro do Pensamento na Era da Informática*. Editora 34 Ltda.
- Lin, N. (1999). Building a network theory of Social Capital. *Connections*, 22(1), 28-51. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.96.3792&rep=rep1&type=pdf>
- Lin, N. (2001). *Social Capital - A Theory os social structure and Action*. Cambridge University Press. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Reza_Azarian3/publication/281088424

- [review of 'Social Capital A Theory of Social Structure and Action' by Nan Lin 2001/links/59ce8bf2a6fdcc181abb5e39/review-of-Social-Capital-A-Theory-of-Social-Structure-and-Action-by-Nan-Lin-2001](http://pro-classic.com/ethnicgv/SN/SC/paper-final-041605.pdf)
- Lin, N. (2005). A Network Theory of Capital social. Em D. Castiglione, J. V. Deth & G. Wolleb (Ed.), *Handbook on Social Capital*. Oxford: Oxford University Press. Disponível em: <http://pro-classic.com/ethnicgv/SN/SC/paper-final-041605.pdf>
- Lin, X., Zhang, D. & Li, Y. (2016). Delineating the dimensions of social support on social networking sites and their effects: A comparative model. *Computers in Human Behavior*, 58, 421-430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.017>
- Lindley, S. E., Harper, R. & Sellen, A. (2008, setembro 1-5). *Designing for Elders: Exploring the Complexity of Relationships in Later Life [Conferência]*. 22nd British HCI Group Annual Conference on HCI 2008: People and Computers XXII: Culture, Creativity, Interaction - Volume 1, BCS HCI 2008, Liverpool, United Kingdom. DOI: [10.1145/1531514.1531525](https://doi.org/10.1145/1531514.1531525)
- Lindley, S. E., Harper, R. & Sellen, A. (2009). *Desiring to be in Touch in a Changing Communications Landscape: Attitudes of Older Adults*. CHI '09: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 1693–1702). <https://doi.org/10.1145/1518701.1518962>
- Lobet-Maris, C., & Galand, J. (2004). Seniors and ICT's: A sense of Wisdom. *Communications & Strategies*, 53, 87-101. Disponível em: <http://www.crid.be/pdf/public/7394.pdf>
- Lopes, P. C. (2012). *Literacia mediática: novas competências para infoadictos*. Em A. P. de Sociologia (Ed.), VII Congresso Português de Sociologia. Sociedade, Crise e Reconfigurações (pp. 1–11). Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação: Associação Portuguesa de Sociologia. Disponível em: http://www.aps.pt/vii_congresso/papers/finais/PAP0119_ed.pdf
- Loureiro, A. & Barbas, M. (2014). Active Ageing – enhancing digital literacies in elderly citizens. Em Zaphiris P., Ioannou A. (eds) *Learning and Collaboration Technologies*. Technology-Rich Environments for Learning and Collaboration. LCT 2014. Lecture Notes in Computer Science, vol 8524. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-07485-6_44
- McLoughlin, C. & Lee, M. (2007). Social software and participatory learning: Pedagogical choices with technology affordances in the Web 2.0 era. *Computer Science*. Disponível em: https://www.semanticscholar.org/paper/Social-software-and-participatory-learning%3A-choices-McLoughlin-Lee/f78191fa7daf0e5_e60d8dcb38b66920b8a1dc090
- MCQuail, D. (2003) *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Madden, M. (2010). Older Adults and Social Media. *Pew Internet & American Life Project*. Disponível em: <http://pewinternet.org/Reports/2010/Older-Adults-and-Social-Media.aspx>
- Manso, M. E. G., Comosako, V. T. & Lopes, R. G. C. (2018). Idosos e isolamento social: algumas considerações. *Revista Portal de Divulgação*, 58, 82-86. Disponível em: <http://revistalongeviver.com.br/index.php/revistaportal/article/download/750/811>
- Marcelino, I., Laza, R. & Pereira, A. (2016). SSN: Senior Social Network for Improving Quality of Life. *International Journal of Distributed Sensor Networks*. <https://doi.org/10.1177%2F155014772150734>
- Marteleteo, R. M. & Silva, A. B. O. (2004). Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. *Ciência da informação*, 33(3), 41-49. <http://dx.doi.org/10.1590/S0100-19652004000300006>
- Martin, A. (2006). Literacies for the digital age. Em A. Martin and D. Madigan (Eds.), *Digital literacies for learning* (pp. 3–25). London: Facet Publishing. Disponível em: https://litmedmod.ca/sites/default/files/pdf/bawden-lankshear-knobel_et_al-digitalliteracies_lr.pdf
- Martin, A. (2008). Digital Literacy and the “Digital Society”. Em C. Lankshear & M. Knobel (ED.), *Digital Literacies - Concepts, Policies and Practices*, (pp. 151-176). New York: Peter Lang Publishing
- Martin, C., Hope, S., Zubairi, S. & Ipsos MORI Scotland. (2016). *The role of digital exclusion in social exclusion*. The Carnegie UK. Disponível em: https://d1ssu070pg2v9i.cloudfront.net/pex/carnegie_uk_trust/2016/09/LOW-2697-CUKT-Digital-Participation-Report-REVISE.pdf

- Martins, R. M. L. (2016). Os Idosos e as Actividades de Lazer. *Revista Millenium*, 38, 243-251. Disponível em: <https://revistas.rcaap.pt/millenium/article/view/8260/5872>
- Martins, R. M. L. & Santos, A. C. A. (2008). Ser idoso hoje. *Revista Millenium*, 35, 1-8. Disponível em: <https://revistas.rcaap.pt/millenium/article/view/8305/5915>
- Matheus, R. F. & Silva, A. B. O. (2006). Análise de redes sociais como método para a Ciência da Informação. *DataGramZero*, 7(2). Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/5910>
- Mazzoni, E., Baiocco, L., Cannata, D. & Dimas, I. (2016). Is Internet the cherry on top or a crutch? Offline social support as moderator of the outcomes of online social support on Problematic Internet Use. *Computers in Human Behavior*, 56, 369-374. DOI: [10.1016/j.chb.2015.11.032](https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.032)
- Medina, J. (2005). Brecha e inclusion digital en Chile: los desafíos de una nueva alfabetización. *Comunicar*, 24, 77-84. <https://doi.org/10.3916/C24-2005-12>
- Medina, J. I. G.-V. (2011). Una definición estructural de capital social. *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 20, 132-160. Disponível em: <https://www.raco.cat/index.php/Redes/article/view/249752>
- Melro, A. & Oliveira, L. (2013). Acesso aos novos media e competências infocomunicacionais em três gerações familiares. *Revista Comunicando - Tecnologias de informação, novos media e literacia digital*, 2, 73-188. Disponível em: <http://www.revistacomunicando.sopcom.pt/edicao/37>
- Michailidou, E., Parmaxi, A., Zaphiris, P. (2014). Culture effects in online social support for older people: perceptions and experience. *Universal Access in the Information Society* 14(2). DOI: [10.1007/s10209-014-0346-3](https://doi.org/10.1007/s10209-014-0346-3)
- Miranda, G. L. (org.), Runa, A. I., Matos, A., Ponte, C., Cardoso, G., Hancock, J. T., Amado, J., Simões, J. A., McKenna, K. Y. A., Baptista, T. M., Lapa, T. & Postmes, T. (2015). *Psicologia dos Comportamentos Online*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Mohadis, H., & Ali, N. (2014). *A Study of Smartphone Usage and Barriers Among the Elderly*. Em 3rd International Conference on User Science and Engineering (i-USER) (pp. 109-114). <https://doi.org/10.13140/2.1.1732.8321>
- Monteiro, C. M. G. (2015). *A percepção das redes sociais do idoso antes e depois da institucionalização* [Dissertação de Mestrado, ISCTE-IUL]. Repositório do ISCTE. <http://hdl.handle.net/10071/5962>
- Morse, J. M. (1994). Designing funded qualitative research. Em N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (p. 220-235).
- Murayama, H., Fujiwara, Y. & Kawachi, I. (2012). Social capital and health: a review of prospective multilevel studies. *Japan Epidemiology*, 22(3), 179-187. <https://doi.org/10.2188/jea.jea20110128>
- Murdock, G., Hartmann, P., & Gray, P. (1995). Contextualizing Home Computers: Resources and Practices. Em N. Heap, R. Thomas, G. Einon, R. Mason & H. Mackay (Eds.), *Information Technology and Society: A Reader* (pp. 269-283). London: Sage
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. <https://doi.org/10.2307/259373>
- Nef, T., Ganea, R. L., Müri, R. M. & Mosimann, U. P. (2013). Social networking sites and older users – a systematic review. *International Psychogeriatrics*, 25 (7), 1-13. DOI: [10.1017/S1041610213000355](https://doi.org/10.1017/S1041610213000355)
- Neto, F. (1989). Avaliação da Solidão. *Psicologia Clínica*, 2, 65-79. Disponível em: https://www.iscet.pt/uploads/obSolidao/avaliacao_solidao_felix_neto.pdf
- Neves, B. B. (2013). *Social Capital and Internet Use: The Irrelevant, the Bad, and the Good*. Sociology Compass 7/8. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/soc4.12059/abstract>
- Neves, B. B. (2015). Does the Internet matter for strong ties? Bonding social capital, Internet use, and age-based inequality. *International Review of Sociology*, 25:3, 415-433. <https://doi.org/10.1080/03906701.2015.1050307>
- Neves, É. (2017). *Isolamento da pessoa mais velha* [Dissertação de mestrado, Instituto Politécnico de Beja, Escola Superior de Educação]. Repositório IPBeja. <http://hdl.handle.net/20.500.12207/4691>
- Neves, B. B. & Amaro, F. (2015). *A utilização da Internet pelas pessoas idosas - uma perspectiva crítica*. Em *Tecnologias da informação no processo de envelhecimento Humano*, Passo Fundo: Ed.

