

**UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ**

**DENISE REGINA STACHESKI**

**O IDOSO BRASILEIRO NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA.  
CIDADANIA E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS NUM SISTEMA DE  
INTERAÇÃO MUDIÁTICO.**

**CURITIBA**

**2013**

**DENISE REGINA STACHESKI**

**O IDOSO BRASILEIRO NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA.  
CIDADANIA E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS NUM SISTEMA DE  
INTERAÇÃO MUDIÁTICO.**

Tese para obtenção do grau de Doutora em Comunicação e Línguagens pelo Programa de Pós Graduação da Universidade Tuiuti do Paraná, sob orientação da Professora Doutora Claudia Quadros. Doutorado Sanduíche, Programa CAPES – PDSE, projeto nº 13744-12-7, co-orientação da Professora Doutora Cristina Ponte da Universidade Nova de Lisboa.

**CURITIBA**

**2013**

## **AGRADECIMENTOS E MOTIVAÇÕES PESSOAIS**

Motivos sociais para justificar o tema desta tese não faltam. No entanto, o interesse particular no processo do envelhecimento é nítido, desde tenra idade. Minha mãe contou que com seis ou sete anos, algumas vezes, eu chorava alegando que não queria crescer. Com toda paciência, ela me perguntava: “mas, porque está chorando, Denise”? E eu respondia, “porque se eu crescer, você também vai envelhecer”. Recentemente, compreendi que podia ser o meu medo da velhice e do fim, os quais revelavam, desde criança, o pânico frente ao envelhecimento e suas consequências biológicas e culturais.

Com o passar do tempo, me constituí academicamente, na Graduação, na Especialização e no Mestrado, no campo da “Comunicação Social”. A trajetória incluiu monografias e dissertações, estudos voltados às especificidades da Comunicação Organizacional, suas possibilidades humanitárias e as novas tecnologias de comunicação e informação. A humanização das gestões corporativas, por meio dos processos comunicacionais, me instiga, pois sempre considerei que as interações entre os sujeitos e suas consequências fossem fatos axiais nos sistemas de comunicação.

Depois do Mestrado, orientado pela Professora Claudia Quadros, jornalista e relações públicas, Doutora e Pós Doutora em Comunicação pela Universidade de La Laguna e Universidade Pompeu Fabra, na Espanha, aprofundi temas permeando a revolução informacional e as pequenas empresas.

Tive a oportunidade de trabalhar, em conjunto, no ano de 2009, com a Professora Giselle Athayde Massi, fonoaudióloga, Doutora e Mestre em Linguística pela Universidade Federal do Paraná, no Doutorado em “Distúrbios da Comunicação” na Universidade Tuiuti do Paraná, na linha de pesquisa “Processos de Linguagem e Envelhecimento”, abordando questões das vozes sociais do envelhecimento na mídia impressa paranaense. Durante alguns meses, no mesmo ano, participei da Oficina de “Linguagem para Idosos”, coordenado pela Professora Giselle Athayde Massi, na Unidade de Saúde Ouvidor Pardinho, quando convivi e interagi, semanalmente, com

um grupo de 15 idosos (em média), entre 60 e 90 anos. Essas interações fortaleceram a hipótese dos estigmas (GOFFMAN, 2008) do envelhecimento na cultura brasileira, ao perceber que idosos, muitas vezes, faziam uma auto referência negativa deles, afirmando uma inferioridade em relação aos mais jovens. Pela oportunidade de desenvolver esse contato, e por me apresentar às pesquisas acadêmicas sobre o envelhecimento e às perspectivas sócio-históricas da linguagem, agradeço à professora Giselle Massi pelas orientações e atenção dispensadas na época.

No Doutorado em “Comunicação e Linguagens” da Universidade Tuiuti do Paraná comecei a trabalhar questões do envelhecimento, bem como seus enlaces com a comunicação pública e as redes sociais digitais, já sustentadas com experiências práticas e fundamentações teóricas. Agradeço aos professores e colegas do “Programa de Comunicação e Linguagens”, principalmente, à professora Claudia Quadros que, como grande incentivadora, sempre me fez acreditar que era possível – mesmo nos momentos de desespero.

Na qualificação da tese de doutoramento tive a colaboração fundamental das professoras Doutoradas Celsi Silvestrin, da Universidade Federal do Paraná, e Graziela Bianchi, da Universidade Tuiuti do Paraná. Agradeço pelo apoio e ricas orientações.

Após a qualificação, obtive a Bolsa do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE) da CAPES – Centro de Aperfeiçoamento no Ensino Superior e permaneci, durante quatro meses, de dezembro de 2012 a março de 2013, em Lisboa (Portugal), sob co-orientação da Professora Doutora Maria Cristina Mendes Ponte, acompanhando o “Projeto *Media* e Gerações”, da Universidade Nova de Lisboa. Ainda, participei de discussões com o grupo de pesquisas do Programa de Mestrado e Doutorado em “Ciências da Comunicação” (UNL – FSCH). A oportunidade de conhecer projetos e iniciativas para idosos em diferentes contextos sociais, econômicos e culturais foi de grande valia. As diferenças entre os países são enormes, no entanto, o idadismo - discriminação das pessoas idosas, bem como a vitimização dos próprios sujeitos acima de 65 anos – é algo que atinge, também, a União Europeia. Agradeço à professora Cristina Ponte pela recepção, indicações e valiosas orientações.

A tese amadureceu em Lisboa. Aos colegas da UNL, obrigada pelas discussões temáticas, aprendi muito.

Neste trajeto, porém, nada mais importante que o apoio da família:

Ao meu marido, Fernando, nem tenho palavras. Obrigada pelos incentivos, pela dedicação, pelas reflexões, pelo nosso lar, por estar junto - e, acima de tudo, pelo amor e respeito que construímos dia-a-dia.

Aos meus tesouros, Carol e Sofia, um super obrigada pela compreensão, pela aceitação, pelos incentivos, por confiar e acreditar em mim. Mamãe ama vocês, princesas.

Aos meus pais, Luiz e Rusibel, e meus irmãos, Heloisa e Luis Roberto, tudo a agradecer. Sem vocês, não teria conseguido. Porto mais que seguro. Acalento para as angústias, alegrias para a minha vida.

Aos meus avós, Rui e Isabel, Antonio e Amália, que, com certeza, torcem por mim. Saudades de vocês.

Aos amigos, todos eles!!! Obrigada! Vocês tornam a vida mais fácil de se viver. Em especial para: Marcinha, Ada, Adri, Me, Dessa, Ana, Lu, Patrick, Pati e Ana Rosa. Valeu pelo apoio, galera!!!

A Deus, ao Universo, à vida, o meu muito obrigada pelas energias positivas que sempre estão ao meu lado!

## **DEDICATÓRIA**

Dedico esta tese aos meus pais.

## RESUMO

A tese, “O Idoso Brasileiro na Comunicação Pública”, tem como objetivo geral estudar representações sociais do envelhecimento por meio de um sistema de interação midiático, vinculado aos processos de diálogo da comunicação pública no Brasil, através de três vertentes: promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais. De forma metodológica, a análise de conteúdo de Bardin (2011) é o método norteador do estudo, através de técnicas qualitativas e quantitativas. Sem pretensão de delinear ações práticas para a comunicação pública, a tese realiza um diagnóstico na circulação das representações sociais do envelhecimento entre promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais. No decorrer da tese se apresentam e analisam objetos empíricos brasileiros (*site* oficial do Ministério da Saúde - Portal da Saúde, cobertura midiática da Campanha Nacional de Conscientização contra a Violência da Pessoa Idosa e publicações de idosos no Facebook). Como conclusões, constata-se que a vitimização do idoso se manifesta na circulação das representações sociais do envelhecimento, principalmente, por meio de produtores midiáticos. No entanto, também, se encontram vozes de resistência, a partir de atores individuais, nas redes sociais digitais, frente às representações negativadas do envelhecimento. Promotores de políticas e produtores midiáticos utilizam, com intensidade, a expressão “idosos” e “envelhecimento” de forma homogênea – fortalecendo o estigma da velhice com fragilidade social ou de degeneração física. Constatou-se, também, que a utilização das redes sociais digitais para a ativação da participação de idosos na deliberação pública pode ser um caminho para construir um diálogo direto com idosos brasileiros, respeitando suas diversidades e heterogeneidades.

Palavras-Chaves: Cidadania. Comunicação pública. Envelhecimento. Redes sociais digitais. Sistema de interação midiático.

## ABSTRACT

The thesis, "The Brazilian Elderly in Public Communication" aims to study general social representations of the elderly through a media interaction system, linked to the dialogue processes of public communication in Brazil, through three components: promoter's policies, media producers and individual actors. In order methodological content analysis of Bardin (2011) was the method guiding the study, through qualitative and quantitative techniques. Without pretension to outline practical actions for public communication, the thesis makes a diagnosis in the circulation of social representations of aging policies between promoters, producers, media and individual actors. Throughout the thesis were presented and analyzed empirical objects brazilians (official website of the Ministry of Health - Health Portal, media coverage of the National Campaign Against Violence Awareness of Elderly and elderly publications on Facebook). In conclusion, we found that the victimization of the elderly is present in the circulation of social representations of aging, mainly by means of media producers. However, we also have found voices of resistance from individual actors in digital social networks, compared to negative representations of aging. Promoters of political and media producers use with intensity, the term "elderly" and "aging" homogeneously - strengthening the stigma of old age with social frailty or physical degeneration. The official website of the Ministry of Health focuses its communicative units for the transfer of information about disease prevention - there were no strategies for activation of civic participation among the elderly. It was found also that the use of social networks for enabling the participation of older people in public deliberation can be a way to build a direct dialogue with brazilian elderly, respecting their diversity and heterogeneity.

