

1º SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INCLUSÃO DIGITAL DE IDOSOS

SÊNIORS INFLUENCIADORES: UM OLHAR SOBRE AS COMPETÊNCIAS DIGITAIS DE PESSOAS IDOSAS EM ATUAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS.

Carla Bueno Sigal¹ Bruna Kin Slodkowski² Leticia Sophia Rocha Machado³ Patricia Alejandra Behar⁴

¹ Graduada em Pedagogia Empresarial. Mestranda em Educação. UFRGS. E-mail: carla.sigal@gmail.com

² Graduada em Pedagogia. Mestranda em Educação. UFRGS. E-mail: brunakinnuted@gmail.com

³ Graduada em Pedagogia Multimeios e Informática Educativa. Doutora em Informática na Educação e em Educação. Professora associada à Faculdade de Educação da UFRGS. E-mail: leticiamachado@ufrgs.br

⁴ Bacharel em Informática (UFRGS). Doutora e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGC-UFRGS). Professora Titular da Faculdade de Educação e dos Cursos de Pós Graduação em Educação (PPGEdu) e em Informática na Educação (PPGIE) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: pbehar@terra.com.br

Resumo

O presente estudo buscou identificar quais são as competências digitais (CD) de pessoas idosas para atuação como influenciadores digitais. Nesse sentido, cresceu consideravelmente a quantidade de pessoas idosas que utilizam a internet ativamente para atividades do cotidiano que demandam uso de tecnologias e mídias sociais. Essa nova forma de interagir, possibilita o empoderamento digital e aprendizagem ao longo da vida. Dessa forma, para que as pessoas idosas possam não apenas consumir, mas também criar conteúdos apoiados pelas Tecnologias Digitais, faz-se necessário a construção de competências digitais (CD) voltadas para o uso crítico e seguro dos recursos tecnológicos. Neste viés, ao utilizar os aplicativos digitais para compartilhar seus conhecimentos e se posicionar frente a temáticas diversas, podem influenciar outras pessoas com suas experiências e estilo de vida. A metodologia empregada caracterizou-se como abordagem qualitativa, exploratória, de natureza aplicada. Na coleta de dados foram utilizados questionários on-line, entrevista e observação em curso de extensão a distância. O público-alvo foram influenciadores e idosos com 60 anos ou mais. Assim, participaram 3 influenciadoras que concederam entrevista, 56 idosos participantes do curso, sendo que 23 concluíram o curso de influenciadores e 13 responderam o questionário final sobre competências digitais. Os resultados, mostraram 5 competências digitais, sendo elas: Comunicação digital, Compartilhamento informacional, Engajamento digital, Segurança Digital e Convivência Digital. Desse modo, os resultados encontrados até agora, apontam para uma necessidade de construção de competências relacionadas à produção de conteúdo digital que sejam mais relevantes e contribuam para uma educação ao longo da vida.

PALAVRAS-CHAVE

Competências Digitais. Idosos Influenciadores Digitais. Aprendizagem ao longo da vida.

Abstract

The aim of this article is to present the competencies mapped in older people who act as influencers on digital social networks. In this sense, the number of older people who actively use the internet for everyday activities that require the use of technology and social media has grown considerably. This new way of interacting enables digital empowerment and lifelong learning. Thus, for older people to be able to not only consume, but also create content supported by Digital Technologies (DT), it is necessary to build digital competencies (DC) aimed at the critical and safe use of technological resources. In this respect, by using digital applications to share their knowledge and position themselves on various

topics, they can influence other people with their experiences and lifestyle. The methodology used was qualitative, exploratory and applied in nature. Online questionnaires, interviews and observation during a distance learning course were used to collect data. The target audience was influencers and elderly people aged 60 and over. Thus, 3 influencers took part and gave interviews, 56 elderly people took part in the course, 23 of whom completed the influencers' course and 13 answered the final questionnaire on digital competences. The results showed 5 digital competences: Digital communication, Information sharing, Digital engagement, Digital security and Digital coexistence. In this way, the results found so far point to a need to build skills related to the production of digital content that are more relevant and contribute to lifelong education.