- Universidade de Passo Fundo, UPF Editora. Disponível em: <https://bbneves.com/wp-content/uploads/2010/02/A-utilizac%C3%A7a%C3%83o-da-Internet-pelas-pessoas-idosas-uma-perspectiva-cri%C3%81tica.pdf>
- Neves, R. B., Barbosa, F., Matos, A. D., Rodrigues, V. & Machado, J. (2013). *Unemployed 50+: exploring risk factors for depression in Europe*. Walter de Gruyter. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/41844>
- Neves, B. B. & Fonseca, J. R.S. (2015). Latent Class Models in action: Bridging social capital & Internet usage. *Social Science Research*, 50, 15-30. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2014.11.002>
- Neves, B. B., Fonseca, J. R. S., Amaro, F. & Pasqualotti, A. (2018). Social capital and Internet use in an age comparative perspective with a focus on later life. *PLoS ONE* 13(2), e0192119. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0192119>
- Neves, B. B., Franz, R. L., Munteanu, C. & Baecker, R. (2017a). Adoption and feasibility of a communication app to enhance social connectedness amongst frail institutionalized oldest old: an embedded case study. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1681-1699. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2017.1348534>
- Neves, B. B., Franz, R., Judges, R., Beermann, C. & Baecker, R. (2017b). Can Digital Technology Enhance Social Connectedness Among Older Adults? A Feasibility Study. *Journal of Applied Gerontology*, 38(1), 49-72. <https://doi.org/10.1177%2F0733464817741369>
- Newall, N. E. G. & Menec, V. H. (2017). Loneliness and social isolation of older adults: Why it is important to examine these social aspects together. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(3), 1–15. <https://doi.org/10.1177%2F0265407517749045>
- Nikou, S., Brännback, M. Widén, G. (2019, junho 8-14). *The impact of digitalization on literacy: digital immigrants vs. Digital natives* [Conferência]. 27th European Conference on Information Systems (ECIS), Stockholm & Uppsala, Sweden. Disponível em: https://aisel.aisnet.org/ecis2019_rp/39
- Oh, H. J., Ozkaya, E. & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30, 69-78. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.053>
- Oliveira, M. S. (2019). *A utilização da Internet pelos seniores: Usos e gratificações* [Tese de Doutoramento, Universidade do Minho]. Repositório da Universidade do Minho. <http://hdl.handle.net/1822/62624>
- Onyx, J. & Bullen, P. (2000). Measuring Social Capital in Five Communities. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 23-42. <https://doi.org/10.1177%2F0021886300361002>
- Osuna, J. B. & Gavira, S. A. (2016). Las personas mayores y las redes sociales. Un análisis de la situación actual. *Aula de Encuentro*, 18(1), 228-250. Disponível em: <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/ADE/article/view/2878>
- Palmgreen, P., Wenner, L. A. & Rosengren, K. E. (1985). Uses and gratifications research: the past ten years. Em K. E. Rosengren, L. A. Wenner & P. Palmgren (ed.), *Media Gratifications Research. Current Perspectives* (pp. 11-37). SAGE Publication
- Páscoa, G. (2012). *O contributo da web social – rede social Facebook – para a promoção do envelhecimento ativo: estudo de caso realizado na USALBI* [Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.5/4427>
- Páscoa, G. (2017). *Fatores Socioculturais na Formação ao Longo da Vida: Um estudo sobre a aprendizagem das Tecnologias da Informação e da Comunicação em Populações 50+* [Tese de Doutoramento, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.5/13214>
- Páscoa, G. & Gil, H. (2012, junho 1-2). *Redes Sociais como complemento de Aprendizagem ao longo da vida: As Universidades Seniores e a web 2.0* [Conferência]. Conferencia Ibérica em Inovação na Educação com TIC. Bragança. Livro de Atas. ISBN 978-972-745-130-2. (pp. 96-108). Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.11/1309>

- Páscoa, G. & Gil, H. (2015). As TIC como antídoto para a solidão e Isolamento do Cidadão sénior. Uma Plataforma essencial para alcançar o Bem-estar mental e social. *SENSOS* 10, 5 (2), Revista do Centro de Investigação e Inovação em Educação. Disponível em: <http://sensos.ese.ipp.pt/revista/index.php/sensos/article/view/214/110>
- Páscoa, G. M. G. & Gil, H. M. P. T. (2017). Envelhecimento e competências digitais: um estudo em populações 50+. *Revista Kairós - Gerontologia*, 20(3), 31-56. ISSN 2176-901X. São Paulo (SP), Brasil: FACHS/NEPE/PEPGG/PUC-SP. Doi: <http://dx.doi.org/10.23925/2176-901X.2017v20i3p31-56>
- Páscoa, G. M. G., & Gil, H. M. P. T. (2019). As universidades seniores e o envelhecimento ativo: os impactos junto das pessoas idosas em Portugal. *Revista Kairós-Gerontologia*, 22(1), 41-58. ISSN 2176-901X. São Paulo (SP), Brasil: FACHS/NEPE/PEPGG/PUC-SP. doi: <http://dx.doi.org/10.23925/2176-901X.2019v22i1p41-58>
- Patrício, M. R. & Osório, A. (2013, outubro 17-19). *Como os adultos idosos usam o Facebook para literacia digital e aprendizagem ao longo da vida: um estudo de caso de aprendizagem intergeracional*. Aprender, colaborar e innovar a través de las TIC. Ponencias, investigaciones y experiencias educativas, III Congreso Ibérico de Innovación en Educación con las TIC (ietIC 2013), Universidad de Salamanca. ISBN: 978-84-942267-0-0
- Pereira, J. C. (2015). *O Envelhecimento Ativo na Perspetiva de Pessoas Idosas que Frequentam a Universidade Sénior de Águeda* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório da Universidade de Aveiro.
- Pervushin, N. (2015). Internet as a new space for life: phenomenological view. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 190, 227-233. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.940>
- Pettenati, M. C. & Ranieri, M. (2006, outubro 1-2). *Informal learning theories and tools to support knowledge management in distributed CoPs*. Proceedings of the EC-TEL06 Workshops, Crete, Greece. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/220265701_Informal_Learning_Theories_and_Tools_to_Support_Knowledge_Management_in_Distributed_CoPs
- Phua, J., Jin, S. V. & Kim, J. (2017). Uses and Gratifications of Social Networking Sites for Bridging and Bonding Social Capital: A Comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 72, 115-122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.041>
- Pires, R. P. (2012). *O problema da integração*. *Sociologia*, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, XXIV, 55-87. Disponível em: <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/10758.pdf>
- Pocinho, R. F. S. (2014). *Mayores en contextos de aprendizaje: Caracterización y efectos psicológicos en los alumnos de las Universidades de Mayores en Portugal* [Tese de Doutoramento, Facultat de Psicología, Universitat de València]. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/71027478.pdf>
- Portes, A. (2000). Capital Social: Origens e Aplicações na Sociologia Contemporânea. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (33), 133-158. Disponível em: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-6529200000200007&lng=pt&tlang=pt
- Purcell, P. (2006). *Networked Neighbourhoods. The Connected Community in Context*. Springer-Verlag London Limited
- Putman, R. D. (1993). *The Prosperous Community - Social Capital and Public Life*. The American Prospect (Internet), (13), 35-42.
- Putman, R. (2000). *Bowling Alone: the collapse and revival of american community*. Simon & Schuster, Inc. EUA
- Putman, R. (2002). *Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*. Oxford University Press
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *From On the Horizon*, 9(5), 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Quan-Haase, A. & Wellman, B. (2004). How does the Internet Affect Social Capital. Em M. Huysman & V. Wulf (Eds.), *Social capital and information technology* (pp. 113-135), Cambridge, MA: MIT Press