Keywords: Capital elderly. Public communication. Aging. Social networks. Social voices.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 - SISTEMA DE INTERAÇÃO MUDIÁTICO .....	17
FIGURA 02 - REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA TESE. ....	28
FIGURA 03 - <i>HOME PAGE DO INCLUSAGE (EU)</i> .....	88
FIGURA 04 - <i>ADD ME!</i> .....	88
FIGURA 05- <i>SOCIAL NETWORKING FOR SENIOR CITIZENS</i> .....	89
FIGURA 07 - <i>GO-MYLIFE: GOING ONLINE: MY SOCIAL LIFE</i> .....	90
FIGURA 08 - DESENHO DA ESTRUTURA APLICADA .....	95
FIGURA 09 - <i>SITE OFICIAL – PORTAL DA SAÚDE (SUS): IDOSOS</i> .....	108
FIGURA 10 - QUEDAS DE IDOSOS (REF.32) .....	115
FIGURA 11 - DEGENERAÇÃO FÍSICA E ISOLAMENTO SOCIAL (REF.81) .....	132
FIGURA 12 - ESPECIFICIDADES CASA SEGURA .....	139
FIGURA 13 - FESTA DE <i>HALOWEEN</i> (REF.92).....	140
FIGURA 14 - NO BAR (REF.94) .....	142
FIGURA 15 - VIAGEM DE CRUZEIRO (REF.93) .....	144
FIGURA 16 - VACINAÇÃO DO IDOSO (REF.36).....	147
FIGURA 17 - PROMOÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA. ....	149
FIGURA 18 - CAMPANHA DO DIA MUNDIAL DA ATIVIDADE FÍSICA.....	150
FIGURA 19 - CAMPANHA NACIONAL DE VACINAÇÃO DO IDOSO .....	151
FIGURA 20 - CAMPANHA DO DIA MUNDIAL DE LUTA CONTRA A AIDS .....	152
FIGURA 21 - IDOSA ELEGANTE (REF.86) .....	157
FIGURA 22 - REENCONTRO DE AMIGOS (REF.82).....	158
FIGURA 23 - FELICITAÇÕES DE ANIVERSÁRIO VIA FACEBOOK (REF.84) ..	160
FIGURA 24 - ESTADO DE FELICIDADE (REF.85).....	161
FIGURA 25 - JUÍZO DE VALOR (REF.87).....	162
FIGURA 26 - INTERAÇÃO ENTRE PAIS IDOSOS E FILHOS NO FACEBOOK.	163
FIGURA 27 - PERFIL DO IDOSO NO FACEBOOK (REF.83) .....	164
FIGURA 28 - TECNOLOGIA E IDOSOS (REF.89).....	166
FIGURA 29 - JUÍZO DE VALOR II (REF.90) .....	166
FIGURA 30 - AMIGOS DO FB (REF.91).....	168

## LISTA DE TABELAS

TABELA 01 - ENVELHECIMENTO (AUTORES).....	20
TABELA 02 - TESES E DISSERTAÇÕES (ENVELHECIMENTO) .....	20
TABELA 03 - COMUNICAÇÃO PÚBLICA E PROMOTORES DE POLÍTICAS. ...	22
TABELA 04 - TESES E DISSERTAÇÕES - COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	22
TABELA 05 - REDES SOCIAIS DIGITAIS .....	24
TABELA 06 - PERSPECTIVAS INTERACIONISTAS DA COMUNICAÇÃO .....	24
TABELA 07 - NOMENCLATURA DOS IDOSOS .....	35
TABELA 08 - TERMOS SOBRE O ENVELHECIMENTO .....	35
TABELA 09 - VELHO OU IDOSO? .....	35
TABELA 10 - CLASSIFICAÇÃO DE ESTÁGIOS DA VELHICE.....	36
TABELA 11 - A QUARTA IDADE.....	36
TABELA 12 - REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO ENVELHECIMENTO .....	39
TABELA 13 - BASE DA ANÁLISE DE CONTEÚDO (OLIVEIRA, 2008).....	94
TABELA 14 - SITE OFICIAL - UNIDADES COMUNICATIVAS .....	97
TABELA 15- COBERTURA MUDIÁTICA – UNIDADES COMUNICATIVAS .....	100
TABELA 16 - FACEBOOK – UNIDADES COMUNICATIVAS .....	102
TABELA 17 - GRUPO ANALISADO NO FACEBOOK.....	103
TABELA 18 - CRUZAMENTO DE DADOS.....	110
TABELA 19 - PRODUTORES MUDIÁTICOS.....	196
TABELA 20 - ANÁLISE DO “PORTAL DA SAÚDE (SUS): IDOSOS” .....	200
TABELA 21 - ANÁLISE DE CONTEÚDO DA COBERTURA MUDIÁTICA .....	201
TABELA 22 - ANÁLISE DE CONTEÚDO – IDOSOS NO FACEBOOK.....	202

## **LISTA DE GRÁFICOS**

GRÁFICO 01 - REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO ENVELHECIMENTO.....	111
GRÁFICO 02 - DEGENERANÇA FÍSICA E MENTAL.....	112
GRÁFICO 03 - FRAGILIDADE SOCIAL DO IDOSO.....	118
GRÁFICO 04 - RESPONSABILIDADE DO IDOSO FRENTE À VELHICE.....	133
GRÁFICO 05 - IDOSO COMO PÚBLICO CONSUMIDOR.....	139
GRÁFICO 06 - ENVELHECIMENTO BEM SUCEDIDO.....	146

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 JUSTIFICATIVAS: O IDOSO NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA .....	15
1.2 QUESTÕES, OBJETIVOS E HIPÓTESES.....	18
1.3 REFERENCIAL TEÓRICO .....	19
1.4 ABORDAGEM METODOLÓGICA E OBJETOS EMPÍRICOS.....	25
1.5 REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA TESE .....	28
1.6 ESTRUTURA DA TESE.....	29
2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO ENVELHECIMENTO: O IDOSO BRASILEIRO E O CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO.....	31
2.1 A REVOLUÇÃO DEMOGRÁFICA DO ENVELHECIMENTO NO BRASIL ....	32
2.1.1. O Envelhecimento e os Conceitos do Cotidiano.....	34
2.2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO ENVELHECIMENTO NO BRASIL.....	37
2.2.1 O Envelhecimento e a Degeneração das Funções Biológicas.....	39
2.2.2 O Envelhecimento e a Fragilidade Social do Idoso.....	41
2.2.3 O Envelhecimento e a Responsabilidade do Idoso frente à Velhice.....	43
2.2.4 O Envelhecimento e a Nova Geração Consumidora.....	46
2.2.5 O Envelhecimento Bem-Sucedido.....	49
3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA E O SISTEMA DE INTERAÇÃO MUDIÁTICO.....	53
3.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA: CIDADANIA E REDES SOCIAIS .....	53
3.1.1 Cidadania, Capital Social e Redes Sociais.....	55
3.2 PROMOTORES DE POLÍTICAS: MOVIMENTOS PÚBLICOS E A POPULAÇÃO IDOSA .....	60
3.3 PRODUTORES MUDIÁTICOS: PERSPECTIVAS INTERACIONISTAS DA COMUNICAÇÃO E AS NOVAS MÍDIAS .....	66
3.3.1 Sistema Mudiático e as Perspectivas Interacionistas da Comunicação.....	69

3.3.2 A Cultura de Convergência: As Novas Mídias.....	71
4 ATORES INDIVIDUAIS: COMUNICAÇÃO PÚBLICA E O EFEITO DE PERTENÇA DOS IDOSOS NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS .....	78
4.1 O FACEBOOK E AS INTERCONEXÕES DIGITAIS .....	78
4.2 REDES SOCIAIS DIGITAIS, COMUNICAÇÃO PÚBLICA E IDOSOS.....	83
5 ABORDAGEM METODOLÓGICA E ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	93
5.1 PROTOCOLO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO .....	94
5.1.1 Pré-análise.....	96
5.1.2 A Exploração do Material.....	104
5.1.3 A Análise: Descrição e Interpretação de Dados.....	106
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	170
6.1 CONSIDERAÇÕES CONCEITUAIS .....	170
6.2 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS.....	172
6.3 CONSIDERAÇÕES DAS HIPÓTESES .....	173
6.4 CONSIDERAÇÕES GERAIS.....	176
6.5 FUTURAS PESQUISAS.....	179
6.6 CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO.....	179
REFERÊNCIAS .....	<b>ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.</b>
APÊNDICE I – PRODUTORES MUDIÁTICOS .....	195
APÊNDICE II – TABELAS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO .....	199

(1960)

**Veio Pai  
Tonico e Tinoco**

O meu pai já tá veinho,  
Não pode mais trabaiá,  
Brincando com seu netinho,  
Passa o tempo a recordá,  
Quando pega na viola,  
Pra tristeza disfarça,  
Canta moda do passado e depois pega a chorá.

