

A AUTOPERCEÇÃO DO ENVELHECIMENTO E AS TECNOLOGIAS DIGITAIS: ENTRE A INADEQUAÇÃO E A AGÊNCIA

ELIZÂNGELA CARVALHO NORONHA

Universidade Católica Portuguesa
<https://orcid.org/0000-0001-8341-2016>
elizc.noronha@gmail.com

EDUARDO PRADO CARDOSO

Universidade Católica Portuguesa
<https://orcid.org/0000-0002-8050-334X>
oeduardoprado@gmail.com

RESUMO:

A sociedade portuguesa está a envelhecer e a tornar-se cada vez mais digitalizada. Segundo dados do Instituto PORDATA, a população idosa em Portugal tem crescido mais de dois por cento ao ano, tornando o país o segundo mais envelhecido da Europa e o quarto do mundo. Por outro lado, os serviços da administração pública e privada têm investido na digitalização e na dataficação, especialmente desde a pandemia de Covid 19, como forma de oferecer maior agilidade e redução de custos na prestação de informações e serviços (Rosales et al. 2023). Com o objetivo de identificar os desafios e preconceitos enfrentados pela população portuguesa envelhecida perante a digitalização, realizámos *think tanks* com dois grupos de pessoas idosas: um em Oeiras (região metropolitana de Lisboa) e outro na Covilhã (no interior do país). A análise das sessões demonstrou a presença do idadismo digital como um traço sociocultural transversal aos contextos analisados. Ao mesmo tempo, revelou que as formas como as pessoas envelhecidas reagem aos

preconceitos e estereótipos associados à idade são diversas e oscilam entre o sentimento de inadequação decorrente da exclusão digital e uma avaliação crítica que expressa agência política, questionando a digitalização compulsória da vida social.

PALAVRAS-CHAVE: Envelhecimento; Tecnologias digitais; Idadismo digital; *Think Tank*.

1. Introdução

Antes de a digitalização e a dataficação se tornarem conceitos socialmente difundidos, Livingstone (2004) já alertava para as transformações que a internet traria para os estudos de audiência, especialmente para a necessidade de pensar como as teorias e métodos desta área deveriam ser adaptados ao novo contexto mediático, cada vez mais complexo.

O novo ambiente mediático exige o alargamento dos estudos de audiência em torno da noção de “audiência ativa” (Livingstone 2004, 4), ou seja, o reconhecimento de que o público e os utilizadores dos novos media estão cada vez mais ativos, plurais, múltiplos, diversos, fragmentados ou individualizados. Assim, os termos-chave na investigação sobre audiências devem incluir também questões relacionadas com escolha, seleção, gosto, preferências, intertextualidade e interatividade.

Em termos metodológicos, segundo Livingstone (2004), a investigação sobre audiências deve procurar “capturar experiências privadas e não públicas, experiências preocupadas com o significado em vez de práticas abertas, experiências de toda a sociedade e não apenas da elite, experiências habitualmente consideradas triviais e esquecíveis em vez de importantes” (p. 8). Em outras palavras, os estudos de audiência devem estar atentos à diversidade de experiências e às formas como o consumo quotidiano de serviços e conteúdos mediáticos ocorre num contexto particular e, simultaneamente, como esses conteúdos atuam na produção das condições sociais e culturais dos diferentes contextos.

Nesta direção, Louisa Ha (2020, 24) afirma que “a audiência mediática não se limita mais a ser apenas um mero consumidor ou recetor do conteúdo, mas também pode criar e distribuir o seu próprio conteúdo em resposta ao conteúdo que

recebe”. Com esta reflexão, Ha enfatiza como as novas possibilidades de interação e participação dos/as consumidores/as podem torná-los/as também distribuidores/as e produtores/as de conteúdos digitais e multiplataforma. No entanto, tal como a autora, também entendemos que estas atividades não são acessíveis a todas as pessoas, nem são desempenhadas da mesma maneira.

Para além de constrangimentos relacionados com a disponibilidade financeira para adquirir dispositivos eletrónicos, existem outros fatores — como a literacia digital — que desempenham um papel importante nas maneiras como as audiências fazem uso (ou não) dos diferentes recursos. Por essa razão, como defende Bird (2003), consideramos que é necessário ampliar o olhar sobre as audiências e, sobretudo, sobre a forma como procuramos compreender as maneiras pelas quais os media estão ancorados na teia da cultura e são articulados pelos indivíduos, tendo em conta os atravessamentos de classe, género, idade, raça, hábitos de lazer e trabalho, entre inúmeras outras variáveis.

