



## **IDOSOS E REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE DOS CONTEÚDOS**

Francisca Joyce Marques Benício<sup>1</sup>  
Giulianne Maria Silva Souto<sup>2</sup>

**Apoio/Auxílio Financeiro:** Não houve.

### **INTRODUÇÃO**

Cada vez mais na atualidade, as redes sociais fazem parte do cotidiano dos indivíduos, tendo um papel muito relevante na vida pessoal e social desses. Além de possibilitar a comunicação com amigos e parentes, também dá a liberdade que os seus usuários se liguem a pessoas de todo o mundo, com quem partilham interesses comuns. (Wnent, 2016). Assim a mídia pode ser definida como meios de comunicação em geral, que são responsáveis por divulgar informações através de revista, jornais, filmes, internet e etc.; que pode atingir um grande público, com um vasto poder de influenciar a sociedade.

Pode-se ressaltar ainda que a mídia tem controle também para estimular as crianças, adolescentes, adultos e idosos a seguirem os mais diversos modos de se portar, se vestir, se alimentar, se divertir e como devem realizar atividades físicas, dentre outras formas de comportamento social. Nessa perspectiva para Castro (2003, p.18). “ afirma que a mídia é o agente difusor do culto ao corpo como tendência de comportamento”

A sociedade vem imergindo nas novas tecnologias, em busca de diversas formas de se comunicar através das redes sociais e os idosos, indivíduos a partir de 60 anos segundo IBGE, também estão fazendo parte de desse meio, mesmo que para algumas pessoas essa fase da vida seja apenas ligado ao envelhecimento que está diretamente conectada a solidão e sofrimento, a velhice, por conta dos anos vividos. Entretanto, na concepção de Neri (2001a) e Baltes (1987) o envelhecimento compreende um processo multifatorial e multifacetado que tem como fim a velhice.

Essa fase da velhice pode ser definida como negativa por algumas sociedades, pois traz mudanças no corpo como: rugas, cabelos brancos, indisposição tornando-o

---

<sup>1</sup> Licenciada em Educação Física, Instituto Federal da Paraíba(IFPB).

<sup>2</sup>Doutora em Educação Física, Instituto Federal da Paraíba(IFPB).



dependente da família e da sociedade. Diante disso, Souto e Caminha (2015) afirmam que a sociedade aponta a velhice como a fase da vida cercada por muitos aspectos negativos na maioria das vezes.

Essa mudança corporal, psicológica e social que ocorre naturalmente na vida dos indivíduos, faz com que estes busquem maneiras de retardar o envelhecimento, através de métodos e procedimentos estéticos que ajudam a rejuvenescer. Nas palavras de Zani (1994) o rejuvenescimento pode ser definido como o resultado do uso de um conjunto de métodos cirúrgicos, clínicos ou naturais, que visam reduzir os sinais do envelhecimento, para a obtenção de uma aparência jovial.

O rejuvenescimento também pode vir atrelada ao bem-estar, no grupo social que está inserido, tendo um carácter mais emocional. Torres (2010) em seus estudos, relata ter encontrado duas fases para relacionar com o rejuvenescimento: a subjetiva, que envolve a convivência com outras pessoas, a espiritualidade e o “sentir-se jovem” e a outra é a funcional, voltada às práticas que visam o retardo do processo de envelhecimento.

Em busca dessas várias formas de se sentir bem, alguns idosos no Brasil e no mundo, tem encontrado na mídia um ambiente propício para interagir como também estão se tornando Influenciadores digitais, conquistando seguidores de todas as idades, mostrando em seus perfis e canais os mais variados conteúdos desde os afazeres domésticos, fotos, viagens , festas, bate-papo , humor autoestima; estes senis vem conquistando espaço nas plataformas digitais, como também muitas empresas buscam patrociná-los. Segundo uma pesquisa com base nos dados de *influency.me* existe mais de 100 influenciadores maduros ativos no Brasil.

Nesse contexto, o objetivo deste estudo é analisar os perfis nas redes sociais dos principais influenciadores digitais da terceira idade do Brasil, observando assim, quais os conteúdos estão sendo expostos por estes. Logo, justifica-se por perceber como os idosos cada dia vem se engajando no mundo das redes sociais , buscando através desses ambientes expor seus cotidianos e como isso, incentivando outras pessoas a compreenderem que a idade pode ser apenas números. Além de criar subsídios sobre o tema pois existem poucos estudos na literatura brasileira.



## **MATERIAIS E MÉTODO**

A pesquisa é de cunho descritivo e documental e utilizou como fonte dos dados as informações, artigos, reportagens como forma de seleção dos sujeitos da pesquisa, que estão disponibilizadas nas redes sociais de idosos produtores de conteúdo para o meio digital, também conhecidos como “influencers”. Mais especificamente foram analisados os perfis da plataforma digital Instagram de 7 dos principais influenciadores idosos do Brasil, durante os últimos seis meses, com base nos números de seguidores.

Após obtenção dos dados passou-se, então, para a etapa de análise crítica dos dados, conforme Bardin (2010), realizando a análise de conteúdo, buscando a compreensão do problema proposto nesta investigação.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Foram encontrados sete influenciadores digitais que mais se destacam na plataforma Instagram, conforme mostra o quadro 1.