KEYWORDS

Digital skills. Elderly Digital Influencers. Lifelong learning.

1 Introdução

No cenário mundial é possível perceber um fenômeno caracterizado pelo aumento da expectativa de vida das pessoas em conjunto com o acelerado processo de envelhecimento da população (Benedita *et al.*, 2023). Além disso, de acordo com Benedita *et al.* (2023), as tecnologias digitais estão cada vez mais presentes na vida cotidiana e isso tem exigido das pessoas idosas o enfrentamento dos desafios no uso da internet. Contudo, apesar da cultura tecnológica estar sendo disseminada entre as pessoas idosas, estas geralmente sofrem mais com a dificuldade de adaptação na era digital, ou seja, a familiarização com os dispositivos, falta de informação sobre o seu funcionamento e questões de segurança (Costa; Ferreira; Hipólito, 2023).

Uma forma de comunicação no meio digital são as redes sociais. Assim, por meio delas é possível criar grupos para conversar, trocar mensagens, criar e compartilhar conteúdos (Castells, 2017). Ademais, os idosos utilizam as redes sociais para manutenção dos contatos familiares e fortalecer vínculos de amizade (Barros *et al.*, 2020).

No entanto, o estudo de Bocchini (2020) elucida que 62% dos idosos nunca utilizaram redes sociais, e 72% sequer fizeram uso de um aplicativo. Em contrapartida, dados mais atuais da TIC Domicílios 2023¹, ressaltam essa mudança no perfil dos seniores demonstrados pelos dados que indicam que 46,8% usaram redes sociais e 72,4% utilizaram aplicativos para conversar por chamada de voz ou Vídeo. Nesse viés, corrobora-se com Campos (2020, p.4) que “[...] compreender o idoso exige ir além de conceituar o termo ou rotulá-lo dentro dos limites de faixas etárias”.

Desse modo, cabe ressaltar que as pessoas idosas atualmente estão mais ativas e participativas tecnologicamente o que contribuiu para o desenvolvimento das habilidades cognitivas, aumento na socialização gerando impactos positivos na saúde (Benedita *et al.*, 2023). Tomaz e Moraes (2020) ainda ressaltam que as pessoas nas redes sociais digitais também exercem influência na vida cotidiana, nos comportamentos como por exemplo nas compras. Logo, o perfil de influencers vem sendo estudado como por

¹ Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2023.

exemplo por Campos (2020) que denomina “Granfluencers” os idosos que se tornaram influenciadores em potencial nas redes sociais digitais.

Entretanto, para atuar com as tecnologias digitais, seja no compartilhamento ou na criação dos conteúdos é necessário construir e ou aprimorar competências desse meio virtual. Em vista disso, corrobora-se com Silva e Behar (2019) na definição de competências digitais na qual é um conceito complexo e envolve um conjunto de elementos, ou seja, conhecimentos, habilidades e atitudes (CHA), que devem ser mobilizados frente a uma situação nova. Assim, a presente pesquisa objetiva apresentar as competências necessárias para idosos atuarem como influenciadores nas redes sociais digitais. Por fim, o artigo é organizado em cinco seções. Na segunda seção é apresentado o conceito e contexto dos idosos influenciadores e as competências mapeadas. Na terceira seção os procedimentos metodológicos. Na seção quatro resultados e discussões e na seção cinco as conclusões.

IDOSOS INFLUENCIADORES DIGITAIS E SUAS COMPETÊNCIAS

As pessoas idosas estão cada vez mais ativas e engajadas no uso das tecnologias digitais e redes sociais para benefícios pessoais e financeiros. O aumento do número de usuários com mais de 60 anos que passaram a criar conteúdos e influenciar seguidores ocasionou uma exposição online através das novas tecnologias digitais levando a ressocialização e a manutenção de suas habilidades no mundo virtual. Nesse sentido (Taha et al., 2023) destacam que essa tendência está alinhada com as diretrizes da Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS) sobre envelhecimento ativo e saudável, promovendo ações voltadas para a saúde e qualidade de vida do público mais velho.