Neste sentido, apresentamos neste artigo algumas reflexões decorrentes de atividades realizadas no âmbito de projetos de investigação realizados no âmbito do Programa de Pós-Doutoramento em Desenvolvimento Humano Integral da Universidade Católica Portuguesa e que têm as pessoas envelhecidas como foco. No texto, abordamos as formas como estas pessoas utilizam (ou não) as tecnologias digitais no seu quotidiano e como esses usos interagem com a autopercepção do envelhecimento que manifestam.

O trabalho foi orientado pela seguinte pergunta de investigação: de que modo cada pessoa relaciona a sua experiência de envelhecimento com o uso (ou não uso) de tecnologias digitais (como *smartphones*, dispositivos e computadores) e como essa experiência influencia a sua autopercepção do envelhecimento?

Antes de analisarmos os dados, é necessário discutir brevemente algumas questões relevantes sobre o envelhecimento num mundo cada vez mais digital.

2. Digitalização e envelhecimento

O processo acelerado de digitalização e dataficação da vida social tem implicações diretas nas formas como consumimos informações (noticiosas ou não) e acedemos a serviços públicos ou privados. Para além das notícias, o acesso a outras informações essenciais ao nosso quotidiano — como os horários dos transportes, as

receitas médicas ou até mesmo o pagamento de impostos — ocorre, sobretudo, através de aplicações e plataformas digitais especialmente desenvolvidas para esses fins.

No entanto, estas transformações provocadas pela digitalização não ocorrem num plano neutro e desprovido de ideologias e vieses. Na realidade, em muitas sociedades ocidentais, como a portuguesa, os avanços e mudanças de base tecnológica sobrepõem-se a velhos hábitos e ideias oriundas do senso comum — como a que atribui às pessoas mais velhas a lentidão ou o conservadorismo. Não por acaso, fomentou-se uma “divisão cinzenta” (“*grey divide*”) (Quan-Haase et al. 2018) entre gerações mais jovens e mais velhas. A partir dessa divisão, constrói-se o reconhecimento social e cultural de que as pessoas envelhecidas não estão aptas (ou interessadas) em utilizar tecnologias digitais. Como referem Comunello et al. (2023, 18),

ao adotar uma compreensão genérica dos utilizadores mais velhos dos meios de comunicação digital como uma “zona cinzenta” (Sawchuk & Crow, 2010), surgem visões estereotipadas que ignoram as diferenças entre adultos mais velhos nos padrões de utilização, nas competências e nas atitudes em relação ao mundo digital. “Isto é então usado como justificação para despriorizar os idosos nas decisões de design de produtos” (Rosales & Fernández-Ardèvol, 2020, p. 1076), assumindo que eles, enquanto grupo, estão menos interessados e menos qualificados para a adoção de meios digitais.

Para agravar este cenário, os processos de produção e desenvolvimento de novas tecnologias têm como público-alvo perfis jovens, excluindo à partida os mais velhos (Comunello et al. 2023; Svensson 2023). Influenciadas pelo idadismo digital que desestimula o uso de tecnologias digitais por pessoas idosas, estas acabam remetidas para espirais de exclusão (Rosales et al. 2023), ou seja, processos sucessivos de afastamento que resultam na falta de acesso a informações e serviços relevantes, essenciais para o pleno exercício da cidadania e da sua autonomia.

Como afirmam Ayalon e Tesch-Römer (2018, 1–2), “o idadismo é frequentemente negativo e pode prejudicar os mais velhos, pois a estereotipagem de crenças idadistas pode levar a pessoa idosa a agir conforme se espera que ela aja: como um idoso estereotipado. Assim, o idadismo pode tornar-se uma profecia autorrealizável”. Quando concretizada, essa profecia pode ter consequências para o bem-estar, a saúde e a longevidade dos indivíduos mais velhos. Exercícios como o que propomos a partir de agora permitem, na melhor das hipóteses, detetar quais

destas percepções se materializam em contextos específicos e de que forma podemos pensar, para além da inclusão dos mais velhos, na sua agência e cidadania ativa.