- Quan-Haase, A., Mo, G. Y. & Wellman, B. (2017). Connected seniors: how older adults in East York exchange social support online and offline. *Information, Communication & Society*, 20(7), 967–983. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2017.1305428>
- Quan-Haase, A., Wang, H., Wellman, B., & Zhang, R., (2018). Weaving family connections on and offline: The turn to networked individualism. Em B. B. Neves & Cláudia Casimiro (Eds.), *Connecting families? Information & communication technologies in a life course perspective*. Bristol: Policy Press. DOI: 10.1332/policypress/9781447339946.001.0001
- Quintanilha, T. L., Paisana, M. & Cardoso, G. (2020). Retrato geracional do consumo online de notícias em Portugal: contributos para o debate sobre literacias digitais. *Comunicação Pública*, 15(28). <https://doi.org/10.4000/cp.6808>
- Ragnedda, M. & Ruiu, M. (2017). Social capital and the three levels of digital divide. Em M. Ragnedda & G. Muschert (eds.), *Theorizing Digital Divides* (pp. 21-34). Abingdon: Taylor & Francis. (Routledge Advances in Sociology). <https://doi.org/10.4324/9781315455334-3>
- Ramos, M. (2007). Os sintomas depressivos e as relações sociais na terceira idade. *Revista do Departamento de Psicologia - UFF*, 19(2), 397-410. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-80232007000200010>
- Rebelo, A. C. B. C. (2013). *Seniores em rede: motivações para o uso da Internet e do Facebook pelos mais velhos* [Dissertação de Mestrado, ISCTE-IUL]. Repositório do ISCTE. <http://hdl.handle.net/10071/6600>
- Rebelo, B. P. A. (2014). *Universidades Seniores e o Envelhecimento Ativo: Um Estudo de Caso*. [Dissertação de Mestrado, ISCTE-IUL]. Repositório do ISCTE. <http://hdl.handle.net/10071/8194>
- Rebelo, C. (2016). Exclusão Digital Séniior: Histórias De Vida, Gerações E Cultura Geracional. *Revista Comunicando*, 5(1). Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/12939>
- Recuero, R. C. (2005). Um estudo do Capital Social gerado a partir de Redes Sociais no Orkut e nos Weblogs. *Revista FAMECOS*, 12(28), 88-106. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2005.28.3340>
- Recuero, R. (2012). O capital social em rede: como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social. *Contemporânea, Comunicação e Cultura*, 10(03), 597-617. <http://dx.doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v10i3.6295>
- Reis, C. (2014). *Perfil, comportamentos, usos, atitudes e escolhas de consumo e bem-estar na população sénior portuguesa* [Dissertação de mestrado, ISCTE-IUL]. Repositório do ISCTE-IUL. <http://hdl.handle.net/10071/8903>
- Renaud, K., & Biljon, J. V. (2008, outubro 6-8). *Predicting technology acceptance and adoption by the elderly: A qualitative study* [Conferência]. Annual Research Conference of the South African Institute of Computer Scientists and Information Technologists, Wilderness, South Africa. <http://dx.doi.org/10.1145/1456659.1456684>
- Rheingold, H. (2006). Social Networks and Nature of Communities. Em Purcell (2006), *Networked Neighbourhoods. The Connected Community in Context*, pp. 47-76. Springer-Verlag London Limited.
- Rosa, A. F. S. P. (2010). *Idosos mais idosos: narrativas, ciclo de vida e estilos de vida* [Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório da Universidade de Aveiro
- Ritchie, J. & Lewis, J. (2003). *Qualitative Research Practice. A Guide for Social Science Students and Researchers*. SAGE Publications
- Richter, D., Bannier, S., Glott, R., Marquard, M. & Schwarze, T. (2013). Are Internet and Social Network Usage Associated with Wellbeing and Social Inclusion of Seniors? –The Third Age Online Survey on Digital Media Use in Three European Countries. Em C. Stephanidis, M. Antona (eds), *Universal Access in Human-Computer Interaction. User and Context Diversity*. UAHCI 2013. Lecture Notes in Computer Science, 8010. Berlin, Heidelberg: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-39191-0_24
- Roberto, M. S., Fidalgo, A. & Buckingham, D. (2015). De que falamos quando falamos de infoexclusão e literacia digital? Perspetivas dos nativos digitais. *OBS** [online], 9(1), pp.43-54. <https://doi.org/10.15847/obsOBS912015819>

- Rodrigues, C. & Morgado, L. (2019). Apropriação de Dispositivos Móveis no Quotidiano dos Seniores: Investigação sobre um Protótipo de Modelo de Formação. Em C. G. Marques, I. Pereira & D. Pérez (Eds). *Book of Proceedings of the 21st International Symposium on Computers in Education*, pp. 137-142, Tomar: Instituto Politécnico de Tomar. <http://hdl.handle.net/10400.2/9719>
- Rodrigues, F. & Oliveira, L. (2012). As dinâmicas de domesticação dos novos media pelas diferentes gerações e o relacionamento inter-geracional no seio familiar. *Atas do VII Congresso Português de Sociologia*, Porto: APS. ISBN: 978-989-97981-0-6, 1-19, 2012 https://www.academia.edu/5902410/As_Din%C3%A2micas_De_Domestica%C3%A7%C3%A3o_Dos_Novos_Media_Pelas_Diferentes_Gera%C3%A7%C3%B5es_e_o_Relacionamento_Inter_Geracional_no_Seio_Familiar
- Rosales, A., & Fernández-Ardèvol, M. (2016, setembro). *Smartphones, apps and older people's interests: from a generational perspective*. MobileHCI '16: Proceedings of the 18th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services (pp. 491-503). New York, USA: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/2935334.2935363>
- Santos, R., Azevedo, J., & Pedro, L. (2016). Literacia(s) digital(ais): definições, perspectivas e desafios. *Media & Jornalismo*, 15(27), 17-44. https://doi.org/10.14195/2183-5462_27_1
- Saunders, E. J. (2010). Maximizing computer use among the elderly in rural senior centers. *Educational Gerontology*, 30(7), 573-585. <https://doi.org/10.1080/03601270490466967>
- Schejter, A., Harush, B. O.R. & Tirosh, N. (2015, abril 9-10). *Re-theorizing the "digital divide": Identifying dimensions of social exclusion in contemporary media technologies*. FACE Conference: European Media Policy 2015: New Contexts, New Approaches (Unpublished).
- Schneider, R. H. & Irigaray, T. Q. (2008). O envelhecimento na atualidade: aspectos cronológicos, biológicos, psicológicos e sociais. *Estudos de Psicologia*, 25(4), 585-593. Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, Brasil. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-166X2008000400013>
- Sebastião, S. P. (2014). A literacia digital e a participação cívica. *Educação, Sociedade & Culturas*, 42, 111-132. Disponível em: https://www.fpce.up.pt/ciie/sites/default/files/ESC42_S_P_Sebastiao.pdf
- Selber, S. (2004). *Multiliteracies for a Digital Age*. Illinois: Southern Illinois University Press
- Selwyn, N. (2004). The information aged: A qualitative study of older adults' use of information and communications technology. *Journal of Aging Studies*, 18(4), 369–384. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2004.06.008>
- Shaw, L. H. & Gant, L. M. (2002). In defense of the Internet: The relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *CyberPsychology & Behavior*, 5(2):157-71. <https://doi.org/10.1089/109493102753770552>
- Silva, L. O., & Abreu, J. F. (2003). Cidades digitais: o novo “urbanismo” potencial catalisador da lusofonia. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, 1(1), 57–71. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/anuariolusofono/article/view/1139/887>
- Silva, C. A., Fialho, J. & Saragoça, J. (2013). Análise de redes sociais e Sociologia da acção. Pressupostos teórico-metodológicos. *Revista da sociedade Angolana de Sociologia*, (11), 91-106. ISSN 1646-9860. <http://hdl.handle.net/10174/10039>. Disponível em: <https://journals.openedition.org/ras/361#tocto1n4>
- Silva, F., Scortegagna, S. A. & Marchi, A. C. B. (2018). Facebook as a Social Support Environment for Older Adults. *Universitas Psychologica*, 17(3), 1–11. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uspy.17-3.fsse>
- Silverstone, R. & Haddon, L. (1996). Design and the domestication of information and communication technologies: technical change and everyday life. Em R. Silverstone & R. Mansell (eds), *Communication by Design*. Oxford: Oxford University Press, pp. 44–74. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/35437856.pdf>
- Silverstone, R., Hirsch, E. & Morley, D. (1992). Information and communication technologies and the moral economy of the household. Em R. Silverstone & E. Hirsch (eds), *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, pp. 115–131. London: Routledge.
- Slegers, K., Boxtel, M., & Jolles, J. (2008). Effects of computer training and Internet usage on the well-being and quality of life of older adults: A randomized, controlled study. *The journals of*