...

Quando encontrar um veinho,  
Arespeite a sua idade,  
É uma sombra do passado,  
É um espeio da saudade,  
Arespeite como seu pai,  
Com carinho e amizade,  
Ele só dá bom conseio para o bem da mocidade.

(2011)

**Minha Vó Tá Maluca  
Mc Carol Bombeira**

Minha vó tá maluca  
Tanta coisa pra comprar ela comprou uma peruca  
Minha vó tá maluca  
Minha vó tá maluca  
Deu 120 na peruca (na peruca)  
Minha casa no tijolo  
Minha geladeira pura  
Minha vó tá maluca  
Tá rodando de twister  
Com um playboy da jurujuba.

# 1 INTRODUÇÃO

Esta tese tem como objetivo estudar representações sociais do envelhecimento encontradas num sistema de interação midiático (promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais), vinculado aos processos de diálogo da comunicação pública brasileira. Como o estudo do “Programa de Comunicação e Linguagens”, da Universidade Tuiuti do Paraná, sob orientação da Professora Doutora Claudia Quadros, foi contemplado com a Bolsa de Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE) da CAPES, surgiu a oportunidade de realizar parte da pesquisa na Universidade Nova de Lisboa, sob a co-orientação da Professora Doutora Cristina Ponte. Assim, a tese articula, também, contextos do “Ano Europeu do Envelhecimento Ativo”, principalmente, através de exemplos que envolvem idosos e redes sociais digitais.

Numerosos estudos demográficos e epidemiológicos comprovam o crescente aumento da população idosa em todo o mundo. A Organização das Nações Unidas – ONU (2002) - acredita que as modificações demográficas encontram o desafio de aumentar as oportunidades de pessoas idosas aproveitarem ao máximo suas capacidades de participação em todos os aspectos da vida.

A Europa é a região mais envelhecida do mundo, com um índice de envelhecimento<sup>1</sup> de 136,2 idosos para cada 100 crianças entre 0 - 14 anos (MARQUES, 2011). Por isso, várias iniciativas públicas<sup>2</sup> são implantadas para pesquisar e analisar o processo do envelhecimento, suas representações (vozes)

---

<sup>1</sup>O Índice de Envelhecimento de uma população é uma medida que considera apenas os dois grupos etários extremos (número de pessoas residentes de 60 e mais anos de idade / número de pessoas residentes com menos de 15 anos de idade\*100). No Brasil, os números se encontram no Portal de Determinantes Sociais (2012).

<sup>2</sup> A União Europeia estipulou 2012 como o “Ano Europeu do Envelhecimento Ativo”. Os países articularam uma série de investimentos e ações voltados à população acima de 65 anos – ao envolver idosos em práticas de sociabilidades, de tecnologias de informação e comunicação, de cultura e de ações intergeracionais. Alguns dos projetos implantados em países europeus serão citados no decorrer da tese como suporte teórico.

sociais, bem como para combater o idadismo – termo utilizado para a discriminação em relação a pessoas com mais idade.

No Brasil, em 2008, para cada grupo de 100 crianças de 0 a 14 anos, existiam 24,7 idosos de 65 anos ou mais (IBGE, 2010). Em 2050, o quadro mudará e para cada 100 crianças de 0 a 14 anos existirão 172, 7 idosos. Entre os anos de 2001 (31,7%) e 2009 (46,8%) houve um aumento no índice de envelhecimento da população brasileira de mais de 40%.

O Brasil, perto das estatísticas europeias, ainda é um país jovem. No entanto, de acordo com o último censo do IBGE (2010), são mais de 20 milhões de brasileiros acima de 60 anos. Uma população expressiva que demanda novas significações sociais na dinâmica das cidades, nas interações midiáticas, na participação cívica e política e nas interações do dia-a-dia.

A população idosa apenas atingirá uma representatividade quando, além da autonomia e independência, se tornar ativa tanto pela participação social e cultural quanto pelo engajamento cívico-político (MATOS, 2011), ativado pelas práticas e processos da comunicação pública.

A partir do lugar social acima exposto, apresentam-se, neste primeiro capítulo, as questões, os objetivos, as hipóteses, as referências teóricas, a metodologia e a estrutura da tese.

## 1.1 JUSTIFICATIVAS: O IDOSO NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Enfrentar o desafio para consolidar uma comunicação pública direcionada aos idosos é tarefa para o aprofundamento da democracia e para o bem-estar de um segmento populacional em vertiginoso crescimento que, na maioria das vezes, é considerado uma categoria problemática do ponto de vista demográfico, econômico, sociopsicológico, filosófico e de saúde pública (MATOS, 2011). O reconhecimento e a participação cívica são de extrema relevância para compreender aspectos ligados à

construção de habilidades políticas e à necessidade de negociação de interesses por atores que têm seu *status* social fragilizado, como alguns idosos (MATOS, 2011).

No entanto, conceituar a comunicação pública não é fácil. Trata-se de uma expressão complexa, em plena construção de significados no Brasil, que se refere às estratégias que visam ativar, incentivar, sistematizar diálogos e a formatar um processo comunicativo entre o Estado<sup>3</sup>, o governo e a sociedade, em articulação com demais atores sociais.

O processo da comunicação pública se insere em um sistema midiático, conceituado por Braga (2006) como um círculo incessante de práticas comunicativas, que transcendem os polos de produção e de recepção dos meios de comunicação. Para o autor, não existe um dualismo entre a mídia e a sociedade – uma emissora (ativa) e outra receptora (passiva), mas uma interação dialógica que influencia a produção, a manutenção, a contestação e a circulação de representações sociais.

Entre as representações sociais que circulam no sistema de interação midiático estão presentes imagens e significações do que é ser idoso no Brasil. Vozes sociais que influenciam na constituição cultural do envelhecimento ao permear a comunicação pública e envolver promotores de políticas (governo), produtores midiáticos (empresas de comunicação) e atores individuais (sujeitos). São eixos que promovem a circulação midiática da comunicação pública e interagem com as vozes sociais do envelhecimento.

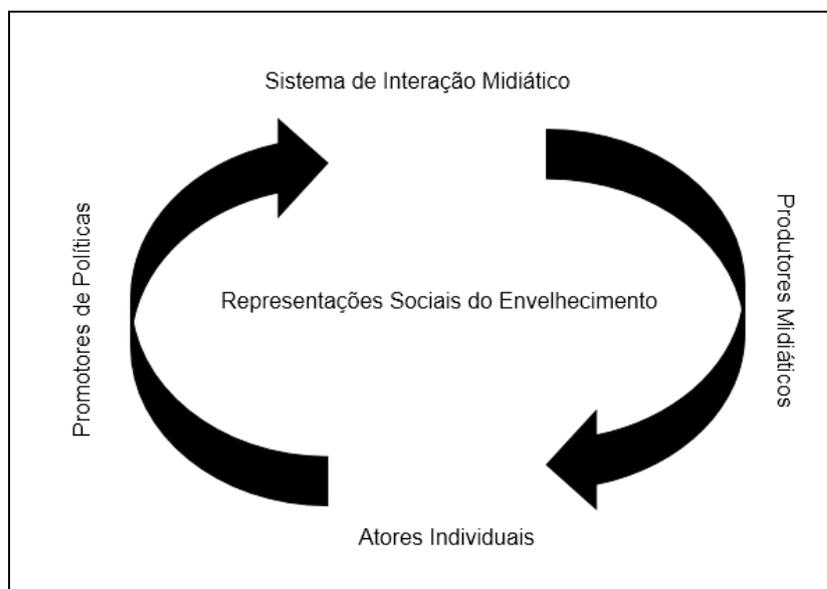
Por certo, considera-se a desigualdade nas condições de vida dos idosos, bem como todas as suas particularidades. O envelhecimento é um processo heterogêneo (como toda fase da vida) e se vincula aos aspectos sociais, históricos e econômicos de cada sujeito. E, é justamente pela heterogeneidade e pelas múltiplas vozes sociais, que se formam as representações do envelhecimento, que, por sua vez, alimentam, em um

---

<sup>3</sup> Cabe diferenciar as concepções de governo e Estado. Entende-se governo como algo transitório, uma administração/gestão pública que representa interesses de partidos políticos – em prol da coletividade. Já o Estado é perene, representa o povo, a nacionalidade, a coletividade, os valores fundamentais da sociedade e a pátria.

círculo incessante, as formações sócio-históricas da velhice, conforme ilustra a figura 01.

FIGURA 01 - SISTEMA DE INTERAÇÃO MIDIÁTICO



FONTE: AUTORA (2013).

Os julgamentos sociais sobre o que é ser idoso acontecem na interação social com, e sobre a mídia, na constituição das significações que se encontram nos diálogos do espaço público e nas experiências vivenciadas em coletividade.

Existe, contudo, um circuito de responsabilidade. Os sujeitos refletem os fatos exteriores produzidos e divulgados pela mídia e também os refratam a partir de interações com outros campos sociais.

As significações, quando constituídas, circulam até mesmo em diferentes plataformas midiáticas, com diferentes formas de interação e participação. São ações e processos que se misturam e se interferem mutuamente, diálogos resultantes de um embate entre diversas vozes sociais (BAHKTIN, 1997).