3. Metodologia e discussão

Diante deste cenário complexo de envelhecimento e digitalização da vida social, realizámos *think tanks*¹ (Secchi 2016), em fevereiro de 2025, como estratégia para ouvir as experiências de pessoas envelhecidas e recolher indicações sobre como mitigar a exclusão digital nesta população. As atividades foram realizadas com dois grupos de pessoas com 65 anos ou mais, residentes em Oeiras (na Área Metropolitana de Lisboa) e na Covilhã (no Centro/Interior de Portugal). Neste último caso, participaram sete mulheres de nacionalidade portuguesa, com idades entre os 70 e os 90 anos e escolaridade entre a 4ª classe e o 9º ano². Entre as participantes, quatro viviam com os maridos e três viviam sozinhas. O grupo de Oeiras reuniu cinco mulheres entre os 66 e os 82 anos, além de um homem de 83 anos. Todos viviam sós e a escolaridade variava entre o 4º ano completo e o curso industrial.

Para estimular e orientar o debate realizado em uma sessão (cada) de cerca de uma hora de duração, apresentámos vídeos e imagens que ilustravam a transformação tecnológica nos aparelhos de som, televisão e telefonia. Também apresentámos notícias sobre situações em que a digitalização altera o acesso a informações e serviços e, por fim, lemos um texto gerado por uma plataforma de IA com a descrição de uma pessoa portuguesa de 65 anos.

Ao longo das sessões, as participantes foram incentivadas a comentar e a manifestar a sua opinião. Com autorização prévia, os áudios foram gravados e, posteriormente, transcritos. Estes textos foram então analisados e agrupados em temas (Braun e Clarke 2012) relacionados com a apreciação das participantes sobre as transformações digitais, as suas experiências e a forma como a digitalização repercute na autopercepção do envelhecimento. Um resumo dessas intervenções será

¹ Segundo Secchi (2016), um *think tank* é uma organização dedicada à produção e difusão de conhecimento aplicado a problemas públicos, atuando como ponte entre investigação, sociedade e decisores políticos, influenciando agendas e oferecendo recomendações de políticas baseadas em evidências. Por sua intenção propositiva, o *think tank* torna-se uma estratégia distinta dos grupos de foco, que é uma técnica de investigação qualitativa usada para recolher percepções, opiniões e experiências de um conjunto pequeno de participantes.

² Durante as sessões, as/os participantes mencionaram o ano escolar que frequentaram quando jovens. Essa informação, portanto, diz respeito ao sistema de escolaridade em Portugal antes das mudanças do 25 de Abril.

apresentado a seguir, a partir dos temas “Apego e memória”, “Inadequação”, “Usos diários e dificuldades”, “Preocupações e visões de futuro”, “Agência” e “Representações”.

4. Apego e memória

As sessões foram iniciadas com a exibição de vídeos e imagens que mostravam as transformações tecnológicas dos aparelhos de transmissão de som (desde o gramofone até aos serviços de *streaming*), de televisão (da TV a preto e branco aos ecrãs planos) e de telefonia (dos telefones residenciais aos *smartphones*).

Logo nas primeiras imagens, as participantes evocaram memórias e, em alguns casos, demonstraram um certo apego aos equipamentos mais antigos. Entre os comentários, referiram que tinham — ou ainda têm — cassetes, toca-discos ou até mesmo aparelhos de televisão a preto e branco em casa:

“Eu tinha uma aparelhagem (toca-discos/vitrola) e dei ao meu neto”.

“Eu tenho cassetes”.

“Eu também tenho lá (cassetes). Tenho lá tantas do Roberto Leal”.

“Eu tenho ainda o aparelho para ouvir as fitas cassetes”.

“Eu tive um aparelho Emerson por 15 anos”.

“Eu também tenho um televisor com cerca de 30 anos”.

A relação entre os aparelhos de comunicação e as suas diferentes audiências e consumidores envolve modos complexos e intercambiáveis de uso, bem como de construção da memória. Van den Hoven et al. (2021) delinearão pelo menos dois modelos úteis para pensar as relações entre a posse de objetos e as memórias pessoais:

- 1) quando o próprio objeto “adquire” memórias — a pátina, o desgaste e o envelhecimento situam o aparelho em contextos específicos que ajudam a elaborar a memória episódica;
- 2) quando as memórias estão expressas pela posse — como acontece com *souvenirs* ou objetos guardados para recordar um momento ou uma pessoa.