- gerontology*. Series B, Psychological sciences and social sciences, 63(3), 176-184. <https://doi.org/10.1093/geronb/63.3.p176>
- Smith, A. (2014). *Older adults and technology use*. Disponível em: <http://www.pewInternet.org/2014/04/03/older-adults-and-technology-use/>
- Solomon, M. R. (2002). O comportamento do consumidor: comprando possuindo e sendo. Tradução de Lene Belon Ribeiro. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman
- Steinfield, N. E., Lampe, C. & Vitak, J. (2012). Online Social Network Sites and the Concept of Social Capital. Em F. L. Lee, L. Leung, J.S. Qiu & D. Chu (eds), *Frontiers in New Media Research*, New York: Routledge, pp. 115-131. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/275097667_Online_Social_Network_Sites_and_the_Concept_of_Social_Capital
- Sum, S., Mathews, M. R., Pourghasem, M. & Hughes, I. (2008). Internet Technology and Social Capital: How the Internet Affects Seniors' Social Capital and Wellbeing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), 202–220. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.01437.x>
- Swissinfo, M. A. R., Yang, X., Fenazzi, S., Uda, K. (2020). *Idosos cada vez mais presentes na Internet*. Pro Senectute. Disponível em: <https://www.swissinfo.ch/por/idosos-cada-vez-mais-presentes-na-Internet/46178210>
- Teixeira, L. M. F. (2010). *Solidão, Depressão e Qualidade de Vida em Idosos: Um Estudo Avaliativo Exploratório e Implementação-Piloto de um Programa de Intervenção* [Tese de Mestrado, Faculdade de Psicologia, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/5134>
- Teng, C. E. & Joo, T. M. (2017). Analyzing the Usage of Social Media: A Study on Elderly in Malaysia. *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(3), 737 - 743. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1130321>
- Tilvis, R. S., Laitala, V., Routasalo, P. E. & Pitkälä, K. H. (2011). Suffering from loneliness indicates significant mortality risk of older people. *Journal of Aging Research*, 2011, 1–5. <https://doi.org/10.4061/2011/534781>
- Turkle, S. (2010). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. p.3-15, Basic Books, A Member of the Perseus Books Group, NY
- Valer, D. B., Bierhals, C. C. B. K., Aires, M. & Paskulin, L. M. G. (2015). O significado de envelhecimento saudável para pessoas idosas vinculadas a grupos educativos. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, 18(4), 809-819. <http://dx.doi.org/10.1590/1809-9823.2015.14042>
- Valentine, A. B. A. (2011). *Uses and Gratifications os Facebook Members 35 years and Older* [Tese de Mestrado, University of North Texas]. Repositório UNT Digital Library. Disponível em: <https://citeserx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.476.4187&rep=rep1&type=pdf>
- Van Deursen, A. J. A. M. (2010). *Internet Skills. Vital assets in an information society* [Tese Doutoramento, University of Twente]. <https://doi.org/10.3990/1.9789036530866>
- Van Deursen, A., & Van Dijk, J. (2014). *Digital Skills. Unlocking the Information Society*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137437037>
- Van Deursen, A.J.A.M. & Helsper, E.J. (2015). A nuanced understanding of Internet use and non-use amongst the elderly. *European Journal of Communication*, 30(2), 171-187. <https://doi.org/10.1177/0267323115578059>
- Van Dijk, J. (2013). A theory of the digital divide. Em M. Ragnedda & G. W. Muschert (eds.), *The digital divide: The Internet and social inequality in international perspective* (pp. 29-51). (Routledge advances in sociology; Vol. 73, No. 73). Routledge. Disponível em: https://research.utwente.nl/files/5583582/The_Digital_Divide_-_Hoofdstuk_2_A_theory_of_the_digital_divide.pdf
- Van Joolingen, W. (2004). *The PISA framework for assessment of ICT literacy* [Apresentação]. Disponível em: <http://www.ictliteracy.info/rf.pdf/PISA%20framework.ppt>
- Varela, C. C. B. (2012). *O Impacto dos Cursos TIC das Universidades Séniors na Inclusão Digital da Terceira Idade* [Dissertação de mestrado, Instituto de Educação da Universidade de Lisboa, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa <http://hdl.handle.net/10451/7810>

- Velho, F. D. & Herédia, V. B. M. (2020). O idoso em quarentena e o impacto da tecnologia em sua vida. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 12 (3 - Especial Covid-19), 1-14. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a09>
- Vilte, D., Saldaño, V., Martín, A., Gaetán, G. (2013). *Evaluación del Uso de Redes Sociales en la Tercera Edad*. Conference Paper. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/259219920>
- Vosner, H. B., Kokol, B., Samo, P. & Kreci, M. J. (2016). Attitudes of active older Internet users towards online social Networking. *Computers in Human Behavior*, 55, 230-241. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.014>
- Vroman, K. G., Arthanat, S. & Lysack, C. (2015). Who over 65 is online?' Older adults' dispositions toward information communication technology. *Computers in Human Behavior*, 43, 156–166. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.018>
- Vygotski, L. (1988). *A formação social da mente: desenvolvimento dos processos psicológicos superiores*. São Paulo: Martins Fontes.
- Wasserman, C., Grande, T. P. F., Machado, L. & Behar, R. P. A (2012). Redes Sociais: Um Novo Mundo para os Idosos. *Revista Renote - Novas Tecnologias na Educação*, 10(1). <https://doi.org/10.22456/1679-1916.30863>
- We are social & Hootsuite (2019). *Digital 2019 reports*. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Wellman, B. & Frank, K. (2000). Network capital in a multi-level world: Getting support from personal communities. Em N. Lin, K. Cook, & R. Burt (Eds.), *Social capital: Theory and research* (pp. 233-273). Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter. Disponível em: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman>
- Wellman, B., Quan-Haase, A., Witte, J. & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436-455. <https://doi.org/10.1177/00027640121957286>
- Williams, K. H. (2005). *Social networks, social capital, and the use of information and communications technology in socially excluded communities: a study of community groups in Manchester, England* [Tese de Doutoramento, University of Michigan]. <http://hdl.handle.net/2027.42/39370>
- Williams, D. (2006). On and off the 'Net: Scales for Social Capital in an Online Era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593–628, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x>
- Wolton, D. (2016). *Communiquer c'est vivre*. Le cherche midi, Paris
- Wu, Y.H, Damnée, S., Kerhervé, H., Ware, C., & Rigaud, A.S. (2015). Bridging the digital divide in older adults: a study from an initiative to inform older adults about new technologies. *Clinical Interventions in Aging*, 10, 193-201. <https://doi.org/10.2147/CIA.S72399>
- Xie, B. (2007). Older Chinese, the Internet, and well-being. *Care Management Journals*, 8(1), 33-38. <https://doi.org/10.1891/152109807780494122>
- Yuan, E. J. (2013). *A Culturalist Critique of 'Online Community' in New Media Studies*. New Media & Society, 15(5), 665-679. <https://doi.org/10.1177/1461444812462847>
- Zhang, F., & Kaufman, D. (2015). Social and emotional impacts of Internet use on older adults. *European Scientific Journal*, 11(17), 1-15. Disponível em: <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/5789>

Anexo A
Inquérito online

ao tema “Os Seniores na Sociedade em Rede em Portugal: O contributo das Redes Sociais Online no seu Capital Social”. Se é senIOR e reside em Portugal, a sua colaboração é fundamental nesta investigação. Pretende-se saber como as redes sociais online podem contribuir para o bem-estar social e, assim, promover aconselhamento ao nível de políticas de literacia digital no futuro. Agradeço a sua colaboração no preenchimento deste inquérito que demorará cerca de 20 minutos. Garantimos total anonimato dos dados e das opiniões expressas. Para qualquer dúvida, comentário ou sugestão pode contactar-me através do e-mail: cmrsr@iscte-iul.pt. Célia Reis

A.0. Participo voluntariamente neste estudo e autorizo o tratamento dos meus dados no âmbito do mesmo, que será feito de forma anónima e confidencial.