Além disso, a pandemia de COVID-19 foi um fator relevante para a inclusão dos idosos nas redes sociais, uma vez que esse grupo foi diretamente impactado pelas medidas de distanciamento social. Com a necessidade de se adaptarem aos recursos eletrônicos, os idosos encontraram nas tecnologias digitais uma forma de expressão, informação, cultura e até mesmo de sobrevivência. Apesar dos desafios enfrentados, a pandemia mostrou que as redes sociais são essenciais para ressignificar a longevidade e manter a conexão social. Outrossim, uma parcela de pessoas idosas vão além de apenas consumir conteúdo, mas também buscam dividir as experiências adquiridas ao longo da vida através da produção e compartilhamento de conteúdo nas redes sociais digitais.

Nesse contexto, destaca-se o fenômeno dos influenciadores digitais que é considerado um evento da contemporaneidade, visto que o ato de influenciar pessoas não é uma ação exclusiva do mundo digital, mas sim, potencializada pela internet, que dá visibilidade e facilita a participação dos sujeitos. Sendo assim, Karhawi (2017) afirma que o termo em questão, evoluiu de Bloggers e Vloggers, passando para youtubers e atualmente influenciadores. A autora conceitua:

[...] os influenciadores são aqueles que têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede”.

Além disso, o Instagram é o aplicativo de rede social predominantemente utilizado pelos influenciadores, visto que conta com uma diversidade de recursos que vêm sendo incorporados às suas atualizações periódicas como: stories, vídeos curtos, hiperlinks e inúmeras formas de manipular as imagens. Podemos dizer que é uma das redes sociais mais completas em se tratando de utilização e edição de imagens (Gonçalves, 2023, P.12).

Cabe ressaltar que os influenciadores maduros, não são celebridades que atingiram os sessenta anos e resolveram compartilhar seus conhecimentos nas redes sociais. Este público, vê na influência, uma possibilidade de começar a ocupar o seu tempo livre, mostrando seu dia a dia inspirando assim pessoas a aproveitar mais a vida. Influency.me (2019). Além disso, estudos realizados a partir da análise de conteúdo das publicações de influenciadores maduros na rede social Instagram, revelaram um percentual 99,96% de argumentos de apoio, o que mostra um significativo apreço dos internautas (Santos, 2022).

No entanto, para que os idosos possam usufruir dos benefícios dos recursos tecnológicos é necessário a construção de competências digitais. e muito embora não tenham as competências digitais desenvolvidas, muitos estão buscando aprender a manusear as tecnologias digitais para interagir e se comunicar. De fato, as atualizações constantes dos aplicativos demandam esforços cognitivos e resiliência digital, sendo necessário trabalhar com competências nas práticas pedagógicas, pois possibilita um ensino personalizado de acordo com a necessidade do público mais velho (Machado, 2019).

Dessa forma, estudos que busquem ampliar o mapeamento das competências e contribuir com modelos pedagógicos, bem como com a produção de materiais educacionais digitais que atendam as demandas específicas do público idoso são cada vez mais necessários, visto que são escassos.

Sendo assim, na próxima seção, serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados neste estudo.

