

PESQUISA/INICIAÇÃO CIENTÍFICA - PESQUISA/ INICIAÇÃO CIENTÍFICA

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA VELHICE E DO ANTIENVELHECIMENTO NO TIKTOK

Amanda Martins Cândido Diniz (amanda.diniz026@academico.ufgd.edu.br)

Adriano Da Silva Rozendo (adrianorozendo@ufgd.edu.br)

O envelhecimento, enquanto processo biopsicossocial, é moldado por representações coletivas que influenciam atitudes sobre a velhice. Na pós-modernidade, período marcado pela lógica do consumo e pela performatização das relações, observa-se a intensificação de discursos e práticas que idealizam a jovialidade e estigmatizam o envelhecimento, tornando-o aversivo. Nesse cenário, a tendência antiaging, ou antienvelhecimento, marcam presença em campanhas publicitárias, redes sociais e conteúdos veiculados por influenciadores digitais. Os protagonistas digitais atuam como vetores de disseminação de ideais estéticos que reforçam estereótipos etários e padrões normativos de beleza. Este estudo teve como objetivo analisar como uma das redes sociais de maior alcance e influência no Brasil, o Tiktok, difunde a ideologia antienvelhecimento. A pesquisa fundamentou-se na Teoria das Representações Sociais, proposta por Serge Moscovici e concentrou-se na análise qualitativa do corpus textual, constituído através da transcrição de vídeos coletados no aplicativo. Fizeram parte do levantamento postagens sobre a temática em estudo realizadas por diversos tipos de interlocutor entre os anos de 2021 e 2025. O conteúdo foi processado com auxílio do software IRaMuTeQ, que classificou o conteúdo em segmentos de texto, por proximidade semântica. A análise revelou a recorrência de associações entre

juventude e atributos como sucesso, saúde, desejabilidade e beleza, em contraste com representações do envelhecimento vinculadas ao constrangimento, declínio e invisibilidade social. Foram identificadas três categorias principais. A primeira categorizou a juventude como investimento, de modo que procedimentos estéticos e rotinas de autocuidado são apresentados como estratégias de valorização pessoal. A segunda compreendeu o envelhecimento como ameaça, com narrativas que enfatizam a necessidade de prevenção e combate aos sinais da idade. Enfim, a terceira responsabilizou individualmente os seguidores pelo dever de manterem uma aparência jovem, reforçando um discurso moralizante sobre o cuidado corporal. O estudo apontou também o papel central das redes sociais digitais na difusão e amplificação desses ideais, com algoritmos que privilegiam conteúdos visuais performáticos. Assim, observou-se o fortalecimento da lógica da comparação social e da exposição constante. A partir desses achados, conclui-se que a tendência antiaging na cultura brasileira reforça Representações Sociais pejorativas sobre a velhice, além de ressignificá-las para o contexto digital e do consumo. Assim, atualiza-se o etarismo e são criadas novas formas de pressão estética. Tais resultados indicam a necessidade de ações educativas e políticas que ampliem a diversidade de representações sobre o envelhecimento, contribuindo para a construção de narrativas mais inclusivas, plurais e capazes de desconstruir estigmas, promovendo o reconhecimento da velhice como fase legítima e valiosa da vida. Agradecimentos ao apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que foi imprescindível para a realização desta pesquisa através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC).

Palavras-chave: envelhecimento; antiaging; ageless; redes sociais.