A. UTILIZAÇÃO DE REDES SOCIAIS ONLINE

A.1. Tem mais de 65 anos?

SIM 1 → **A.2**

NÃO..... 2 → **“Agradeço o seu apoio, mas termina aqui a sua participação neste estudo, apenas abrange pessoas com ou mais de 65 anos.**

Porém, continuo a contar com a sua ajudar nesta investigação, é necessário que partilhe o inquérito nas suas redes sociais online, a familiares e amigos solicitando que respondam ou que o partilhem também nas suas redes. Obrigada.”

A.2. Em que ano nasceu? _____

A.3. Tem perfil criado nas redes sociais online?

SIM 1 → **A.3.2**

NÃO..... 2 → **A.3.1**

A.3.1. Nunca usou as redes sociais online ou já usou e deixou de utilizar?

NUNCA UTILIZOU 1 → **A.3.1.1**

DEIXOU DE UTILIZAR 2 → **A.3.1.2**

|A.3.1.0. NÃO UTILIZADORES DE REDES SOCIAIS ONLINE

A.3.1.1. Sabe o que são as redes sociais online?

SIM, SABE O QUE É 1 → **A.3.1.2**

NÃO SABE O QUE É, MAS JÁ OUVIU FALAR 2 → **A.3.1.2**

NÃO SABE O QUE É, NEM NUNCA OUVIU FALAR 3 → **Bloco E**

NS/NR..... 99 → **Bloco E**

A.3.1.2. Alguma vez utilizou as redes sociais online?

SIM/ JÁ UTILIZOU 1 → **F.3**

NÃO/ NUNCA UTILIZOU 2 → **Bloco E**

NS/NR..... 99 → **Bloco E**

A.3.1.3. Qual o motivo principal porque não usa as redes sociais online?

NÃO SABE O SUFICIENTE PARA USAR..... 1

NÃO VÊ UTILIDADE..... 2

NÃO TEM ACESSO A UM COMPUTADOR OU À INTERNET 3

NÃO TEM NINGUÉM QUE O AJUDE A UTILIZAR 4

É MUITO CARO 5

NÃO TEM TEMPO 6

É MUITO LENTO E/O FUNCIONA MAL 7

TEM A SENSAÇÃO QUE PODE SER VIGIADO 8

É PERIGOSO 9

NÃO TEM EQUIPAMENTO TECNOLÓGICO NECESSÁRIO 10

PODEM INTRODUIR-SE VÍRUS PERIGOSOS 11

OUTRO MOTIVO: QUAL? 98

NS/NR 99

A.3.1.4. Acha que algum dia poderá vir a utilizar as redes sociais online? (**REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA**)

SIM 1 → **Bloco E**
TALVEZ 2 → **Bloco E**
NÃO 3 → **Bloco E**
NS/NR 99 → **Bloco E**

A.3.2. É um utilizador direto ou usufrui através de outra pessoa?

UTILIZADOR DIRETO 1
UTILIZA ATRAVÉS DE OUTRA PESSOA (FAMILIAR OU AMIGO).....2 Quem?

A.4. Quais as redes sociais online onde tem perfil criado ou possui conta?

FACEBOOK..... 1
INSTAGRAM 2
WHATSAPP 3
YOUTUBE..... 4
LINKEDIN 5
TWITTER 6
OUTRAS..... 98 ----- QUAIS? _____

A.5. Com que frequência utiliza as redes sociais online? (**ASSINALAR APENAS UMA RESPOSTA**)

VÁRIAS VEZES AO DIA1
TODOS OS DIAS2
UMA VEZ POR DIA.....3
2/3 VEZES POR SEMANA4
1 VEZ POR SEMANA5
PELO MENOS UMA VEZ POR MÊS6
MENOS DE UMA VEZ POR MÊS7
NS/NR.....99 → **A.7**

A.6. Quando utiliza as redes sociais online, em média quanto tempo costuma dedicar por dia?

A.7. Com que frequência faz publicações nas redes sociais online? (**ASSINALAR APENAS UMA RESPOSTA**)

VÁRIAS VEZES AO DIA1
UMA VEZ POR DIA.....2
2/3 VEZES POR SEMANA3
UMA VEZ POR SEMANA4
2/3 VEZES POR MÊS3
UMA VEZ POR MÊS.....4
MENOS FREQUENTEMENTE6

A.8. Onde costuma normalmente utilizar as redes sociais online? Para cada um deles gostaria que me dissesse com que frequência acede nesse local:

	TODOS OS DIAS	3 OU 4 VEZES POR SEMANA	1 OU 2 VEZES POR SEMANA	P/MENOS 1 VEZ POR MÊS	MENOS QUE 1 VEZ POR MÊS	N.A.
A) EM CASA	1	2	3	4	5	99
B) NO TRABALHO	1	2	3	4	5	99
C) NA UNIVERSIDADE SÉNIOR	1	2	3	4	5	99
D) EM CASA DE FAMILIARES/AMIGOS	1	2	3	4	5	99
C) NO CENTRO DE DIA	1	2	3	4	5	99
C) NA ASSOCIAÇÃO	1	2	3	4	5	99
D) NOUTROS LOCAIS (RUA, CAFÉ, ETC.)	1	2	3	4	5	99

A.9. Que Equipamento(s) utiliza para aceder às redes sociais online? (**REGISTAR TODOS OS QUE UTILIZA**)

TELEMÓVEL/SMARTPHONE..... 1
COMPUTADOR PORTÁTIL..... 2
COMPUTADOR DE SECRETÁRIA ... 3
IPAD OU TABLET..... 4

A.10. Nos sites de redes sociais online que tem perfil criado, que funcionalidades costuma utilizar? (**REGISTAR TODAS AS QUE UTILIZA**)

SERVIÇO DE CHAT 1
ENVIAR MENSAGENS 2
JOGAR (EX: FARMVILLE, SOLITÁRIO, ETC.)..... 3
APOIAR/ADERIR A CAUSAS..... 4

CRIAR ÁLBUNS FOTOGRÁFICOS	5
ENVIAR PRESENTES VIRTUAIS.....	6
COMENTAR PUBLICAÇÕES (POSTS)	7
GOSTAR/FAZER LIKE NAS PUBLICAÇÕES DE OUTROS.....	8
criar/adherir a grupos.....	9
DIVULGAR EVENTOS.....	10
PROCURAR E FAZER AMIGOS/SUGERIR AMIGOS.....	11
QUIZ/TESTES.....	12
FAZER POST DE MÚSICAS/VÍDEOS	13
criar aplicações.....	14
ESCREVER COMENTÁRIOS NO SEU MURAL.....	15
ALERTAS DE ANIVERSÁRIOS DE AMIGOS.....	16
OUTRO. QUAL?.....	98
NS/NR.....	99

A.11. Considera que as redes sociais online também lhe permitem: (**REGISTAR TODAS AS QUE CONSIDERA**)

LER NOTÍCIAS EM SITES DE INFORMAÇÃO.....	1
PESQUISAR INFORMAÇÃO SOBRE PRODUTOS.....	2
LER COMENTÁRIOS SOBRE PRODUTOS/SERVIÇOS ANTES DE COMPRAR	3
PARTILHAR LINKS DE ARTIGOS DE JORNais, REVISTAS, ESTUDOS.....	4
CONSULTAR E RESPONDER A CALENDÁRIO DE EVENTOS	5
CLICAR EM LINKS DE SITES DE ASSOCIAÇÕES OU INSTITUIÇÕES	6
DAR OPINIÃO OU CLASSIFICAR PRODUTOS/SERVIÇOS.....	7
PESQUISAR EVENTOS (CINEMA, MUSEUS, ETC.).....	8
UTILIZAR O SERVIÇO DE GEOLOCALIZAÇÃO / "VISITAR" LOCAIS	9
criar histórias.....	10
PESQUISA SOBRE SAÚDE.....	11
OUTRAS.....	98 ----- QUAIS? _____