2 Procedimentos metodológicos

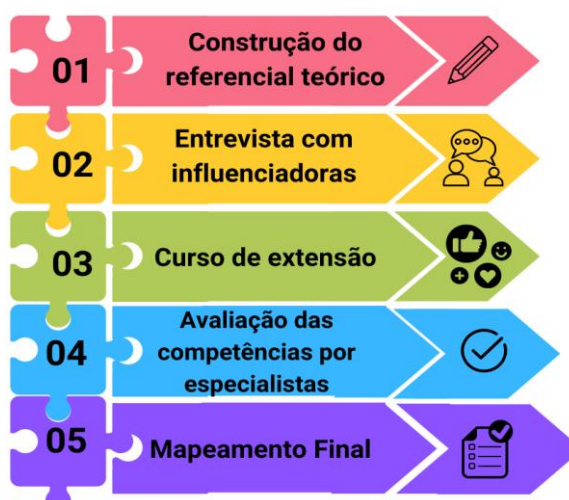
A metodologia científica compreende os procedimentos que são utilizados na realização de uma pesquisa. Sendo assim, o método empregado neste estudo, caracteriza-se como uma abordagem qualitativa, exploratória, de natureza aplicada. A pesquisa exploratória, busca avaliar uma situação concreta desconhecida, sendo a procura de tais fontes, documentos e bibliografias, imprescindível para a “não-duplicação de esforços” ou a “redescoberta” de ideias já expressas por outros pesquisadores (Marconi; Lakatos, 2003, p.225).

Nesse sentido, foram realizadas pesquisas bibliográficas, para a compreensão do tema em questão (público idoso que atua como influenciador digital). Por conseguinte, outros procedimentos foram utilizados para a obtenção de dados, tais como observações empíricas, aplicação de uma variedade de procedimentos de coleta de dados utilizada, como entrevistas, observação dos participantes em curso de extensão e questionários semiestruturados.

O estudo foi desenvolvido com dois grupos distintos de idosos maiores de 60 anos. O primeiro grupo são idosos influenciadores digitais e o segundo possuem interesse em conhecer sobre a temática ou atuarem nessa área. Assim, o intuito é mapear com esse público as competências necessárias para atuarem como influenciadores nas redes sociais.

A pesquisa foi desenvolvida em cinco etapas conforme figura 1.

Figura 1: Etapas de desenvolvimento da pesquisa



Fonte: as autoras (2024)

As etapas da pesquisa são detalhadas a seguir.

Etapa 1 - Construção do referencial teórico: Para realizar a etapa da construção do referencial teórico, foi utilizado o protocolo adaptado de revisão sistemática da literatura (RSL) que foi desenvolvido em três passos, seguindo as diretrizes de Kitchenham e Charters (2007), sendo eles: Planejamento, Condução e Apresentação dos dados. No primeiro momento, buscou-se identificar, na revisão sistemática, trabalhos científicos que abordassem na área da Educação, especificamente nas Competências Digitais, a atuação de idosos influenciadores. Na sequência, a condução visou a seleção de artigos científicos que atendessem os objetivos do estudo.

Etapa 2 - Entrevista com Idosos Influenciadores Digitais: Esta etapa objetivou realizar o mapeamento das CD de idosos influenciadores. Para tanto, foram realizadas entrevistas com os influencers que foram encontrados em destaque nos sites pesquisados na internet e aceitaram participar da pesquisa. Para isto foram utilizados como referência os estudos sobre competências de Behar et al (2022), em seguida, foi elaborado um roteiro semiestruturado para guiar a conversa que foi realizada via aplicativo de videoconferência Google meet. O convite para a entrevista foi enviado para 10 influenciadores, através da ferramenta chat do Instagram, sendo que 3 aceitaram participar concedendo entrevista. Com a finalidade de melhor organizar as informações coletadas, foi realizada a transcrição dos áudios com o Google docs e o plugin VBCABLE², possibilitando a organização das informações em textos para análise das respostas e mapeamento prévio das competências digitais dos idosos influenciadores.