Assim, a voz que o idoso constrói em relação ao envelhecimento é uma adaptação às possíveis expressões midiáticas - existentes no social – na esfera pública.

Essa imagem introspectiva e subjetiva do idoso, não pode ser separada da realidade de sua orientação numa situação social existente. Faz parte de um processo social variado, moldado, segundo Braga (2006, p. 31), “por um mesmo padrão cultural de hábitos, tendências e lógicas, e por objetivos comuns, ainda que não conscientemente pré-negociados”. Um sistema complexo construído pelas relações históricas, partes que são articuladas em um mesmo sistema no qual se encontra a comunicação pública.

## 1.2 QUESTÕES, OBJETIVOS E HIPÓTESES

A tese, “O Idoso Brasileiro na Comunicação Pública”, tem os seguintes objetivos:

Objetivo geral:

- Estudar as representações sociais do envelhecimento encontradas num sistema de interação midiático (promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais), vinculado aos processos de diálogo da comunicação pública brasileira.

Objetivos específicos:

- Identificar e discutir visões sociais de idosos que se encontram em promotores de políticas - *site* oficial do Ministério da Saúde – “Portal da Saúde (SUS): Idosos”.
- Identificar e discutir visões sociais de idosos encontradas em produtores midiáticos - cobertura midiática da “Campanha Nacional de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”, 2010.
- Identificar e discutir visões sociais mapeadas nas auto representações produzidas por atores individuais idosos no Facebook.

O estudo pretende responder às seguintes questões:

- Que visões sociais do envelhecimento circulam na comunicação pública brasileira ao perpassar por promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais?
- As visões sociais do envelhecimento, que se refletem pela comunicação pública, são reproduzidas e replicadas, pelo próprio idoso (atores individuais), nas redes sociais digitais?
- Que pontos idênticos, ou diferentes, das representações sociais do envelhecimento se encontram no sistema de interação midiático da comunicação pública brasileira, entre produtores midiáticos, promotores políticos e atores individuais idosos?

As hipóteses da tese são:

- A vitimização de idosos está presente em exposições midiáticas da comunicação pública brasileira, tanto pelos promotores de políticas como pelos produtores midiáticos.
- Existe uma ressignificação do “eu” idoso no Facebook, por um grupo de sujeitos, através da auto representação positiva do envelhecimento entre atores individuais.
- Promotores de políticas não se apropriam das novas mídias para fomentar um diálogo com a população idosa.

### 1.3 REFERENCIAL TEÓRICO

Para embasar questões relacionadas ao envelhecimento e suas distintas visões sociais, a fundamentação teórica, desta tese, se estabelece a partir dos autores: Bevuoir (1990) que trabalha com contextos sócio-históricos do envelhecimento e com a história da velhice nas sociedades; Debert (1999); Junges (2004); Marques (2011);

Matos (2011); Barreto (1992) que abordam as visões sociais do envelhecimento. Papaléo Netto (2007) que fundamenta o envelhecimento a partir da debilitação física e mental e Elias (2001) que escreve sobre a violência e a solidão na velhice. Morace (2009) que reflete sobre o envelhecimento bem sucedido e o idoso consumidor. Donato e Canoas (2007); Oliveira (2011); Matos (2009, 2010, 2011); Teixeira (2006) e Salomão Reis (2011) que fundamentam estudos de idosos, processos de cidadania e deliberação pública, entre outros apontados na tabela 01 - juntamente com suas temáticas.

TABELA 01 - ENVELHECIMENTO (AUTORES)

<b>Autores</b>	<b>Delimitações Temáticas</b>
Bevour (1990); Marques (2011).	Contextos sócio-históricos do envelhecimento; história da velhice.
Debert (1999); Junges (2004); Morace (2009); Neri, Yassuada (2008); Peixoto (2007); Stacheski; Massi (2011); Matos (2011); Salomão Reis (2011); Marques (2011); Barreto (1992); Featherstone; Hepworth (2005).	Visões do envelhecimento na sociedade.
Caldas (2007); Jardim (2007).	Teorias sociológicas do envelhecimento.
Goffman (2008; 1993); Matos (2011); Minayo (2008).	Estigma e vitimização da velhice.
Papaléo Netto (2007); Ponte (2007).	Envelhecimento a partir da degeneração física.
Elias (2001).	Violência e solidão na velhice.
Grossi; Santos (2003); Ribeiro (2007); Morace (2009); Neri; Yassuda (2008).	Envelhecimento bem sucedido.
Nogueira (2006); Zenaide; Viola (2011).	Direito dos idosos e políticas públicas.
Donato; Canoas (2007); Oliveira (2010); Matos (2011); Salomão Reis (2011); Teixeira (2006).	Idoso e cidadania.
Goldman (2002); Kachar (2002); Lima (2007); Miller (2010; 2011); Winoucour (2009); Levy; Lemos (2010).	Idosos e Internet.

FONTE: AUTORA (2012).

Além das referências citadas acima, realizou-se uma leitura em teses e dissertações desenvolvidas no Brasil, relacionadas com o envelhecimento. Para este estudo se consultaram os seguintes trabalhos acadêmicos:

TABELA 02 - TESES E DISSERTAÇÕES (ENVELHECIMENTO)

<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Programa /Instituição</b>	<b>Ano de Defesa</b>
Laura Hastenpflug	Envelhecer com <i>Passione</i> : A telenovela na vida de idosas das	Dissertação do “Programa de Pós - Graduação em Comunicação”	2011

Wottrich	classes populares.	da Universidade Federal de Santa Maria.	
Maria Lucia Frutoso de Oliveira.	Representações da velhice no <i>site</i> “Mais de 50”.	Dissertação do “Programa de Pós- Graduação em Linguística” da Universidade de Franca.	2010
Lair José Bersch.	Internet e terceira idade: consumo e efeitos em usuários do extremo oeste do Paraná.	Dissertação do “Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social” da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.	2009
Ana Paula Borges.	Representação da população idosa na luta por seus direitos no Brasil: o caso dos Conselhos Estaduais do Idoso.	Dissertação do “Programa de Pós-Graduação em Gerontologia” da Universidade de Brasília.	2009
Katy Nassar.	Olhares de outono - um estudo da representação do idoso na mídia impressa.	Tese do “Programa de Comunicação” da Universidade Metodista de São Paulo.	2007
Raquel Ribeiro.	A construção da velhice positivada em propagandas televisivas direcionadas ao público idoso.	Dissertação do “Programa em Psicologia Social” da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.	2007
Solange Maria Teixeira.	Envelhecimento do trabalhador no tempo do capital.	Tese de Doutorado em “Políticas Públicas” da Universidade Federal do Maranhão.	2006
Devani Salomão Reis.	Comunicação Pública dos Serviços de Saúde para o idoso: análise da produção e da percepção da “Cartilha Viver Mais e Melhor”.	Tese do “Programa Pós-Graduação de Ciências em Comunicação” da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.	2005
Claudiana Nogueira.	Os mais velhos na “Folha de S. Paulo”.	Dissertação do “Programa em Linguística” da Universidade Estadual de Campinas.	2000
André Pires.	Velhos em revista – envelhecimento e velhice nas páginas das revistas “Cláudia e Playboy”.	Dissertação do “Programa em Antropologia” da Universidade Estadual de Campinas.	1998

FONTE: AUTORA (2012).

Outras temáticas-chave da tese são: a comunicação pública, a cidadania e o capital social. O conceito de comunicação pública, a partir de Brandão (2009, p. 09), é considerado como “um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania”.

No entanto, há vertentes que significam a expressão “comunicação pública” de forma diferenciada ao permear vertentes como a comunicação organizacional, a comunitária, a empresarial, a política e a governamental. É um termo que gera

contradições, encontra-se em construção e se articula com processos de distribuição das informações e/ou para ativar a participação dos cidadãos nas questões de deliberação pública.

Para o embasamento de comunicação pública, promotores de políticas, capital social e cidadania, utilizaram-se os seguintes autores: Matos (2009; 2011); Brandão (2009) e Duarte (2009) que abordam conceitos da comunicação pública; Monteiro (2007); Manzini-Covre (1993); Rubim (2003); Norris (2001) e Putnam (2005) que trabalham com temas sobre a comunicação pública, a democracia e o capital social, entre outros, conforme tabela 03.

TABELA 03 - COMUNICAÇÃO PÚBLICA E PROMOTORES DE POLÍTICAS

<b>Autores</b>	<b>Delimitações Temáticas</b>
Brandão (2009); Matos (2009).	Conceitos da comunicação pública.
Monteiro (2009); Rubim (2003); Silva (2007); Monteiro (2007).	Comunicação e democracia.
Matos (2009); Putnam (2005); Scherer-Warren (1999; 2001; 2007); Manzini-Covre (1993).	Cidadania, redes sociais, capital social.
Matos (2011); Marques (2011); Salomão Reis (2005); Torres; Sá (2008).	Capital social, idosos, teoria do reconhecimento.
Norris (2001); Ribeiro (2010); Sampaio (2010) Teixeira (2007).	Democracia, comunicação pública e Internet.

FONTE: AUTORA (2012).