A.12. Qual a rede social online que utiliza com mais frequência? (**ASSINALAR APENAS UMA RESPOSTA**)

FACEBOOK.....	1
INSTAGRAM	2
WHATSAPP	3
YOUTUBE.....	4
LINKEDIN	5
TWITTER	6
OUTRA	98 ----- QUAL? _____

A.13. Dos seguintes motivos, quais os que o fizeram aderir à rede social online que utiliza com mais frequência?
(**REGISTAR TODAS AS RAZÕES**)

FORTALECER OS LAÇOS SOCIAIS QUE JÁ EXISTEM OFFLINE.....	1
CONHECER NOVAS PESSOAS	2
MOTIVOS PROFISSIONAIS.....	3
PORQUE A MAIORIA DAS PESSOAS QUE CONHEÇO ESTÁ NESTE TIPO DE SITES	4
PARA PODER MANTER O CONTACTO COM PESSOAS QUE ESTÃO LONGE.....	5
PARA ENCONTRAR E MANTER O CONTACTO COM PESSOAS QUE JÁ NÃO VEJO HÁ MUITO TEMPO....	6
PARA NÃO ME SENTIR EXCLUÍDO.....	7
PARA PODER PARTILHAR PENSAMENTOS, COMENTÁRIOS, VÍDEOS, FOTOS.....	8
PORQUE ME CONVIDARAM.....	9
INICIAR/POTENCIAR UMA RELAÇÃO AMOROSA.....	10
PARA PROMOVER O MEU TRABALHO.....	11
PARA PROMOVER EVENTOS	12
PARA PROMOVER CAUSAS OU POSIÇÕES	13
OUTRAS.....	98 -- QUAIS? _____

B. O SEU PERFIL NAS REDES SOCIAIS ONLINE

B.1. Mais ou menos quantas pessoas fazem parte da sua rede de amigos na rede social online que mais utiliza?

MENOS 50.....	1
ENTRE 51 A 150	2
ENTRE 151 E 350	3
MAIS DE 351	4
NS/NR	99

B.2. As pessoas que tem na sua área de amigos nas redes sociais online, tais como o Facebook, são maioritariamente

(REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

A. PESSOAS QUE CONHECE PESSOALMENTE (AMIGOS, FAMILIARES, ETC).....	1
B. PESSOAS QUE NÃO CONHECE PESSOALMENTE	2 ----- B.4 C. NS/NR99

B.3. Estas pessoas que conhece pessoalmente e que fazem parte das suas redes sociais online são: (**REGISTAR TODAS AS QUE CONSIDERA**)

A. FAMILIARES	1
B. AMIGOS INTIMOS.....	2
C. AMIGOS PROFISSIONAIS	3
D. PESSOAS DAS ATIVIDADES QUE FREQUENTO	4
E. CONHECIDOS QUE ME FORAM APRESENTADOS PELOS AMIGOS	5
F. CONHECIDOS EM QUE TEMOS INTERESSES COMUNS.....	6
G. PERSONALIDADES PUBLICAS	7
O. OUTROS. QUAIS?	98

B.4. Com que frequência usa redes sociais online com os seguintes objetivos? (**REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA**)

1- VÁRIAS VEZES AO DIA	'
2- DIARIAMENTE	'
3- SEMANALMENTE	'
4- MENSALMENTE	'
5- MENOS FREQUENTEMENTE	'
6- NUNCA	'
99- NS/NR	'
A. PEDIR OU MARCAR UM ENCONTRO COM ALGUÉM	'
B. ENCONTRAR UM LUGAR (CLUBE, BAR, ...), PARA ENCONTRAR ALGUÉM COM QUEM SAIR	'
C. PERMITIR OU FAZER COM QUE UMA TERCEIRA PESSOA O APRESENTE A LGUÉM	'
D. PARTICIPAR NUM GRUPO ONLINE ONDE ESPERA ENCONTRAR ALGUÉM PARA SAIR QUE TENHA GOSTOS PARECIDOS COM OS SEUS	'
E. ENCONTRAR ALGUÉM COM QUEM SE RELACIONOU HÁ ALGUM TEMPO ATRÁS	'
F. MANTER UMA RELAÇÃO À DISTÂNCIA	'
G. PROCURAR INFORMAÇÃO SOBRE ALGUÉM	'

B.5. Com que frequência se liga às redes sociais online com os seguintes objetivos: (**REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA**)

1- VÁRIAS VEZES AO DIA	'
2- DIARIAMENTE	'
3- SEMANALMENTE	'
4- MENSALMENTE	'
5- MENOS FREQUENTEMENTE	'
6- NUNCA	'
99- NS/NR	'
A. FALAR OU PEDIR E FORNECER INFORMAÇÃO SOBRE HOBBIES	'
B. FALAR OU PEDIR E FORNECER INFORMAÇÃO SOBRE A SUA SAÚDE	'
C. FALAR OU PEDIR E FORNECER INFORMAÇÃO SOBRE TEMAS PROFISSIONAIS	'
D. APROFUNDAR O CONHECIMENTO DE ASSUNTOS RELACIONADOS COM OS SEUS INTERESSES	'
E. VER FOTOGRAFIAS DOS FAMILIARES E AMIGOS E PÔR-ME A PAR DO QUE ANDAM A FAZER	'
F. SABER DA VIDA DOS SEUS CONHECIDOS SEM TER QUE PERGUNTAR DIRETAMENTE	'
G. CONHECER MELHOR AS MINHAS NOVAS AMIZADES VENDO O QUE PUBLICAM E PARTILHAM	'
H. PARTILHAR UMA NOVIDADE	'
I. PARTILHAR PENSAMENTOS E IDEIAS ESCREVENDO NO MEU MURAL	'
J. JOGAR	'
K. SEGUIR A TRAJETÓRIA ARTÍSTICA OU PROFISSIONAL DE FIGURAS PÚBLICAS QUE ADMIRO	'
L. APOIAR CAUSAS	'

B.6. Relativamente ao seu perfil nas redes sociais online qual é a sua opinião relativamente às seguintes frases? (**REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA**)

1-CONCORDO TOTALMENTE	'
2- CONCORDO	'
3- NEM CONCORDO, NEM DISCORDO	'
4- DISCORDO	'
5- DISCORDO TOTALMENTE	'
99- NS/NR	'
A. ALGUÉM QUE VEJA O MEU PERFIL FICA COM A IDEIA CONCRETA DE QUEM EU SOU	'
B. NÃO ME PREOCUPA E É-ME INDIFERENTE SOBRE O QUE AS PESSOAS PENSAM DE MIM AO VEREM O MEU PERFIL ...	'
C. PROCURO EXPOR O MÍNIMO POSSÍVEL DA MINHA PRIVACIDADE	'
D. EU SEI QUEM SOU E NÃO IMPORTO COM A IMAGEM QUE POSSA PASSAR DE MIM	'
E. TENTO QUE AS PESSOAS TENHAM UMA BOA IMAGEM DE MIM, EMBORA NÃO SEJA O MAIS IMPORTANTE PARA MIM	'
F. PASSAR UMA IMAGEM POSITIVA DE QUEM EU SOU É A COISA MAIS IMPORTANTE	'

C. A USABILIDADE DAS REDES SOCIAIS ONLINE

C.1. Alguma vez se sentiu desconfortável: (ASSINALAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

SIM NÃO N.A. Ns/Nr

A. POR NÃO CONSEGUIR ACOMPANHAR AS ATUALIZAÇÕES DE TODOS OS SEUS AMIGOS NAS REDES SOCIAIS ONLINE.....	1	2	97	99
B. POR NÃO CONSEGUIR RESPONDER A TODAS AS NOTIFICAÇÕES.....	1	2	97	99
C. POR TER DIFICULDADE EM GERIR AS SUAS RELAÇÕES SOCIAIS ONLINE.....	1	2	97	99
D. POR NÃO TER TEMPO PARA ESTAR PESSOALMENTE COM OS SEUS AMIGOS.....	1	2	97	99
E. POR NÃO SE CONSEGUIR "DESLIGAR" DO SEU TELEMÓVEL.....	1	2	97	99
F. POR SE SENTIR DESATUALIZADO FACE AO RITMO DA EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA.....	1	2	97	99

C.2. Quando não sabe fazer alguma coisa ou necessita de ajuda nas redes sociais online, a quem recorre principalmente? (REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

NUNCA NECESSITA DE AJUDA	1
RESOLVE OS PROBLEMAS SOZINHO	2
UMA OU VÁRIAS PESSOAS DE SUA CASA	3
OUTRO FAMILIAR	4
UM AMIGO	5
UM COMPANHEIRO DE TRABALHO	6
AOS NETOS	7
OUTRA PESSOA: QUEM?	98
NS/NR	99

D. RELAÇÕES PESSOAIS E DE SOCIALIZAÇÃO

D.1. Dos familiares e amigos com quem se relaciona, com que frequência comunicam e através de que meio? (REGISTRAR RESPOSTAS POR LINHA)

- 1 - TODOS OS DIAS/ QUASE TODOS OS DIAS
- 2 - PELO MENOS UMA VEZ POR SEMANA
- 3 - PELO MENOS UMA VEZ POR MÊS
- 4 - PELO MENOS UMA VEZ POR ANO
- 5 - MAIS RARAMENTE/ NUNCA
- 97 - N.A.

