



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

MULHER 60 + E O QUE COMUNICAM EM PERFIS DE INSTAGRAM

Freitas, Adriana Valéria da Silva; Doutora em Saúde Pública; Universidade Federal da Bahia, adrianaf719@gmail.com¹

RESUMO

A inclusão digital de mulheres com 60 ou mais anos tem ganhado importância pela possibilidade de valorização desse grupo etário. Nesse sentido, este estudo tem como objetivo analisar perfis de mulheres a partir de 60 anos de idade que têm produzido conteúdo digital através da rede social Instagram, e como estas mulheres comunicam seus conteúdos. A metodologia do estudo compreende a pesquisa qualitativa, descritiva, que teve como fonte de dados o aplicativo Instagram. A busca foi realizada durante o período de janeiro a maio de 2021. A determinação deste período de acompanhamento e observação do feed destas mulheres, se deve ao fato de entender que seria um período suficiente, para conhecer o conteúdo que produzem através do aplicativo em questão. Foi utilizada a análise de conteúdo de Bardin para realizar a análise dos achados. Para a fundamentação do trabalho realizou-se busca nas bases de dados google acadêmico e Scielo, utilizando as palavras-chave: moda, mulher idosa e mídias sociais. Além dos autores Lars Stevenson, Simone de Beauvoir e Lipovetsky que embasaram a discussão. As descobertas estão relacionadas a mudança de paradigma de que mulheres com idades acima de 60 anos não participam de redes sociais, ou têm dificuldades para realizarem atividades de produção de conteúdo digital. Nesse sentido, dos perfis encontrados destacam-se dois, selecionados pelos critérios de frequência em alimentar a rede social e o tipo de conteúdo disponibilizado, que vai desde assuntos sobre moda, estilo, montagem de looks, literatura, viagens e dicas diversas. As duas mulheres têm idades acima de 60 anos. Contudo, um dos critérios que também foi significativo para o estudo foi a diferença de idade entre elas, contemplando o universo da velhice considerada jovem, pessoas idosas que estão entre 60 e 79 anos.

¹ Enfermeira. Docente da Escola de Enfermagem UFBA. Doutora em Saúde Pública pelo ISC/UFBA. Mestre em Enfermagem no cuidado ao adulto e ao idoso pela EEUFBA. Especialista em Gerontologia SENAC



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

E pessoas consideradas como longevas, pois estão na faixa etária acima dos 80 anos. Nesse sentido, os perfis estudados foram: @zuleideazevedolima, 94 anos, moradora da cidade de Recife – Pernambuco, criadora de conteúdo digital. E o perfil de @estilonaotemidade, 60 anos, baiana, farmacêutica, criadora de conteúdo digital. A primeira participante do estudo comunica seu modo de vida no Instagram desde maio de 2020. Possui 77 publicações e 60,2 mil seguidores até a data de análise do perfil. Iniciou compartilhando sua vida em família e ampliou sua participação em mídias digitais quando também participa do tiktok. No entanto, esta rede social não foi analisada nesta pesquisa. A idosa mostra seus looks, escolhas de roupas, usando o chamado “Arrume-se comigo”. Além de abrir o seu guarda-roupa com um tour para mostrar os acessórios, referindo ser um pedido dos seguidores. A segunda participante iniciou o compartilhamento de conteúdo digital no ano de 2018, tem até a data de análise desta pesquisa 1.178 publicações e 263 mil seguidores. Sendo que no início, sua produção de conteúdo digital era com foco em cards de montagens de looks, paleta de cores, e dizia esperar está inspirando os seguidores para definirem seu próprio estilo valorizando seus corpos. O estudo encontrou limitações, pois apesar de já existirem perfis referentes a idosas que produzem conteúdo digital, ainda é discreta a participação deste grupo etário no perfil Instagram. As implicações sociais estão em demonstrar a importância de mulheres com 60 anos ou mais serem ativas no meio digital, eliminando preconceitos ainda presentes em relação ao envelhecimento e a velhice.

Palavras-chave: mulher idosa; mídias sociais; moda