As teses<sup>4</sup> e as dissertações consultadas que abordam as temáticas da comunicação pública, de promotores de políticas, da cidadania e do capital social são:

TABELA 04 - TESES E DISSERTAÇÕES - COMUNICAÇÃO PÚBLICA

<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Programa /Instituição</b>	<b>Ano de Defesa</b>
Gisele Rosso.	Processos comunicativos na perspectiva da comunicação pública: o caso do Ministério Público do Trabalho no Paraná	Dissertação do “Programa de Pós-Graduação em Comunicação” da Universidade Federal do Paraná	2012

<sup>4</sup> Salienta-se que são poucas as dissertações e teses brasileiras que abordam o tema da comunicação pública direcionada ao público idoso.

Carlos Augusto Locatelli.	Comunicação e barragens: o poder da comunicação das organizações e da mídia na implantação da Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó (Brasil).	Tese do “Programa de Comunicação e Informação” da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.	2011
Ângelo Augusto Ribeiro.	Produção e distribuição de vídeos institucionais para transmitir conhecimento: a experiência do Ministério Público de Santa Catarina no Youtube.	Tese do “Programa de Engenharia de Gestão e Conhecimento” da Universidade Federal de Santa Catarina.	2010
Francisco de Assis Carvalho Arten.	Poderes legislativo e executivo na Internet: da construção efetiva do contribuinte nos portais, rumo à pressuposta posição de cidadão.	Tese do “Programa de Comunicação e Semiótica” da Pontifícia da Universidade Católica de São Paulo.	2009
Maria das Graças de França Miranda Monteiro.	Ciência e risco: as controvérsias como procedimento da comunicação pública num contexto democrático.	Tese do “Programa de Comunicação” da Universidade de Brasília.	2009
Jaqueline Q. da Silva.	Comunicação pública e complexidade: uma perspectiva das relações públicas como sujeito comunicacional e estratégico no cenário da midiaticização.	Dissertação do “Programa de Comunicação” da Universidade Federal de Santa Catarina.	2007
Devani Salomão Reis.	Comunicação pública dos serviços de saúde para o idoso: análise da produção e percepção da cartilha “Viver Mais e Melhor”.	Tese do “Programa de Comunicação” da Universidade de São Paulo.	2005

FONTE: LEVANTAMENTO DA AUTORA (2012).

A rede social digital, outra base teórica da tese, é um espaço de representações e interações construído pelos atores individuais para expressar elementos de sua personalidade e/ou individualidade (RECUERO, 2009). Em relação às redes sociais, aos processos de convergência cultural e à proximidade das tecnologias de informação e comunicação com os atores individuais idosos, a fundamentação teórica, deste estudo, utiliza os seguintes autores: Recuero (2009); Miller (2010; 2011); Castells (2002); Jenkins (2008); Bolter e Grusin (2006) entre outros, conforme tabela 05.

TABELA 05 - REDES SOCIAIS DIGITAIS

<b>Autores</b>	<b>Delimitações Temáticas</b>
Recuero (2009); Scherer-Warren (1999; 2001; 2007); Miller (2010; 2011); Castells (2002); Aguiar (2006).	Redes sociais digitais. Conceitos. Discussões.
Fidler (1997); Bolter e Grusin (2006); Jenkins (2008); Fonseca (2010).	Remediações e processos de convergências.

FONTE: AUTORA (2012).

Por fim, para realizar o entrelaçamento dos segmentos acima – idosos, comunicação pública e as redes sociais digitais – emprega-se a teoria do sistema interacional midiático, descrito por Braga (2006) quando argumenta que os sentidos trazidos pela mídia chegam à coletividade e circulam entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e, parcialmente, direcionando a cultura. Para o autor, se as significações não circulassem, não estariam na cultura. Estar na cultura é estar envolvido nos processos comunicativos de uma nação, é se constituir como sujeito em um Estado – que implementa sua comunicação pública.

Para fundamentar a questão dos produtores midiáticos e perspectivas interacionistas da comunicação recorre-se aos seguintes autores: Bateson (1972); Goffman (2008) e Thompson (1998). Para o embasamento sociológico das interações, utilizam-se como teóricos base: Baumann (2005); Giddens (2002); Bakhtin (1997) e Winkin (1998).

TABELA 06 - PERSPECTIVAS INTERACIONISTAS DA COMUNICAÇÃO

<b>Autores</b>	<b>Delimitações Temáticas</b>
Baumann (2005); Giddens (2002).	Sociedade, comunidade, construção do “eu”.
Bateson (1972); Goffman (1993, 2008); Braga (2006); Thompson (1998); Bakhtin (1997); Traquina (2005); Garrossini; Maranhão (2011).	Sistema de interação midiático; circulação de vozes sociais, abordagens dialógicas, estigmas.
Bateson (1972); Goffman (1993, 2008); Lana (2009); Winkin (1998).	Modelo orquestral de comunicação.
Thompson (1998); Wolf (1997).	Produtores midiáticos.

FONTE: AUTORA (2012).

## 1.4 ABORDAGEM METODOLÓGICA E OBJETOS EMPÍRICOS

A análise de conteúdo, por um viés quantitativo e qualitativo, fundamentada em Bardin (2011), foi a escolha metodológica desta tese que junto ao método de trabalho são detalhados no capítulo 5.

Entende-se que a análise de conteúdo parte de uma constituição sócio-histórica de enunciados produzidos socialmente e carregados de sentidos vivenciais. Concebe-se como uma linguagem viva um processo incessante que se constrói no cotidiano da vida social, ou seja, uma construção coletiva.

Como afirma Demo (2004, p. 25), “o contexto da fala é um contexto social marcado por correlações de força”. E continua: “o primeiro ímpeto da fala não é comunicar, mas influir”. A análise de conteúdo é uma abordagem metodológica usada para descrever e interpretar conteúdos de todas as classes e de documentos e textos. Consiste em descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, que ajudam a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados, além de uma leitura comum (BARDIN, 2011).

Para esta tese utiliza-se a sistematização da análise de conteúdo temático-categorial. Os dados foram coletados com técnicas quantitativas, a partir da contagem das presenças de variáveis nas unidades comunicativas; e qualitativas, por meio da seleção de trechos das unidades comunicativas e de entrevistas semiestruturadas com o grupo idoso analisado. O método deste estudo seguiu as fases da análise de conteúdo em torno de três polos: a pré-análise; a exploração do material e as análises de inferências e resultados. Os objetos empíricos selecionados, submetidos à análise, foram:

- a) Promotores de políticas: unidades comunicativas do *site* oficial do Ministério da Saúde, publicadas no “Portal da Saúde (SUS): Idosos”. Este objeto empírico se justifica, pois se trata de um meio de informação oficial do Governo Federal do Brasil, direcionado à população idosa. Os conteúdos

foram coletados entre os meses: maio de 2012 a janeiro de 2013. Nas páginas do *site*, destinadas à população idosa, se encontraram 50 conteúdos diferentes (entre notícias, publicações, informações, recomendações, agenda, campanhas publicitárias promovidas pelo Ministério da Saúde). Destes conteúdos, selecionaram-se 40 unidades comunicativas, sendo 18 notícias, 17 conteúdos informativos e 05 campanhas publicitárias.

- b) Produtores midiáticos: unidades comunicativas relacionadas à cobertura midiática da “Campanha Nacional de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito, 2010”. Em 11 de junho de 2010, a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República<sup>5</sup> (SDH/PR, 2010) e outras instituições governamentais lançaram a “Campanha de Conscientização da Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”. O objetivo principal era conscientizar a população sobre a violência no trânsito contra idosos. O *clipping*<sup>6</sup> produzido pela SDH (2010), no período de 14 a 17 de junho de 2010, totalizou 95 publicações vinculadas ao tema. No documento, cedido pela SDH (2010), encontravam-se, muitas vezes, apenas, o texto das notícias – sem imagens e sem detalhes das unidades. Do total das notícias captadas selecionaram-se, para análise, 40 textos - a partir dos seguintes critérios: correspondiam a diversas regiões brasileiras (independente da distribuição do periódico ou do porte da empresa midiática); apresentavam unidades de contexto que permitiam a verificação de representações sociais do envelhecimento e demonstravam um desenvolvimento noticioso para além das informações básicas do evento. Escolheu-se o objeto empírico por se tratar de uma campanha oficial do Ministério da Saúde que teve repercussão em todo o país, por meio de produtores midiáticos – através da agenda governamental e por abordar a violência contra a pessoa idosa – que poderia ser refratada ou reforçada pelos produtores midiáticos;