D.1.1 Que vivem no mesmo Distrito:

- A. PESSOALMENTE.....
- B. TELEFONE FIXO.....
- C. TELEMÓVEL.....
- D. E-MAIL
- E. SMS
- F. REDES SOCIAIS ONLINE (FACEBOOK, WHATSAPP, ETC.).....
- G. VOIP (SKYPE, VIBER, ETC.).....

D.1.2 Que vivem no estrangeiro:

- A. PESSOALMENTE.....
- B. TELEFONE FIXO.....
- C. TELEMÓVEL.....
- D. E-MAIL
- E. SMS
- F. REDES SOCIAIS ONLINE (FACEBOOK, WHATSAPP, ETC.).....
- G. VOIP (SKYPE, VIBER, ETC.).....

D.2. Que importância os amigos e conhecidos têm na sua vida? (REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

NADA IMPORTANTE		-----→		MUITO IMPORTANTE	NS/NR
1	2	3	4	5	99

D.3. Que importância a família tem na sua vida? (REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

NADA IMPORTANTE		-----→		MUITO IMPORTANTE	NS/NR
1	2	3	4	5	99

D.4. Com a utilização das redes sociais online diria que essa importância aumentou, manteve-se ou diminuiu, relativamente às relações que mantém? (**REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA**)

	AUMENTOU	MANTEVE-SE	DIMINUIU	NS/NR
A. AMIGOS E CONHECIDOS	1	2	3	99
B. FAMÍLIA	1	2	3	99

D.5. Com a utilização das redes sociais online gostaria que me dissesse nas situações referidas quais as que aumentaram, mantiveram-se iguais ou diminuíram: (**ASSINALAR UMA RESPOSTA POR LINHA**)

AUMENTARAM **IGUAIS** **DIMINUÍRAM** **N.A.** **NS/NR**

A. AS CONVERSAS COM AS PESSOAS

COM QUEM VIVE	1	2	3	97	99
B. AS ATIVIDADES COM OS SEUS FAMILIARES	1	2	3	97	99
C. O CONTACTO COM PESSOAS COM OS MESMOS					
INTERESSES	1	2	3	97	99
D. A SENSAÇÃO DE ESTAR DESPERADO(A)	1	2	3	97	99
E. A SENSAÇÃO DE ESTAR ISOLADO DO					
RESTO DAS PESSOAS.....	1	2	3	97	99
F. A SENSAÇÃO DE ESTAR DEPRIMIDO(A)	1	2	3	97	99
G. AS ACTIVIDADES COM OS SEUS AMIGOS	1	2	3	97	99
H. A SENSAÇÃO DE AUTOESTIMA	1	2	3	97	99
I. O SEU NIVEL DE APRENDIZAGEM	1	2	3	97	99

D.6. Normalmente, falamos de assuntos distintos com os diferentes contactos das nossas redes sociais online. Com que frequência fala ou partilha ideias na sua rede social online sobre assuntos pessoais, emoções, sentimentos ou preocupações com os seguintes grupos? (**REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA**)

TODOS OS DIAS/ QUASE TODOS OS DIAS.....	1
PELO MENOS UMA VEZ POR SEMANA.....	2
RARAMENTE.....	3
NUNCA.....	4
N.A.....	97

A. FAMÍLIA	/
B. AMIGOS ÍNTIMOS	/
C. COLEGAS DE TRABALHO OU DA UNIVERSIDADE SÉNIOR	/
D. AMIGOS MENOS ÍNTIMOS/CONHECIDOS	/
E. PESSOAS SOCIALMENTE RECONHECIDAS	/

D.7. Com que frequência fala ou partilha ideias na sua rede social online sobre os seus hobbies ou interesses com os seguintes grupos? (**REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA**)

TODOS OS DIAS/ QUASE TODOS OS DIAS.....	1
PELO MENOS UMA VEZ POR SEMANA.....	2
RARAMENTE.....	3
NUNCA.....	4
N.A.....	97

A. FAMÍLIA	/
B. AMIGOS ÍNTIMOS	/
C. COLEGAS DE TRABALHO OU DA UNIVERSIDADE SÉNIOR	/
D. AMIGOS MENOS ÍNTIMOS/CONHECIDOS	/
E. PESSOAS SOCIALMENTE RECONHECIDAS	/

D.8. Desde que usa redes sociais online: (**REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA**)

1 - CONCORDA TOTALMENTE

2 - CONCORDA

3 - NÃO CONCORDA EM DISCORDA

4 - DISCORDA

5 - DISCORDA TOTALMENTE

99 - NS/NR

A. SENTE-SE MAIS PRÓXIMO DOS SEUS AMIGOS	/
B. TEM MAIOR CONHECIMENTO DOS GOSTOS DOS SEUS AMIGOS	/
C. TEM MAIOR CONHECIMENTO DAS OPINIÕES DOS SEUS AMIGOS	/
D. TEM MAIOR CONHECIMENTO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PELOS SEUS AMIGOS	/
E. SENTE-SE MAIS PRÓXIMO DE PESSOAS COM QUEM PARTILHA INTERESSES, OPINIÕES, SITUAÇÕES (POLÍTICOS, CULTURAIS, RELIGIOSOS, PROFISSIONAIS ...)	/
F. SENTE-SE MAIS PARTICIPANTE/INTERVENIENTE EM CAUSAS POLÍTICAS E SOCIAIS	/
G. SENTE-SE MAIS PREDISPONTO A EXPRESSAR A SUA OPINIÃO OU A APOIAR CAUSAS POLÍTICAS E SOCIAIS	/
H. TEM ESTADO PRESENTE MAIS FREQUENTEMENTE EM EVENTOS RELACIONADOS COM A DEFESA DE CAUSAS POLÍTICAS E SOCIAIS	/
I. TEM ESTADO PRESENTE MAIS FREQUENTEMENTE EM EVENTOS SOCIAIS E CULTURAIS	/
J. SENTE QUE FAZ PARTE DE UM GRUPO DE INDIVÍDUOS COM INTERESSES E IDEIAS COMUNS AOS SEUS	/

D.9. Faz parte de algum grupo e/ou grupos nas redes sociais online que utiliza?

SIM.....	1
NÃO.....	2

D.10. Qual o tipo / tipos Informação mais lhe interessa nas redes sociais online?

NACIONAIS	1
INTERNACIONAL	2
LOCAIS (RELATIVAS À FREGUESIA, MUNICÍPIO, VILA, CIDADE, ETC.)	3
REGIONAIS	4
FINANÇAS / ECONOMIA.....	5
ENTRETENIMENTO / SOCIAIS (IMPRENSA COR-DE-ROSA)	6
SAÚDE	7
ARTE E CULTURA	8
DESPORTO.....	9
POLÍTICA.....	10
CIÊNCIA E TECNOLOGIA.....	11
CLASSIFICADOS (OFERTAS DE EMPREGO, IMOBILIÁRIO, ETC.)	12
RELIGIOSA.....	13
NS/NR.....	99

E. CARACTERIZAÇÃO DO ENTREVISTADO

Para terminar vou só pedir-lhe que responda a alguma informação para estatística, que será para uso exclusivo da investigação e a qual garantimos total confidencialidade e anonimato.

E.1. Importa-se de dizer a sua idade? _____

E.2. Género:

FEMINIO	1
MASCULINO	2

E.3. Qual o seu estado civil?