Ambas as modalidades foram observadas nos nossos *think tanks*. As lembranças evocadas, sobretudo ligadas à música, desempenham um papel importante na preservação de relações pessoais ao longo do tempo. Assim, a relação tecnológica que situa as pessoas mais velhas numa determinada geração, década ou

momento cria uma ligação direta entre os objetos, a posse e a memória pessoal. Esta relação sofre uma transformação drástica com a digitalização dos meios — tema discutido nas sessões a partir da constatação de que *“hoje em dia tudo se faz pelo telemóvel, inclusive a fruição da música”*.

Se os objetos mudaram, tal como as práticas de consumo, as pessoas que possuem memórias de uso e entendimento tecnológico de tempos analógicos podem facilmente perder a relação posse-memória. Uma vez que o ficheiro digital não possui pátina nem o mesmo tipo de construção mnemónica, é legítimo pensar no deslocamento — e até na exclusão — de uma grande parte das pessoas mais velhas do processo de relação com as tecnologias do quotidiano.

5. Inadequação

Deste deslocamento material e também psicológico deriva um aspeto importante narrado por várias participantes, relacionado com um forte senso de inadequação tecnológica. Os seguintes relatos ilustram essa perceção sobre o que seria uma utilizadora ideal — alguém que compreende, usa e, talvez, não precisa de ajuda:

“Eu também tenho um daqueles (smartphone). Tem internet, mas eu não uso. Quem usava era o meu neto”.

“O meu é desses mais modernos, eu não sei é trabalhar com ele”.

“Eu às vezes ‘descomando’ tudo”.

“A dificuldade sou eu, que não sei trabalhar com o telemóvel”.

“Não estamos desenvolvidos para essas tecnologias”.

“Não temos idade para sabermos o que a menina sabe”.

“Agora, com o telemóvel, na nossa idade, nós não acompanhamos como as crianças, que já vão sabendo como lidar com os telemóveis. Não estou na fase de criança a aprender o telemóvel”.

Estes testemunhos ilustram um apontamento recorrente que associa os novos media ao conhecimento e uso restritos às gerações mais jovens, numa ligação entre a obsolescência material e os corpos envelhecidos. No entanto, como veremos noutros exemplos, as conversas revelaram usos sofisticados das tecnologias digitais; por isso, este senso comum é também consequência das projeções e representações da pessoa mais velha produzidas pelos próprios media.

O uso recorrente de representações ancoradas no idadismo para separar o uso das tecnologias entre diferentes gerações (“meu neto”, “criança”, “fase”, “nossa

idade”) pode já ser um sintoma da mencionada profecia autorrealizável, que exclui do cenário mediático à partida, como se a mera idade — ou esta etapa da vida — fosse um impedimento à participação tecnológica.

6. Usos diários e dificuldades

Como referido anteriormente, foram identificados usos distintos e variados da tecnologia nos grupos em questão. Entre as participações, destacamos os seguintes excertos:

“Eu uso o microfone do telemóvel. Não escrevo o que quero pesquisar, só falo”.

“Eu acho que perdemos a mobilidade das mãos para despachar as coisas — é o meu caso”.

“Eu também ‘descomando’ tudo. Mas tiro fotografias com o telemóvel”.

De uma participante para outra, a variedade de usos associados ao *smartphone* relaciona-se tanto com o emprego das mãos e a agilidade que se alterou ao longo do tempo, como com as adaptações que os próprios dispositivos tecnológicos oferecem, exemplificadas pela presença das mensagens de áudio. Esta dimensão adaptativa das tecnologias é particularmente interessante, pois não reduz a experiência das pessoas mais velhas a um segmento excluído. A parte que se adapta — como no caso referido, ao recorrer ao microfone do telemóvel para fazer pesquisas na internet — demonstra como o sentimento de inadequação perante uma modalidade pode ocultar práticas constantemente adaptativas por parte das pessoas mais velhas. Daí o problema das generalizações idadistas: reforçam a ideia de um perfil idealizado e excludente que supostamente domina as mais variadas atividades quotidianas, quando, na realidade, as pessoas apropriam-se dos media conforme as suas experiências prévias e as necessidades que lhes surgem.