Etapa 3 - Curso de extensão de influenciadores digitais: Esta etapa da pesquisa foi desenvolvida em curso de extensão com 60h, ou seja, com 12 aulas na modalidade EaD. Sendo síncronas pelo aplicativo Google Meet e assíncronas no ambiente virtual de aprendizagem Rooda. O curso objetivou construir competências digitais para atuação de pessoas idosas nas redes sociais com foco na influência digital. Desse modo, os participantes conheceram os principais perfis de pessoas idosas influenciadoras digitais, recursos de publicações em redes sociais e cada um desenvolveu um projeto voltado à influência digital. Portanto, foram ofertadas duas turmas, que aconteceram nos turnos da manhã no horário das 10h às 12h e da tarde das 15h às 17h. As aulas ocorreram entre os meses de julho e setembro de 2022 e os conteúdos foram publicados em uma página web, com o uso da ferramenta google sites. Ao longo do curso foi possível aplicar um questionário com os participantes a fim mapear as competências digitais desses sujeitos. No questionário havia 18 perguntas sendo 8 fechadas e 10 abertas.

Etapa 4 - Avaliação das competências por especialistas: Na quarta etapa, as competências mapeadas foram avaliadas por 6 especialistas que responderam o questionário que foi desenvolvido no google forms e enviado por email. Os participantes especialistas foram selecionados por atuarem nas áreas de competências digitais, inclusão digital ou atuação na área educacional na temática de envelhecimento humano. Sobre o perfil, 100% das respondentes são do gênero feminino (n=6), com idade média de 36,6 anos de idade. Quanto à formação acadêmica, 3 são Mestres e 3 são Doutoradas, sendo que 3 atuam com Competências Digitais, 4 atuam também com educação de pessoas idosas e 1 com Terapia Ocupacional. Quanto ao tempo de atuação na área (n=1) têm entre 4 a 6 anos, (n=3) entre 7 a 9 anos e (n=2) mais de 10 anos.

Etapa 5 - Mapeamento final: Na etapa final, após as considerações das especialistas, e revisão da literatura que trata das competências digitais de pessoas idosas em pesquisas realizadas, foi possível a consolidação de um conjunto de competências que serviram de base para a construção de um MED - Material Educacional Digital que poderá ser utilizados por idosos que queiram atuar como influenciadores nas redes sociais.

² <https://vb-audio.com/Cable/VirtualCables.htm>

Para tanto, foram criadas duas categorias de análise: perfil dos participantes e competências digitais necessárias para que idosos atuem como influenciadores nas redes sociais digitais. Na próxima seção, são apresentados os resultados do referido estudo

3 Resultados e Discussão

Essa seção apresenta os resultados obtidos a partir da aplicação da pesquisa e encontra-se dividida nas seguintes categorias: Perfil dos participantes, na qual apresenta uma identificação dos sujeitos da pesquisa e o mapeamento das competências digitais para atuação de idosos como influenciadores digitais. Os resultados apresentados, direcionam para a elaboração da discussão que será realizada na seção seguinte.

Perfil dos participantes

Para realizar esta investigação, foram necessários 3 processos distintos. Sendo assim, os sujeitos da primeira etapa da pesquisa são do gênero feminino, com a média de idade de 67,3 anos, duas residentes no estado de São Paulo e uma no Rio Grande do Sul. Sobre o grau de escolaridade, duas possuem ensino em nível de Pós-graduação e uma o ensino médio completo. Quanto à ocupação, duas são aposentadas e uma segue em seu trabalho formal, sendo que nenhuma das respondentes tem a influência digital como fonte de renda principal. Sobre as temáticas que abordam nas redes sociais digitais, (I1) trata temas de moda a partir das experiências e estilo próprios. Já a (I2) publica temas relativos ao estilo de vida fitness, compartilhando sua rotina na academia, alimentação, suplementos e saúde da mulher madura. Enquanto a (I3) expõe assuntos relacionados à moda, beleza, saúde e comportamento.

