ENVELHECIMENTO NA ERA DIGITAL: OS CONTEÚDOS RELACIONADOS AOS IDOSOS E LAZER NO FACEBOOK

Eixo temático: Lazer e envelhecimento

Classificação: Trabalho de pesquisa científica

**Introdução/Conceituação**

Todas as ações no âmbito do ciberespaço deixam rastros que podem ser capturados para fins diversos, por meio de postagens e interações em redes sociais, mensagens de *e-mail*, publicações em *blogs*,entre outros. A *hashtag* representauma ferramenta bastante utilizada nas redes sociais virtuais, como o *Facebook®,* para o rastreamento de informações e conteúdos variados, de forma aglutinada. No entanto, quando são focalizados temas específicos e amplos como os relacionados ao envelhecimento e ao lazer, surgem inquietações acerca de o formato e o teor das mensagens compartilhadas nessa rede, por meio dessas *hashtags* serem abrangentes para informar sobre temáticas tão complexas. Assim, o presente estudo teve por objetivo analisar os tipos de mensagens, fontes e conteúdos postados no *Facebook®* com as *hashtags* #envelhecimento e #lazer.

**Palavras-chave:** Lazer, Envelhecimento, Facebook, *Hashtag*

**Metodologia:** Esse estudo, de natureza qualitativa, foi desenvolvido por meio de pesquisa exploratória, realizada no *Facebook®*, no dia 03 de julho de 2019. Os dados foram catalogados e analisados descritivamente, por meio da Técnica de Análise de Conteúdo, gerando 3 categorias criadas *à posteriori:* 1) formato dos *posts*, 2) fontes dos *posts* e, 3) conteúdo dos *posts*.

**Resultados:** Do total de 55 *posts*, apenas 49 versavam efetivamente sobre as temáticas propostas. Quanto à categoria 1), o formato evidenciou 21 *posts* de fotos/imagens, 10 fotos/álbuns, 9 fotos/montagens, 6 fotos/ilustrações, 2 vídeos e 1 *link*. Quanto à categoria 2) os *posts* eram originários de 13 fontes, sendo 6 fontes relacionadas à prestação de serviço e de convivência para idosos, com 30 *posts*, 4 fontes relativas à promoção de vida ativa, com 10 *posts*, 2 fontes divulgando conteúdos sobre envelhecimento, com 2 *posts* e 1 fonte voltada para o turismo personalizado para idosos, com 9 *posts*. Quanto à categoria 3) os conteúdos dos *posts* foram classificados mediante os interesses culturais do lazer, sendo que o físico-esportivo (n=10) e o manual (n=10) foram prevalentes, seguidos do conteúdo intelectual (n=9), do turístico (n=9), do artístico (n=7), do social (n=6) e do virtual (n=1). Os resultados indicam diversos tipos de formatos de *posts*, alguns contendo apenas textos e outros apenas imagens. As origens dos *posts* provinham, tanto de fontes pessoais, quanto de empresas e serviços voltados aos idosos. Os conteúdos disseminados nos *posts* contemplavam atividades ofertadas aos idosos, perpassando o universo dos interesses culturais do lazer, sendo os mais evidenciados: o físico-esportivo (atividade física e de estimulação cognitiva, práticas holísticas, jogos e brincadeiras) e o manual (artesanatos variados, pintura, colagem, confecção de bijuterias).

**Conclusão/Considerações Finais:** A análise das *hashtags* evidencia que os rastros digitais buscam fornecer incentivos, quer sejam visuais ou textuais, para que os idosos possam vivenciar com qualidade o tempo destinado ao lazer. Entretanto, a forma como as *hashtags* são criadas, pode, tanto direcionar para informações relevantes, como restringir a captação de outros elementos importantes, também pertencentes ao âmbito pluridimensional do lazer e do envelhecimento.