Não são incomuns estudos (Köttl et al. 2021) que relacionam o idadismo internalizado com as narrativas das pessoas mais velhas sobre o uso das novas tecnologias. As soluções apresentadas geralmente sugerem maior participação dos utilizadores na conceção de produtos e tecnologias, mas há outra componente importante: a construção crítica envolvida nas conotações negativas sobre si próprios, que raramente são questionadas ou debatidas no espaço público. Preocupa-nos a naturalização desses estereótipos, pois o cenário atual não é

sustentável: uma percepção reducionista sobre grande parte da população influencia o design das tecnologias, as representações mediáticas e, em última instância, a autopercepção do próprio processo de envelhecimento.

7. Preocupações e visões do futuro

Esta categoria reúne um conjunto de visões e expressões que, embora relacionadas com a inadequação e o descontrolo, projetam um futuro com tonalidades distópicas — um tempo em que o ser humano já não poderá decidir como interagir com os media — ou um presente marcado pela desconfiança:

“Eu sempre achei, desde miúda, que o mundo ia acabar todo a ‘lata’. Não ia haver humanos. Seriam robôs”.

“Eu acho que, para além de ver muito problema, há muitas pessoas no desemprego. É digital, mas existem seres humanos. Isso é sempre uma mais-valia para o patrão e para os grandes núcleos”.

“Mandar mensagens, comunicar... mas fazer buscas eu tenho medo”.

“Até quando é da eletricidade, prefiro ir eu fazer o contacto. Desligo o telefone quando oferecem coisas”.

“É tirarem o trabalho às pessoas. Como é que querem qualidade de vida?”.

Curiosamente, o cenário futuro — de uso sistemático e descontrolado da tecnologia digital — já se encontra presente em grande parte das atividades quotidianas que envolvem burocracias nas grandes cidades: pagamento de contas, acesso a informações e horários. Este ponto foi discutido a partir de uma reportagem sobre o uso de aplicações para consultar os horários dos autocarros em Loures. Tal discussão desencadeou um debate bastante frutífero sobre a obrigatoriedade do uso e consumo digitalizados, o que nos conduz a outro tópico: a agência das pessoas mais velhas em relação ao uso da tecnologia.

8. Agência

Interligados, os tópicos aqui discutidos abordam tanto o sentimento — reforçado por estereótipos — de inadequação das pessoas mais velhas face ao sistema digitalizado de acesso à informação, como a crítica que os/as nossos/as participantes dirigiram à diminuição da sua agência nesses processos mediatizados.

Isso tornou-se particularmente evidente quando debatemos as aplicações bancárias e os manuais de produtos disponibilizados apenas em formato digital:

“Não me obriguem a ter uma coisa que eu não quero, como o banco ligado ao telemóvel. Eu não quero, mas eles obrigam-me a ter. Aliás, não só eles, o Estado também obriga a ter isso”.

“Há todo um palavreado que não é conhecido. Há certas coisas que se dizem na linguagem do telemóvel ou do computador que a maior parte das pessoas desconhece. O browser, isto, aquilo. Termos estrangeiros, ingleses, em vez de traduzirem... As pessoas podem não saber. ‘Querem manual? Vá à internet’”.

“Quanto mais evolução, pior”.

Outro exemplo de agência surgiu na procura de alternativas para superar a exclusão digital. Algumas participantes relataram contar com o apoio e orientação de pessoas próximas e familiares, demonstrando a importância das relações intergeracionais para a inclusão das pessoas mais velhas:

“Eu falo por mim: quando me aparece qualquer coisa, chamo o meu genro ou a minha filha para ver. Eu já não sou capaz de assimilar o que tenho de fazer”.

Deste modo, incluir os/as cidadãos/ãs mais velhos/as nas discussões tecnológicas não é necessário apenas pelo princípio democrático que deveria orientar estes usos mediáticos, mas também pela mais-valia que as trocas de conhecimento intergeracional podem proporcionar. Como vimos, o senso de eficiência e simplificação que tanto empresas privadas como o Estado português privilegiam ao conceber sistemas de informação e tecnologia parte do pressuposto de que uma parte considerável da população terá de aceitar essas práticas — o que, naturalmente, repercute na sua autonomia. No entanto, é fundamental considerar que os usos tradicionais, repetidos ao longo de décadas, só poderão adaptar-se se fizerem sentido para as populações mais velhas.