O perfil do grupo da segunda etapa foram pessoas idosas que participaram do curso Idosos Influenciadores Digitais, foram todas mulheres com média de idade de 68 anos. No que diz respeito à escolaridade, 46,2%(n=6) possuem ensino superior completo, 23%(n=3) possuem especialização completa, 15,4%(n=2) ensino fundamental completo, 7,7%(n=1) médio completo e 7,7%(n=1) mestrado completo. Além disso, 69% (n=9) estão aposentadas, 14%(n=2) dona de casa, 7%(n=1) artesã e 7%(n=1) é aposentada e MEI. Em relação a renda mensal a predominância foi de 4 a 8 salários-mínimos com 53,8%(n=7); 38,5%(n=5) preferiram não informar e 1 a 3 salários mínimos com 7,7%(n=1). Quanto às TD usadas com mais frequência nota-se o smartphone com 76,9%(n=10); notebook 61,5%(n=8); tablet 7,7% (n=1) e computador de mesa 30,8%(n=4). Além disso, a Figura 2 representa as redes sociais mais utilizadas pelos participantes.

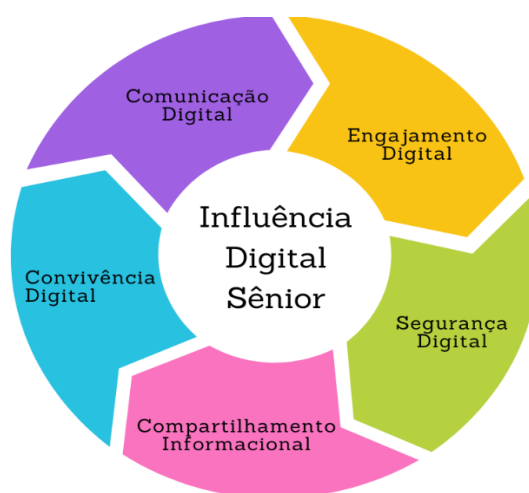
Assim, ao final desta pesquisa é possível concluir que idosos influenciadores não precisam necessariamente ter fluência digital no uso das tecnologias, sendo de extrema importância que sejam letrados, e que construam algumas competências socioafetivas, tais como resiliência mas que podem existir seniores que produzem seus próprios materiais e não são necessariamente influencers. A respeito dos conceitos de influenciador digital e criador de conteúdo, corrobora-se com Bugia (2023) que explicita que são conceitos distintos, pois nem todos os criadores de conteúdos são influenciadores digitais. Assim, o criador de conteúdo pode ser qualquer indivíduo que “[...] participe e interaja com a comunidade online, em que está constantemente a produzir conteúdo sem que este tenha relação comercial” (Bugia, 2023, p.45). Entretanto, segundo Bugia (2023), o influenciador digital está mais associado a divulgar produtos ou serviços de acordo com seu nicho no meio digital.

Em relação a rede social, Frier (2021) indica que a popularização do Instagram gerou uma indústria lucrativa de influenciadores. Contudo, inicialmente essa rede social foi criada com o intuito de ser um espaço para exercitar o olhar sobre o mundo com viés artístico e criativo (Frier, 2021). Ademais, segundo a autora (2021), os perfis nessa rede social apresentam narrativas contadas de modos inconscientes e que, por vezes, buscam disfarçar as imperfeições humanas e da vida cotidiana.

No que se refere às pessoas idosas que participaram do curso de inclusão observa-se que nem todos possuem interesse e perfil de influenciador digital. No entanto é possível ressaltar a partir da fala da (I1) que diz: “Para mim o curso foi muito enriquecedor, eu não pretendo ser um Influenciador digital mas todo conhecimento que adquiri principalmente com o Canva vai me possibilitar ou melhor já está me possibilitando fazer minhas comunicações”. Entretanto, Navarro et al (2023) resalta que os aplicativos e as redes sociais se atualizam muito rápido, por isso é imprescindível a continuidade das atividades em cursos ou oficinas de inclusão digital. Já as idosas influenciadoras entrevistadas relataram que buscam estabelecer uma relação de confiança com seus públicos e reforçam a necessidade de influenciar positivamente outras pessoas. Cabe ressaltar que tanto as pessoas idosas do curso quanto as influenciadoras idosas, mencionaram que é importante saber criar conteúdo, no entanto existem outras possibilidades, pois podem recorrer ao apoio de outras pessoas para esta etapa do trabalho. Logo, a fluência digital não foi atribuída como uma característica de um grupo específico, mas sim a atitude de compartilhar experiências de vida. Santos (2022) corrobora tal posicionamento, visto que cada vez mais os influenciadores servem como referência para a aquisição de determinada marca ou produto. Portanto, os Influenciadores digitais podem ser produtores de conteúdo para redes sociais como YouTube, Instagram e Facebook ou contarem com serviços especializados em produção de materiais. Sendo assim, podem atuar somente na força persuasiva capaz de afetar comportamentos e decisões de consumo, como afirmam Klouri e Vallias (2019).