Quadro 1: Descrição dos influenciadores: nome, idade e número de seguidores.

| Influenciadores              | Idade   | Nº de Seguidores no Instagram |
|------------------------------|---------|-------------------------------|
| Dirce Ferreira               | 73 anos | 245 mil                       |
| Izaura Demari                | 80 anos | 243 mil                       |
| Helena Wiechmann             | 92 anos | 108 mil                       |
| Sonia Bonetti                | 83 anos |                               |
| Gilda de Melo                | 79 anos |                               |
| Coracy Arantes               | 78 anos | 74,9 mil                      |
| Antônio Martins (Barrosinho) | 73 anos | 40 mil                        |
| Sueli Rodrigues              | 71 anos | 22,4 mil                      |
| Mireia Borges                | 64 anos | 14,7 mil                      |

Fonte: Instagram

Na referida rede social dos idosos citados abordam-se os conteúdos mais variados: cotidiano, dicas de moda, livros filmes, uso de cosméticos, autoaceitação, autoestima, publicidade de marcas de diversos produtos, exercícios dentre outros assuntos.



Quadro 2: Descrição dos influenciadores: nome, idade e número de seguidores

| Influenciador                                      | Características pessoais                                                   | Conteúdo                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dirce Ferreira                                     | Enfermeira aposentada, Jovialidade                                         | fotos e vídeos sobre: roupas e calçados, receitas, fala sobre aceitação do corpo.                                                                                                                                                      |
| Izaura Demari                                      | Elegante                                                                   | participação em programas de TV e falas sobre autoaceitação na terceira idade.                                                                                                                                                         |
| Helena Wiechmann<br>Sonia Bonetti<br>Gilda de Melo | Trio famoso denominado “Avós da Razão”                                     | dicas de modas, livros, filmes e series, receitas, debatem sobre temas atuais com os seguidores e autoaceitação e longevidade.                                                                                                         |
| Coracy Arantes                                     | conhecida por ter uma alegria imensa, sempre sorridente                    | amor próprio, cotidiano, publicidade de marcas de cosméticos, suplementos e se diverti fazendo dublagens. Aceitação do corpo e das fases da vida                                                                                       |
| Antônio Martins (Barrosinho)                       | conhecido como “barrosinho ou vovô das baladas”, sempre ao lado da esposa. | vídeos e fotos das festas que frequentou, como também relembrando vídeos dançando com alguns cantores famosos.                                                                                                                         |
| Sueli Rodrigues                                    | Conhecida como “blog da Su70”                                              | dicas de moda, o cotidiano, fala muito de auto estima, autoaceitação, dublagens, longevidade e participa de programas de TV                                                                                                            |
| Mireia Borges                                      | Se auto denomina comunicadora digital 60+                                  | dicas de filmes, séries, livros, frases reflexivas, fala também da importância do pilates para seu dia a dia, participa de <i>lives</i> dos mais variados temas, uso de cosméticos, mostra seu cotidiano, autoestima e faz publicidade |

Fonte: Instagram

Diante de exposto sobre as publicações os influenciadores, fica nítido que todos buscam mostrar um pouco da rotina de vida, apesar de não estarem saindo muito de suas casas, por conta da pandemia, outro ponto que fica claro na maioria das publicações é autoestima e autoaceitação tanto com relação ao corpo e também sobre terceira idade, expostas através de vídeos onde estes aparecem cantando , dançando, dando dicas de modas, que mostram seus corpos e o quanto uma pessoa idosa pode ser feliz, reafirmando assim a ideia de que apesar da idade pode-se realizar pessoalmente em qualquer fase da vida.

Também pode-se ressaltar nos achados da pesquisa, que poucos falam sobre a prática de exercícios, algo que é muito recomentado para todas as faixas etárias. Pode ter relação pelo período pandêmico que se vive.



Um outro ponto muito questionado por a maioria dos pesquisados é fato de como as pessoas vêem o corpo do idoso, muitos relatam que não gostam de serem tratados como “uma criança” ou ser tratado como “frágil” e sim ser aceito como uma pessoa que tem experiência e que é capaz de viver e se divertir.

A participação na publicidade é algo que chama à atenção nas postagens dos influenciadores, muitos representam marcas conhecidas nacionalmente, desde ao uso de cosméticos, alimentos, roupas íntimas, suplementos e outros produtos. Também estes respondem diariamente seus seguidores, relatam que respondem todos os tipos de perguntas; dão dicas de filmes, livros, series, conselhos para os que visitam suas páginas.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A terceira idade pode ser encara de diversas maneiras, alguns idosos vêem seu corpo com desvalorizado pela sociedade, já tem outras pessoas que nessa fase buscam a aceitação do corpo como uma forma e viver bem consigo mesmo.

A pesquisa mostrou que esses influenciadores buscam com suas postagens que apesar de tantas dificuldades que os idosos enfrentam a cada dia , estes buscam nas redes sociais espaço para mostrarem que a experiência que trazem pode ajudar outras pessoas como também a eles mesmos existindo uma troca de vivências, como uma forma de interação social e aceitação.

### REFERÊNCIAS:

Baltes, P. B. **Theoretical propositions of life-span developmental psychology: on the dynamics between growth and decline.** *Developmental Psychology*, v. 23, n. 5, p. 611-625, 1987. NERI, A. L. *Palavras-chave em gerontologia*. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001a.

Bardin, L.; **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.



Castro, A. L. de. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilo de vida e cultura de consumo.** São Paulo: Annableme, 2003.

Souto, G. M. S.; Caminha, I. O.; **Imagem Corporal e Envelhecimento.** 1 ed. , Curitiba/PR : Appris, 2015

Torres, T. L. **Pensamento social sobre envelhecimento, idoso e rejuvenescimento para diferentes grupos etários** (Tese de doutorado em Psicologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil). 2010.

Wnent, S.; **Product placement on Instagram - the sponsored and fabricated EWOM.** Dissertação de Mestrado, University of twente, Enschede, Netherlands. 2016.

Zani, R.; **Beleza e rejuvenescimento: métodos e técnicas.** São Paulo: Saraiva. 1994.