---

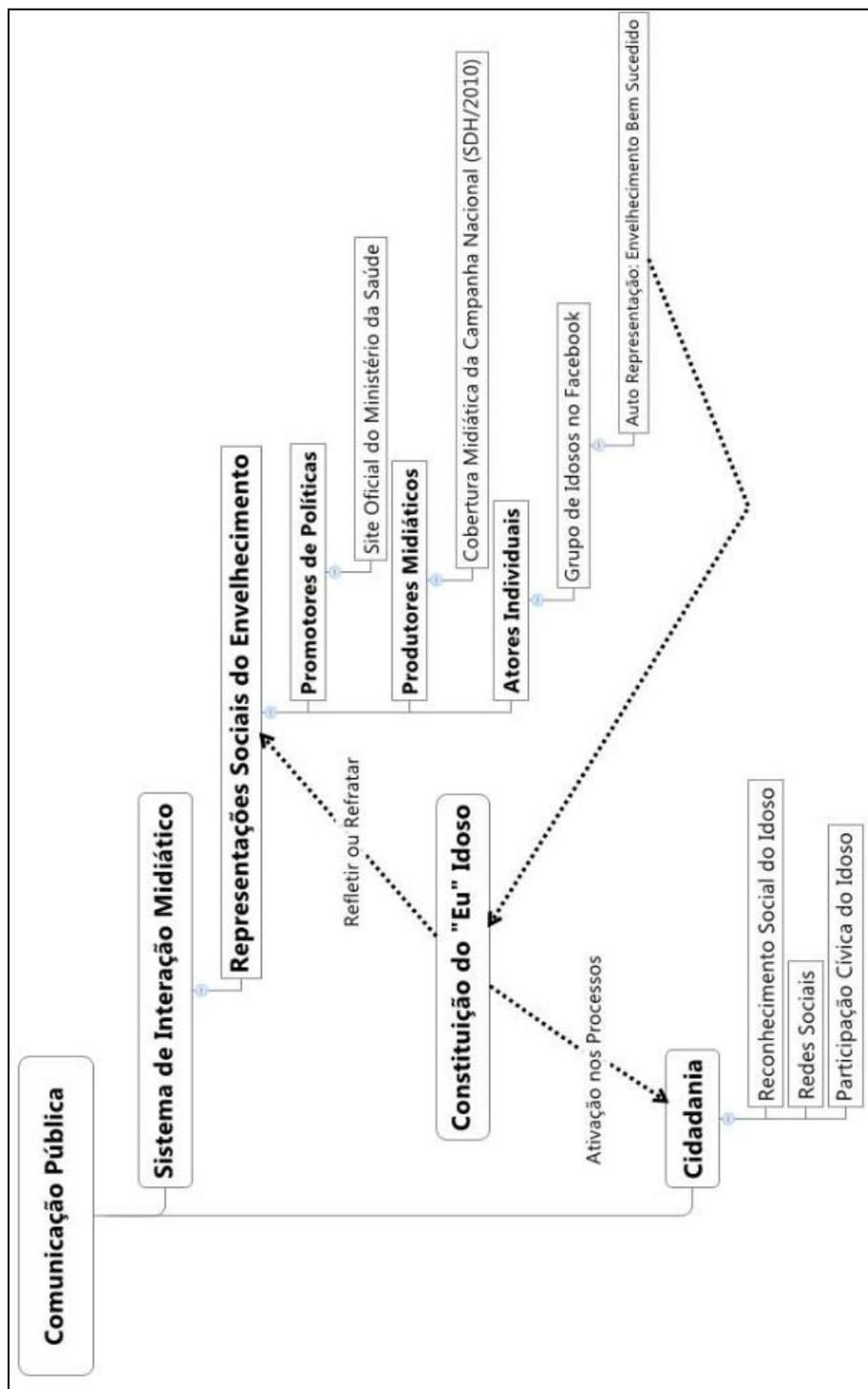
<sup>5</sup>A Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República – SDH/PR possui *status* de Ministério, no Brasil.

<sup>6</sup>O termo *clipping* (derivação do inglês *clip*: cortar, aparar, reduzir, recortar) se utiliza para designar, de forma literal, “recorte de jornal”, ou, mais tecnicamente, o recorte ou gravação de uma unidade informativa. *Clipping* na íntegra, em anexo.

c) Atores individuais: publicações de idosos no Facebook. O grupo analisado se constitui de dez sujeitos ativos no Facebook, isto é, que publicam regularmente, pelo menos uma vez por dia. Eles nasceram entre 1920 a 1950, são brasileiros, e cientes da pesquisa permitiram o acompanhamento diário de suas interações. A observação dos perfis dos idosos ocorreu de março de 2011 a maio de 2012, selecionando-os por indicação de pessoas conhecidas da autora da tese, após solicitação na rede social digital. Realizaram-se, também, duas entrevistas semiestruturadas com o grupo de idosos, em setembro e novembro de 2012, por meio da rede social digital, através da troca de mensagens da plataforma. As questões abordadas, os depoimentos e as respostas estão atrelados ao texto da análise. A escolha pelo Facebook se fundamenta por ser a rede social digital que mais cresceu no mundo, em 2011. No total, analisaram-se 40 publicações de idosos.

## 1.5 REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA TESE

FIGURA 02 - REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA TESE



FONTE: AUTORA (2013).

## 1.6 ESTRUTURA DA TESE

A estrutura da tese se divide em sete partes: a introdução, quatro capítulos desenvolvidos, as considerações e as referências bibliográficas.

A introdução apresenta a estrutura metodológica da tese: justificativa, objetivos, hipóteses, método de análise e representação gráfica do estudo.

No segundo capítulo, o objetivo é discutir o contexto e as visões sociais do envelhecimento, no Brasil, categorizadas aprioristicamente para esta tese. A categorização das vozes sociais será a base para a análise dos objetos empíricos

No terceiro capítulo, a discussão se concentra na comunicação pública, no sistema de interação midiático e nas perspectivas interacionistas da comunicação, ao envolver promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais. O conceito de comunicação pública se entrelaça em um processo base comunicativo para qualquer ação governamental e de seus agentes sociais. Salienta-se a importante mediação que a imprensa tem no processo de informar, criticar e analisar. A troca de informações, que é inerente ao processo de comunicação pública, pode refletir e refratar as significações e as representações sociais da velhice. Por meio da comunicação pública, atores geram, transformam, buscam, usam e disseminam informações de variados tipos, abrindo canais para a discussão de interesses públicos, bem como para as visões sociais do envelhecimento.

No quarto capítulo se investe nas questões dos atores individuais nas redes sociais digitais e o capital social dos idosos. Abordam-se aspectos da ressignificação do “eu” idoso (BOLTER; GRUSIN, 2006) no Facebook, e como isso influencia na replicação ou na refração das vozes sociais do envelhecimento encontradas na sociedade. As redes sociais digitais têm grande valor na temática da tese, pois a ideia é diagnosticar ambientes para a ampliação da participação cívica dos idosos, por meio das mídias digitais.

No quinto capítulo, a discussão se direciona à abordagem metodológica e à análise das visões sociais de idosos num sistema de interação midiático, ao vincular vozes de promotores de políticas, de produtores midiáticos e de atores individuais. No capítulo se analisam unidades comunicativas do *site* Oficial do Ministério da Saúde – “Portal da Saúde (SUS): Idosos”; unidades comunicativas da cobertura midiática da “Campanha Nacional de Conscientização contra a Violência da Pessoa Idosa no Trânsito, 2010” e unidades comunicativas de publicações de idosos no Facebook. A análise dos objetos empíricos demonstrou a circulação de vozes sociais do envelhecimento que se encontram na sociedade brasileira.

Por fim, as considerações constatadas. As discussões realizadas tendem a evocar possibilidades de práticas e processos da comunicação pública com os idosos, pelas redes sociais digitais - uma esfera pouco aproveitada pelo governo para o debate e deliberação pública.

## 2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO ENVELHECIMENTO: O IDOSO BRASILEIRO E O CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO

A coisa mais moderna que existe nessa vida é envelhecer.  
A barba vai descendo e os cabelos vão caindo pra cabeça aparecer.  
Os filhos vão crescendo e o tempo vai dizendo que agora é pra valer.  
Os outros vão morrendo e a gente aprendendo a esquecer.

Envelhecer  
Arnaldo Antunes

O objetivo deste capítulo é contextualizar o envelhecimento no Brasil por meio de estatísticas e previsões demográficas da população idosa, bem como demonstrar visões sociais do envelhecimento, categorizadas aprioristicamente, as quais serão a base para a análise de conteúdo, especificada no capítulo 5.

As representações sociais do envelhecimento devem ser estudadas para compreender o social através de significações que circulam e são reproduzidas nas áreas públicas e privadas da sociedade, nos ambientes sociais, nas relações interpessoais, nas práticas comunicativas, em um sistema de interação midiático que envolve promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais. São simbologias que influenciam na constituição dos conhecimentos e crenças compartilhados nas interações cotidianas.

*“We all live in a world growing older”*<sup>7</sup> (FEATHERSTONE; HEPWORTH, 2005, p. 354). Importante verificar, assim, as convergências, as remediações de representações postas na sociedade, pois visões sociais são sempre constituições históricas, portanto, nunca eternamente fixas (FEATHERSTONE; HEPWORTH, 2005).

---

<sup>7</sup> Tradução livre da autora” “Nós todos vivemos em um mundo cada vez mais velho”.

## 2.1 A REVOLUÇÃO DEMOGRÁFICA DO ENVELHECIMENTO NO BRASIL

O último censo realizado pelo IBGE, em 2010, afirma que o percentual de idosos no Brasil cresceu nas últimas décadas e superou o número de crianças com até quatro anos. De acordo com a pesquisa, o país já tinha naquele ano mais de 20 milhões de idosos (IBGE, 2010).

A população muito idosa, com 80 anos ou mais, também aumenta. Entre 1970 e 2000 esse grupo aumentou de 485,4 mil pessoas (0,5% do total populacional) para 1,8 milhão (1,1% do total); em 2020, estima-se que chegará a quase 6 milhões de pessoas, compondo 2,7% da população total brasileira (PREVIDÊNCIA SOCIAL DO BRASIL, 2012). Do grupo muito idoso há, no país, um contingente de 25 mil pessoas acima de 100 anos de idade (IBGE, 2010).