9. Representações

Na última parte das sessões, lemos a descrição de uma pessoa de 65 anos elaborada por uma plataforma de Inteligência Artificial. O texto enumerava características relacionadas com a aparência, a saúde, a experiência de vida, os interesses e *hobbies*, a visão do mundo e a atitude e energia.

Apesar de a descrição procurar apresentar uma certa variedade de traços, os estereótipos etários prevaleceram. No que diz respeito à aparência, afirmava-se que

“fisicamente, uma pessoa de 65 anos pode ter sinais visíveis de envelhecimento, como cabelo grisalho ou branco, rugas e talvez uma postura um pouco curvada. A pele pode estar um pouco mais fina e menos elástica. No entanto, o estado de saúde e a aparência podem variar muito dependendo dos cuidados pessoais e do estilo de vida”.

Quanto à saúde, o texto sugeria que “é possível que essa pessoa tenha algumas condições de saúde associadas à idade, como artrite, pressão alta ou problemas de visão”. De forma semelhante, os restantes tópicos descreviam as pessoas mais velhas a partir de estereótipos que associam o envelhecimento à experiência acumulada, mas também à vulnerabilidade, a atividades como jardinagem e à dedicação familiar. As reações iniciais foram de concordância com a descrição, como se observa nos comentários:

“É verdade”.

“Isso para nós não é nada novo”.

“Nós já vivemos essas coisas todas”.

“Concordam? Sim!”.

No entanto, à medida que a discussão avançou, as pessoas começaram a identificar os estereótipos presentes na descrição e a questionar a falta de diversidade na representação proposta. Progressivamente, as opiniões tornaram-se mais críticas e a identificação com o texto passou a ser problematizada, como se vê nas intervenções seguintes:

“Ah, sem dúvida. Quem convive com mais pessoas de idade vê que há diversidade”.

Houve também discordância relativamente às descrições generalistas sobre o que caracterizaria uma pessoa idosa portuguesa (costumes e tradições, festas, vinhos) e quanto à falta de transparência no armazenamento de dados da plataforma: seria plausível que aquilo pesquisado por um utilizador noutra parte do mundo definisse adequadamente o conceito de pessoa mais velha portuguesa?

“Eu diria que está incompleta. A parte exterior difere da parte interior”.

“Podemos dizer que está tudo errado. Apesar de estar certo, essa informação fica com ela (com a máquina)?”.

Além de reconhecerem imprecisões e generalizações baseadas em estereótipos de idade, as participantes passaram a questionar a ausência de políticas

de literacia digital dirigidas às pessoas mais velhas. Queixaram-se de que “falta informação” e de que não possuem “literacia para isso”.

10. Conclusões

“Antigamente, quando estávamos doentes, muita gente não se dava com os medicamentos e ia-se à bruxa (especialista em remédios caseiros e naturais). Agora temos a bruxa na televisão” (referindo-se ao computador). Este relato traduz o desconhecimento — com alguma carga de misticismo — que pode marcar a relação entre a tecnologia e as pessoas envelhecidas.

Ao longo das suas vidas, estas pessoas foram confrontadas com transformações tecnológicas constantes no quotidiano, que alteraram as formas de comunicar, de aceder à informação e de utilizar uma série de serviços. No entanto, neste processo acelerado de substituição contínua de uma tecnologia por outra, foram raros os momentos em que as pessoas de mais idade receberam informação e orientação sobre o funcionamento dos novos recursos, especialmente os digitais, bem como sobre as suas funcionalidades e riscos.

Mesmo em contextos distintos, como Oeiras e a Covilhã, o idadismo digital revelou-se transversal às experiências das pessoas mais velhas, evidenciando as suas repercussões na forma como percecionam o avanço tecnológico e, sobretudo, como se percecionam a si próprias perante essas transformações. Apesar de apresentarem usos e dificuldades diferentes, o sentimento de inadequação face às tecnologias foi manifestado por ambos os grupos.

A agência política³ tornou-se evidente quando questionaram a digitalização e os seus efeitos sociais, económicos e culturais. E foi também através dessa agência que algumas pessoas relataram a procura de alternativas capazes de minimizar a exclusão digital e desafiar a “divisão cinzenta” anteriormente referida, que ignora a vontade e a curiosidade das pessoas mais velhas relativamente às tecnologias digitais.