SOLTEIRO (A)	1
UNIÃO DE FACTO	2
CASADO (A).....	3
SEPARADO (A).....	4
DIVORCIADO (A).....	5
VIÚVO (A).....	6

E.4. Em que Concelho vive? _____

E.5. Das seguintes frases qual se adequa mais ao seu caso? (**REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA**)

NASCI NO CONCELHO ONDE RESIDO ACTUALMENTE	1
NASCI NOUTRO CONCELHO, MAS NO MESMO DISTRITO	2
NASCI NOUTRO DISTRITO	3
NASCI NUM PALOP (PAÍS AFRICANO DE LÍNGUA OFICIAL PORTUGUESA).....	4
NASCI NOUTRO PAÍS	5
NS/NR.....	99

E.6. Qual o nível de instrução mais elevado que concluiu?

NÃO SABE LER NEM ESCREVER.....	1
NUNCA FREQUENTOU A ESCOLA, MAS SABE LER E ESCREVER.....	2
1º CICLO DO ENSINO BÁSICO (4º ANO DE ESCOLARIDADE)	3
2º CICLO DO ENSINO BÁSICO (6º ANO DE ESCOLARIDADE)	4
3º CICLO DO ENSINO BÁSICO (9º ANO DE ESCOLARIDADE)	5
ENSINO SECUNDÁRIO (12º ANO DE ESCOLARIDADE)	6
BACHARELATO/CURSO MÉDIO/CET	7
LICENCIATURA (ENSINO SUPERIOR).....	8
MESTRADO (ENSINO SUPERIOR).....	9
DOUTORAMENTO (ENSINO SUPERIOR)	10
OUTRO: QUAL? _____	98
NS/NR.....	99

E.7. Qual é a sua condição principal perante o trabalho? (**REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA**)

TRABALHA A TEMPO COMPLETO	1
TRABALHA A TEMPO PARCIAL	2
ESTÁ DESEMPREGADO(A)	3
REFORMADO(A)	5
DOMÉSTICA	6

ESTÁ INCAPACITADO PERMANENTEMENTE PARA O TRABALHO	8
OUTRA SITUAÇÃO	98

E.8. Utilizando uma escala de 0 a 4, em que 0 discorda totalmente e 4 concorda totalmente diga como se avalia em cada uma destas afirmações: (**REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA**)

- 1 – DISCORDO TOTALMENTE
- 2 - DISCORDO
- 3 – CONCORDO
- 4 – CONCORDO TOTALMENTE

- | | |
|--|-------|
| 1. DE UM MODO GERAL ESTOU SATISFEITO COMIGO PRÓPRIO | |
| 2. POR VEZES PENSO QUE NÃO PRESTO ® | |
| 3. SINTO QUE TENHO MUITAS QUALIDADES | |
| 4. SOU CAPAZ DE FAZER COISAS TÃO BEM COMO A MAIORIA DAS OUTRAS PESSOAS | |
| 5. SINTO QUE NÃO TENHO MOTIVOS PARA ME ORGULHAR DE MIM PRÓPRIO ® | |
| 6. POR VEZES SINTO QUE SOU UM INÚTIL ® | |
| 7. SINTO QUE SOU UMA PESSOA DE VALOR | |
| 8. GOSTARIA DE TER MAIS RESPEITO POR MIM PRÓPRIO ® | |
| 9. DE UM MODO GERAL SINTO-ME UM FRACASSADO ® | |
| 10. TENHO UMA BOA OPINIÃO DE MIM PRÓPRIO | |

F. Conclusão para quem tem menos de 65 anos:

Agradeço o seu apoio, mas termina aqui a sua participação neste estudo, apenas abrange pessoas com ou mais de 65 anos.

Porém, continuo a contar com a sua ajudar nesta investigação, partilhe o inquérito nas suas redes sociais online, a familiares e amigos solicitando que respondam ou que o partilhem também nas suas redes. Obrigada.

AGRADECIMENTOS FINAIS

Agradecemos o tempo e a disponibilidade que nos dispensou no preenchimento deste inquérito.
Caso queira continuar a contribuir para este estudo pedimos que partilhe este inquérito na sua rede amigos e nos grupos de que faz parte nas redes sociais online.

Gostaríamos, ainda, de poder contar consigo para a segunda fase desta investigação, onde iremos realizar entrevistas mais aprofundadas, caso queira manter o seu contributo, deixe aqui o seu endereço de e-mail

Obrigada pela sua colaboração!
cmrsr@iscte-iul.pt

Anexo B
Guião das Entrevistas Semiestruturadas a utilizadores do Facebook

Caracterização do Entrevistado

Género, idade, estado civil, naturalidade e residência, escolaridade, área de formação, condição perante o trabalho profissional

Agregado familiar

Utilização da rede social online Facebook

Atualmente qual é o principal motivo por que utiliza o Facebook?

Com que frequência o utiliza?

Através de que tecnologia/dispositivo acede?

Onde é mais frequente aceder? (casa ou outros locais)

Que funcionalidades é que costuma utilizar? (Chat, mensagens, jogar, apoiar causas, fazer post, fazer likes em outras publicações, ver fotos, criar e aderir a grupos, responder aos aniversários, aderir a causas sociais, etc...)

Para além do Facebook também acedo ao WhatsApp? Porquê? E acede através de que dispositivo?

Perfil de utilizador

O que tem preenchido no seu Facebook? (Nome, data de nascimento, fotografia pessoal, localidade, interesses, e-mail, telefone, outro?)

Quantos contactos tem na sua rede?

Como é composta essa sua rede de contactos? (familiares, amigos, pessoas que fazem parte de atividades que tem na sua vida, pessoas que não conhece pessoalmente, figuras públicas, etc.)

É ativo(a) no Facebook? Segue alguém? Quem e porquê?

Pertence a algum grupo no Facebook? Qual ou quais? (desporto, turismo, cultura, religião, profissionais, ecologia, política, direitos humanos, animais, ...)

História de vida relacionada com o Facebook

Há quanto tempo utiliza o Facebook?

Lembra-se da primeira vez que o utilizou?

Que motivação ou motivações o(a) levou a aderir ao Facebook?

Atividades quotidianas

Pode descrever-me como é o seu dia quotidiano?

Que interesses e hobbies tem?

Com quem se costuma relacionar mais frequentemente no seu dia a dia?

Considera que o Facebook veio ajudar nessas interações? Em que medida?

Usabilidade

A sua profissão requeria o acesso à Internet e o uso de tecnologias?

A quem recorre quando tem alguma dificuldade?

Porque prefere o Facebook face a outras redes sociais online?

Porque utiliza o Facebook? E para quê?

Que informação costuma procurar no Facebook?

Faz compras online através do Facebook?

Se sim, que tipo de compras? (serviços, produtos, etc.,)

Das suas partilhas, pode dizer-me que tipo de conteúdos coloca? **Porquê?**

- Fotografias? De que tipo? (atuais, família, pessoais, recordações, memórias de vida...)

- Mensagens? De que tipo? (sentimentos, eventos que organiza ou participa, ...)

- Vídeos? (pessoais, de família, de atividades em que participa, outros)

Relações pessoais e de sociabilidade

Já reencontrou antigos amigos/conhecidos no Facebook? Voltou a relacionar-se pessoalmente com eles ou apenas mantém contacto online?

Utiliza o Facebook para contactar com os filhos ou netos? O que mudou na sua vida com este benefício?

Com o Facebook sente-se mais próximo dos seus amigos e conhecidos? Considera que lhe trás maior conhecimento sobre as suas atividades e opiniões? Porquê?

Considera que o Facebook veio aumentar a importância dos seus relacionamentos offline? Em que medida? Porquê?

Nas relações que mantém no Facebook o que costumam falar online? (emoções, sentimentos, preocupações, assuntos pessoais, etc.) Com quem? Em que situações?

Segue alguma marca ou pessoa conhecida no Facebook? Porquê?

De forma geral qual é para si o principal benefício de utilizar o Facebook ao nível dos relacionamentos que mantém? Porquê?

Impactos da utilização do Facebook

O Facebook teve algum impacto nas atividades que desenvolve no seu dia a dia? De que forma?

O que mudou na sua vida desde que usa o Facebook? (Por exemplo: sente-se mais informada, mais próxima dos familiares e amigos...)

Que cuidados tem quando utiliza o Facebook? Porquê?

Acha que o Facebook traz benefícios para os seniores? Em que medida?

Solidão

De uma forma global acha que o Facebook veio diminuir os seus momentos de solidão? De que forma?