Esses idosos pertencem a um segmento populacional que necessita de novas demandas nas políticas públicas e nos rumos da coletividade frente às significações sobre o envelhecimento. Há idosos (e famílias inteiras) que não conseguem lidar com os anos a mais de vida que a modernidade proporciona, inclusive em relação a sua participação cidadã, pois se sentem isolados e não reconhecidos socialmente. Zenaide e Viola (2011, p. 11) seguem com essa perspectiva:

Uma sociedade que se pretende democrática não pode descuidar de educar seus cidadãos para a construção de uma sociabilidade que reconheça a pessoa idosa como sujeito de dignidade e direitos, como parte constitutiva da sociedade, que necessita de proteção, educação, saúde, segurança, seguridade social, mas também, que necessita da liberdade e da participação ativa nas decisões relativas às políticas públicas.

A projeção é que em 2025 o país tenha 32 milhões de idosos, saltando para a 6ª colocação mundial. Com uma forte redução da taxa de crescimento populacional, o envelhecimento da população brasileira se torna um fato irreversível e atinge diretamente toda a sociedade, seus costumes e, principalmente, as políticas públicas. O

crescimento da população idosa coloca em discussão múltiplas dimensões sociais, como o desgaste fisiológico, o prolongamento da vida, o desequilíbrio demográfico e o custo financeiro das políticas sociais.

A queda da fecundidade no Brasil iniciou-se nos anos de 1960 com a crescente urbanização (movimento de migração rural-urbana) e industrialização brasileira. O controle da natalidade foi um processo natural: a educação se tornou mais acessível, os métodos contraceptivos mais divulgados e a inserção das mulheres no mercado de trabalho. E, com isso, o processo de redução da fecundidade começou a modificar a demografia brasileira<sup>8</sup>. Naquele momento, o processo de envelhecimento da população do país assumiu contornos com movimentos irreversíveis que se configuram como uma tendência de longo prazo da população do Brasil (MOREIRA, 2005).

A novidade em relação ao tema da velhice, particularmente no Brasil, acompanha o próprio movimento de descoberta do envelhecimento por parte da sociedade. A visibilidade de idosos, na última década, se afere não só pelas estatísticas demográficas divulgadas pela mídia, mas, também, pela experiência cotidiana dos habitantes das cidades, que hoje convivem com sujeitos mais velhos nas esferas da vida privada e em diferentes espaços públicos (STUCCHI, 2007).

No Brasil, assim como nas estatísticas mundiais, há um predomínio do sexo feminino entre os idosos. Segundo os números do IBGE (2010), em 2010, o país contava com 20.590.599 pessoas com mais de 60 anos de idade. Destes, 9.156.112 são homens e 11.434.487, mulheres. Ao aumentar a idade, a discrepância entre os sexos se torna ainda maior. As mulheres vivem mais que os homens. Atrelada à feminilização do envelhecimento, o estado civil dos idosos brasileiros possui a seguinte proporção: três quartos dos homens vivem em companhia do cônjuge, enquanto dois terços das mulheres são viúvas, solteiras ou separadas. Para cada homem viúvo, existem 3,6

---

<sup>8</sup>Segundo Moreira (2005) o processo de redução da fecundidade, no Brasil começa a interferir em mudanças visíveis na composição por idade da população brasileira quando se tornou um comportamento generalizado das grandes massas populacionais. Desta forma, afirma Moreira (2005, p.1), é só a partir dos anos de 1980, e mais particularmente no início da década de 1990, que a estrutura etária inicial não esconde mais o declínio da fecundidade e os grupos etários da base da pirâmide começam a encolher.

viúvas (IBGE, 2010).

Existem vários perfis de idosos no Brasil - de um lado, sujeitos aposentados que têm qualidade de vida, que possuem garantido o acesso aos serviços básicos e que sustentam condições socioeconômicas, permitindo a satisfação de seus interesses. Por outro viés, se apresenta o indivíduo em situação de exclusão<sup>9</sup> social, vulnerável na coletividade, que tem seus direitos negados e seus vínculos familiares e comunitários fragilizados. Para agravar a situação dos sujeitos deste último grupo, o valor da aposentadoria, ou benefício, não é suficiente, muitas vezes, para manter suas necessidades básicas (NOGUEIRA, 2006). São diferentes perfis e contextos sociais. Portanto, a velhice, o envelhecimento e seus processos não são homogêneos.

#### 2.1.1. O Envelhecimento e os Conceitos do Cotidiano

Diante do envelhecimento populacional mundial, desde o século XIX, discutem-se novas nomenclaturas relacionadas à velhice. É importante verificar que a concepção da velhice, até mesmo em suas expressões, está entrelaçada com os costumes sociais, culturais, políticos e econômicos de cada época.

Nos anos de 1960, quando o envelhecimento da população despontou na Europa, nomenclaturas diferenciadas do velho e do envelhecer surgiram como a “terceira idade”. Com o tempo, expressões como: os “pré-idosos”, a “quarta idade” e a “nova geração” também surgiram para classificar termos da velhice.

A ONU, em 2002, classificou os idosos em três grupos: pré-idosos; idosos jovens e idosos de idade avançada, conforme a tabela 07.

---

<sup>9</sup>Exclusão social: “ocorre quando um determinado grupo, ou parcela da sociedade é de alguma forma excluído dos seus direitos, ou ainda, tem seu acesso negado por ausência de informação, por estar fora do mercado de trabalho, entre outras coisas” (TORRES; SÁ, 2008, p. 5).

TABELA 07 - NOMENCLATURA DOS IDOSOS

<b>Nomenclatura</b>	<b>Idade</b>
Pré-idosos:	Entre 55 e 64 anos.
Idosos jovens:	De 65 a 79 anos.
Idosos de idade avançada:	A partir de 80 anos.

FONTE: ONU (2002).

O crescimento da discussão da velhice e de novos mercados para essa população que se salientou, resultou em uma nova linguagem, em oposição às antigas formas de tratamento dos velhos e aposentados (DEBERT, 1999). Na tabela 08 apresentam-se diferenças nos usos das expressões correlacionadas à velhice.

TABELA 08 - TERMOS SOBRE O ENVELHECIMENTO

<b>Termos Antigos</b>	<b>Termos Atuais</b>
Velhice.	Terceira idade.
Aposentadoria inativa.	Aposentadoria ativa.
Asilo.	Centro residencial de idosos.
Assistente social.	Animador social.
Ajuda social.	Gerontologia.

FONTE: DEBERT (1999).

Os signos do envelhecimento, no entanto, frequentemente, estão sendo invertidos e assumem novas designações: “nova juventude”, “idade do lazer”. Já, os termos “velho” e “idoso” são utilizados de acordo com a posição social ocupada pelos sujeitos:

TABELA 09 - VELHO OU IDOSO?

<b>Denominação</b>	<b>Contexto</b>
Velho	Expressada popularmente de forma depreciativa, remete a um julgamento decadente, de incapacidade e de exclusão social e se associa à inutilidade social.
Idoso	Expressão utilizada no popular, quando se deseja expressar um tom mais respeitoso ao falar com pessoas de mais idade.

FONTE: DEBERT (1999).

Caldas (2007) traz os conceitos e discussões sobre a primeira, a segunda e a terceira idade, os quais constam na tabela a seguir:

TABELA 10 - CLASSIFICAÇÃO DE ESTÁGIOS DA VELHICE

<b>Idade</b>	<b>Conceitos</b>
Terceira Idade	Surgiu na França na década de 1960, com o objetivo de modificar um julgamento negativo da velhice. Foi criado para significar um período alegre de vida, que se encontra entre a aposentadoria e a velhice, um momento da vida onde se pode desfrutar de uma vida ativa, independente e prazerosa (PEIXOTO, 2007).
Segunda Idade	Corresponde à juventude, jovens e adultos.
Primeira Idade	Refere-se à infância.

FONTE: CALDAS (2007).

O termo “terceira idade” faz parte de um movimento fundamentado no revigoração das pessoas idosas por meio da luta contra estereótipos, preconceitos e melhores condições de vida, uma reação às imagens de velhos dependentes e carentes de cuidados (CALDAS, 2007). Na bibliografia estudada, encontram-se duas significações para o termo quarta idade. Vide tabela 11:

TABELA 11 - A QUARTA IDADE

<b>Idade</b>	<b>Referenciais</b>
Quarta Idade	Peixoto (2007) afirma que a quarta idade se refere às pessoas com idade a partir de 75 anos que atuam, ainda, de forma ativa na sociedade. Caldas (2007) argumenta que a “quarta idade” é composta de sujeitos dependentes fisicamente, que se definem pela incapacidade funcional, isto é - pela dificuldade no desempenho de atividades da vida cotidiana ou, até mesmo, da impossibilidade de realizá-las.
Nova Geração	Refere-se aos idosos que possuem novos comportamentos sociais. Um novo estereótipo que se forma nas vozes sociais: um idoso com novos desejos, novos interesses, um novo consumidor.

FONTE: PEIXOTO (2007); CALDAS (2007).

Para esta tese, utiliza-se, como padrão, o termo “idoso” para todos os sujeitos acima de 60 anos (na Europa, o sujeito é considerado idoso a partir dos 65 anos).