Por fim, a concordância inicial com as representações da velhice demonstrou como as imagens e descrições mediáticas sobre esta fase da vida limitam a compreensão do envelhecimento, mesmo entre quem o vivencia. Minam a

³ Entendemos agência política como a capacidade de serem ativos na construção de suas vidas e fazerem escolhas individuais dentro das oportunidades e constrangimentos que tiveram. Ver, por exemplo: Bengtson et al. (2005).

confiança das pessoas mais velhas e tornam o idadismo uma profecia autorrealizável.

A partir destas reflexões — e considerando que os *think tanks* procuram também recolher indicações práticas para a resolução de problemas sociais — entendemos, com base nos contributos das participantes, que é fundamental:

- Manter canais de atendimento direto ao público, garantindo que as pessoas de mais idade possam aceder autonomamente aos diferentes serviços;

- Criar programas nacionais de literacia mediática e digital, para que as pessoas envelhecidas, caso assim o desejem, possam receber orientação adequada para utilizar tecnologias e plataformas digitais;

- E assegurar acompanhamento e fiscalização sistemáticos das representações do envelhecimento disseminadas na sociedade, como estratégia para mitigar os efeitos do idadismo na vida das pessoas.

Referências

Ayalon, Liat, and Clemens Tesch-Römer. 2018. *Contemporary Perspectives on Ageism*. Cham: Springer Nature.

Bengtson, Vern L., Glen H. Elder Jr., Norella M. Putney, Peter G. Coleman, and Thomas B. L. Kirkwood. 2005. “The Lifecourse Perspective on Ageing: Linked Lives, Timing, and History.” In *The Cambridge Handbook of Age and Ageing*, edited by Malcolm L. Johnson, 493–501. Cambridge: Cambridge University Press.

Bird, S. Elizabeth. 2003. *The Audience in Everyday Life*. New York: Routledge.

Braun, Virginia, and Victoria Clarke. 2012. “Thematic Analysis.” In *APA Handbook of Research Methods in Psychology, Vol. 2, Research Designs: Quantitative, Qualitative, Neuropsychological, and Biological*, 57–71. Washington, DC: American Psychological Association.
<https://doi.org/10.1037/13620-004>.

Comunello, Francesca, Silvia Mulargia, and Francesca Ieracitano. 2023. “‘Forever Young?’: Digital Technology, Ageism and the (Non-)Ideal User.” In *Digital Ageism*, 18–35. London: Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003323686-2>.

- Ha, Louisa. 2020. "The Changing Audience." In *The Handbook on Media Management and Business*, 21–38. New York: Routledge.
- Köttl, Hanna, Veronika Gallistl, Rebecca Rohner, and Liat Ayalon. 2021. "“But at the Age of 85? Forget It!”: Internalized Ageism, a Barrier to Technology Use." *Journal of Aging Studies* 59: 100971.
- Livingstone, Sonia. 2004. "The Challenge of Changing Audiences: Or, What Is the Audience Researcher to Do in the Age of the Internet?" *European Journal of Communication* 19 (1): 75–86. <https://doi.org/10.1177/0267323104040695>.
- Quan-Haase, Anabel, Crystal Williams, Maja Kicevski, Ikenna Elueze, and Barry Wellman. 2018. "Dividing the Grey Divide: Deconstructing Myths About Older Adults' Online Activities, Skills, and Attitudes." *American Behavioral Scientist* 62 (9): 1207–1228. <https://doi.org/10.1177/0002764218777572>.
- Rosales, Andrea, Mireia Fernández-Ardèvol, and Jakob Svensson, eds. 2023. *Digital Ageism: How It Operates and Approaches to Tackling It*. London: Routledge.
- Secchi, Leonardo. 2016. *Análise de Políticas Públicas: Diagnóstico de Problemas, Recomendação de Soluções*. São Paulo: Cengage Learning.
- Svensson, Jakob. 2023. "Technology Culture as Youth Oriented." In *Digital Ageism*, edited by Andrea Rosales, Mireia Fernández-Ardèvol, and Jakob Svensson, 71–87. London: Routledge.
- Van den Hoven, Elise, Daniel Orth, and Annemiek Zijlema. 2021. "Possessions and Memories." *Current Opinion in Psychology* 39: 94–99.

Article received on 12/01/2026 and approved on 18/02/2026.

Creative Commons Attribution License | This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.