Mediante os resultados da análise de conteúdo, foi possível mapear cinco competências digitais: Compartilhamento Informacional, Comunicação, Segurança Digital, Convivência Digital e Engajamento Digital, que se referem à atuação das pessoas idosas influenciadoras digitais conforme exposto na figura 2.

Figura 2: Competências digitais dos seniores influenciadores



Fonte: as autoras (2024).

Considerando a análise dos dados da pesquisa com influenciadoras idosas, foi possível mapear as referidas competências, descritos no quadro 1 abaixo:

Quadro 1 - Definição das competências mapeadas

COMPETÊNCIAS MAPEADAS	
Competência	Definição

Comunicação Digital	Relacionada à linguagem oral, corporal, e escrita nas mídias sociais
Engajamento Digital	Relacionada à capacidade de influenciar positivamente outras pessoas
Compartilhamento Informacional	Relacionada à busca, avaliação e publicação de informações
Convivência Digital	Relativo a resiliência virtual, respeito, atribuição dos direitos autorais e responsabilidades legais
Segurança Digital	Relativo ao uso dos recursos tecnológicos e proteção dos dados pessoais na rede

Fonte: a autora (2024)

Sobre as definições das competências mapeadas, cabe ressaltar que foram elaboradas e adaptadas a partir do referencial teórico existente que aborda as competências digitais de pessoas idosas, bem como referenciais teóricos da área de marketing digital o qual abrange a temática da influência em meios digitais.

4 Considerações finais

Nos últimos anos, tem-se visto um aumento significativo na participação da população idosa nas mídias sociais que tem transformado a dinâmica dessas plataformas no Brasil. Além de usarem tecnologias digitais para comunicação, entretenimento, compras e turismo, algumas pessoas idosas estão se tornando influenciadores e criadores de conteúdo. Eles compartilham suas experiências e interesses, vendem produtos e serviços, e usam diferentes ferramentas para se conectar com o mundo digital.

Os dados deste estudo indicam a existência de cinco competências digitais necessárias para que as pessoas idosas possam atuar como influenciadores nas mídias sociais. Embora a fluência digital não seja um requisito obrigatório, outras competências gerais como experiência de vida e habilidades interpessoais são fundamentais para que este público possa compartilhar suas experiências de vida, promovendo bem-estar e qualidade de vida.

No entanto, o estudo também aponta que ainda faltam pesquisas que considerem a atuação das pessoas idosas como influenciadores digitais e produtores de conteúdo. Além disso, estereótipos, preconceitos e discriminações ainda prevalecem na sociedade, o que pode limitar o potencial criativo e participativo deste público.

No entanto, apesar disso, a pesquisa destaca a crescente tendência das pessoas idosas em aprender continuamente e explorar as novas tecnologias de forma crítica e segura. Durante o estudo, os participantes apontaram a importância das ferramentas apresentadas no curso e como eles poderiam usá-las para diferentes finalidades. Eles também consideraram relevante a dupla função de influenciadores e criadores de conteúdo, embora sejam papéis distintos no ambiente digital.

Por fim, o aumento do número de pessoas idosas influenciadores e criadores de conteúdo nas redes sociais, confirmam que há uma ampliação no acesso aos ambientes virtuais por parte desse público, criando novas oportunidades para que eles possam se expressar, ser ouvidos e ter autonomia para criar e consumir conteúdo e exercerem sua cidadania digital.

Referências

- BARROS, A. S. X. et al. Terceira idade & tecnologia: reflexões sobre a inserção de idosos no mundo digital. **Expressa Extensão**, Pelotas, v. 25, n. 3, p. 184-193, 2020.
- BENEDITA, R. DA MOTA A. VIVIANI, Cristiane; PESSOA PARENTE, Lucas; SADACO MINAMIZAKI IKUTA, Lídia; SATHLER TAVARES BATISTONI, Samila; BENTO LIMA DA SILVA, Thais. Inclusão digital e seus benefícios para os idosos. **KAIRÓS-GERONTOLOGIA**, [S. l.], v. 26, n. 33, 2023. DOI: 10.61583/kairs.v26i33.27. Disponível em: <https://kairosgerontologia.com.br/index.php/kairos/article/view/27>. Acesso em: 28 dez. 2023.
- BOCCHINI, Bruno. Pesquisa mostra exclusão de idosos do mundo digital e da escrita. Agência Brasil, São Paulo, 21 de agosto de 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-08/pesquisa-mostra-exclusao-de-idosos-do-mundo-digital-e-da-escrita>. Acesso em: 18 jul. 2023.
- CAMPOS, T. H. Granfluencers: da velhice à senioridade digital. Dissertação de Mestrado, 2020.
- CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2017.
- COSTA, M. R..S; TRINDADE FERREIRA, M.; CARDOSO HIPÓLITO, E. O uso de mídias sociais de forma independente e segura para a terceira idade: uma experiência de curricularização da extensão. Caminho Aberto: revista de extensão do IFSC, [S. l.], v. 17, p. 1–10, 2023. DOI: 10.35700/2359-0599.2023.17.3598. Disponível em: <https://periodicos.ifsc.edu.br/index.php/caminhoaberto/article/view/3598>. Acesso em: 28 dez. 2023.
- GONÇALVES, Samilly Rayssa Lopes. “Baú de histórias”: incentivando a produção de memória e a valorização das trajetórias de vida de pessoas da terceira idade. 2023. 22 p. Monografia (especialização) - Pós-graduação Lato Sensu em Mídia e Educação - Universidade Federal do Pampa/UAB - Universidade Aberta do Brasil, Campus São Borja, São Borja, 2023.
- SANTOS, Jordana Almeida Guimarães. Análise da atuação das influenciadoras digitais idosas no Brasil por meio da abordagem da resposta cognitiva do consumidor. 2022.
- SILVA, K. K. A. D.; BEHAR, P. A.. COMPETÊNCIAS DIGITAIS NA EDUCAÇÃO: UMA DISCUSSÃO ACERCA DO CONCEITO. Educação em Revista, v. 35, p. e209940, 2019.
- TOMAZ, EDJANE CRISPIM DA SILVA; MORAIS, Pauleany, S. INCLUSÃO DIGITAL: VIVÊNCIAS FORMATIVAS COM O USO DO CELULAR NA TERCEIRA IDADE. **Anais do CIET:EnPED:2020 - (Congresso Internacional de Educação e Tecnologias | Encontro de Pesquisadores em Educação a Distância)**, São Carlos, ago. 2020. ISSN 2316-8722. Disponível em: <<https://cietenped.ufscar.br/submissao/index.php/2020/article/view/1491>>. Acesso em: 28 dez. 2023.
- TAHA, Carolina Silva Pereira et al. A pessoa idosa e a mídia social: evolução do envelhecimento. **Global Academic Nursing Journal**, v. 4, n. 2, p. e354-e354, 2023.

Submissão: 01/11/2023

Aceite: 26/04/2024

Como citar o artigo:

SIGAL, Carla Bueno et al. Sêniors influenciadores: um olhar sobre as competências digitais de pessoas idosas em atuação nas redes sociais digitais. **Estudos interdisciplinares sobre o Envelhecimento**, Porto Alegre, v. 29, e140001, 2024. DOI: 10.22456/2316-2171.140001