## 2.2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS<sup>10</sup> DO ENVELHECIMENTO NO BRASIL

Comprometemo-nos a eliminar todas as formas de discriminação, entre outras, a discriminação por motivos de idade. Reconhecemos também que as pessoas, à medida que envelhecem, devem desfrutar de uma vida plena, com saúde, segurança e participação ativa na vida econômica, social, cultural e política de suas sociedades. Estamos decididos a aumentar o reconhecimento da dignidade dos idosos e a eliminar todas as formas de abandono, abuso e violência (ONU, 2002).

São várias as vozes sociais que constituem o envelhecimento e seu julgamento de valor na coletividade brasileira. Neste subtítulo, fundamenta-se e se categorizam representações sociais da velhice no Brasil. Também se referem às vozes contraditórias (pluralidade) que ecoam na sociedade por meio das relações diárias entre os sujeitos, em um sistema de interação midiático.

Debert (1999, p. 73) argumenta que, atualmente, existem dois modelos antagônicos sobre o envelhecimento: o primeiro deles se refere a um quadro de pauperização e abandono a que o idoso é relegado. Nessa situação, é a família que arca com a responsabilidade. Tecem-se várias críticas a esse modelo porque esse julgamento de valor pode alimentar o estereótipo da velhice como um período de doença, de pobreza, de dependência e de passividade.

O segundo modelo apresenta idosos capazes de dar respostas originais aos desafios que enfrentam em seu cotidiano, redefinindo sua experiência para se

---

<sup>10</sup> Utiliza-se, nesta tese, os termos e conceitos de “representações sociais”; “vozes sociais” e “visões sociais” de forma a significarem diferentes simbologias do envelhecimento postas nas expressões midiáticas analisadas – que se entrelaçam e se embatem. Parte-se, no entanto, sempre, do pressuposto das perspectivas interacionais da comunicação, da abordagem dialógica, dos contextos sócio-históricos nos processos e práticas comunicacionais.

contrapor aos estereótipos ligados à velhice. Ao extremo, esse modelo rejeita a própria ideia de velhice ao considerar que a idade não é um marcador pertinente na definição das experiências vividas.

Em um processo contínuo, a todo o momento, refletem-se e refratam-se as significações das diversas interações sociais. Extremos que se encontram e interagem em contradição, pois o conceito de construção social da realidade e dos julgamentos que afloram, permitem e implicam em muitas versões possíveis.

Beauvoir (1990) argumenta sobre a representação social dos idosos por meio de dois outros estereótipos. No primeiro, afirma que às pessoas mais velhas é negada a manifestação de desejos, sentimentos ou reivindicações, como faz a população jovem, pois serão vistos como escândalos. O idoso, segundo a autora, se põe para a sociedade como um ser equilibrado, maduro e razoável. A sexualidade não pode existir, os idosos devem estar livres das garras libidinosas do desejo e a violência deve ser algo irrisório, isto é, os idosos não podem se irritar. Nesse estereótipo, portanto, as pessoas mais velhas devem dar exemplo de todas as virtudes e ainda ter serenidade completa. O outro estereótipo é o idoso com um julgamento de valor completamente diferente que se caracteriza com um ser caduco e delirante (BEAUVOIR, 1990).

Há laços sociais e engajamentos que circundam as representações sociais do envelhecimento nas práticas e processos de comunicação, nos sistemas midiáticos, na sociedade onde os sujeitos estão inseridos. Como argumenta Marques (2011, p. 38), “quando classificamos as pessoas em determinadas categorias, não o fazemos de um modo isolado, mas somos influenciados pelo modo como as sociedades em que vivemos concebem estas diferentes categorias e pelas representações que lhes estão normalmente associadas”. As significações do envelhecimento estão enraizadas na cultura e nos contextos sociais.

A partir da leitura de dissertações e teses já publicadas no Brasil e a pré-análise dos objetos empíricos deste estudo, categorizaram-se representações sociais do envelhecimento. O objetivo, no capítulo 5, é identificar em que medida essas vozes se apresentam nos objetos empíricos analisados. As visões expostas, a seguir, partem de

argumentos de acordo com suas vertentes. Como se contradizem, e não são homogêneas, existem argumentos para questioná-las. No entanto, este não é o objetivo deste estudo. As visões se entrelaçam no cotidiano.

Nesta tese consideraram-se três eixos distintos que pertencem ao sistema de interação midiática da comunicação pública brasileira: promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais, nos quais se encontram diferenciadas representações sociais do envelhecimento. Segue, na tabela 12, a categorização implementada.

TABELA 12 - REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO ENVELHECIMENTO

O envelhecimento e a degeneração das funções biológicas.
O envelhecimento e a fragilidade social do idoso.
O envelhecimento e a responsabilidade do idoso frente à velhice.
O envelhecimento e a nova geração consumidora.
O envelhecimento bem-sucedido.

FONTE: AUTORA (2012).

### 2.2.1 O Envelhecimento e a Degeneração das Funções Biológicas

O envelhecimento, nesta visão, se conceitua como um processo dinâmico e progressivo com modificações morfológicas, funcionais, bioquímicas e psicológicas que determinam perdas na capacidade de adaptação do indivíduo ao meio ambiente, ocasionando maior vulnerabilidade e maior incidência de processos patológicos que o levam à morte (PAPALÉO NETTO, 2007). As manifestações somáticas da velhice, caracterizadas pela redução da capacidade funcional, calvície e, também, pela redução da capacidade de trabalho e da resistência, entre outras, associam-se à perda dos papéis sociais, solidão e perdas psicológicas, motoras e afetivas (PAPALÉO NETTO, 2007).

O conceito biológico do envelhecimento se traduz, assim, como o fim do caminho biológico. Para essa visão social do envelhecimento, a velhice se constitui de

tristezas, fraquezas e debilitações físicas, emocionais e psicológicas. A figura do envelhecimento questiona a idealização atual do jovem e, por isso, homens e mulheres enfrentam o sofrimento do envelhecer, pois convivem com uma série de castrações sociais em todas as áreas da vida: profissional, sexual, social, entre outras. Marques (2011, p. 45), argumenta: “tememos o declínio físico associado ao envelhecimento e, acima de tudo, a inevitabilidade da morte. Tudo o que nos lembra da velhice é, assim, posto de lado”.

Toda a imagem de um ser humano pode ser considerada com uma simbologia do envelhecimento, porque apresenta um ponto particular no tempo cronológico de sua linha de vida. No entanto, o corpo dos sujeitos não se relaciona apenas com o relógio biológico, mas, com a cultura da idade e os contextos sociais envolvidos. O fato é que os sujeitos devem lidar com os sinais visíveis da velhice, em seu corpo, os quais remetem a uma visão de declínio físico na cultura atual (FEATHERSTONE; HEPWORTH, 2005).

Os sujeitos (crianças, jovens, adultos e idosos) estão em contato diariamente, a partir do sistema midiático, com sugestões para garantir a manutenção de um corpo belo e jovem. Com isso, ainda que idosos tenham conhecimentos para repassar, perdem seu valor social de forma crescente devido a, entre tantos outros motivos, existir uma “repulsa psicológica que os jovens sentem do próprio destino vindouro - decrepitude e mortalidade como tabu” (MATOS, 2011, p. 66). Isto ocorre principalmente, em sociedades em que a experiência e a maturidade perdem espaço (MARQUES, 2011).

Idosos, que refletem posições de minoria social e de debilidade biológica, conferem a essa visão uma posição negativa do processo do envelhecer ao desvalorizar suas próprias competências e capacidades. O idoso pode se perceber, erroneamente, como atrasado em suas ideias e se sente deslocado ficando à margem da sociedade. Matos (2011, p. 59) argumenta que “com o avanço da idade, o idoso vai sendo destituído como interlocutor, pois tem o que falar, mas cada vez menos quem ouvi-lo”. São experiências que deixam de ser ouvidas e aproveitadas.

## 2.2.2 O Envelhecimento e a Fragilidade Social do Idoso

Outra visão de envelhecimento, encontrada socialmente, relatada por diversos autores, como Debert (1999); Junges (2004); Marques (2011) e Barreto (1992), é aquela que propõe a fragilidade social do idoso.

Essa concepção surgiu nas civilizações a partir da segunda metade do século XIX, por meio da Revolução Industrial e do conseqüente desenvolvimento urbano e industrial, na Europa. A partir da valorização da produção em massa e da força física exigida para os trabalhos, idosos foram isolados da engrenagem social. Suas experiências se tornaram inúteis em uma sociedade que não valoriza as tradições, as gerações e a troca de experiência.

Idosos não ativos, em uma sociedade capitalista, na qual os modos econômicos de produção exigem força física para a produção industrial em massa, formatam um estereótipo a respeito da velhice: um idoso passivo, excluído socialmente, sem papel social. Nessa visão, a sociedade capitalista não prevê um papel específico ou uma atividade para idosos, abandonando-os a uma existência sem significado, caracterizando-os como uma minoria desprivilegiada, com baixa renda e baixo *status*. Tem-se uma cultura que valoriza o trabalho acima de tudo, e o fato das pessoas idosas já não contribuírem de forma ativa – emprego - com a sociedade, é encarado de forma negativa (MARQUES, 2011).

Tratar da velhice nas sociedades industrializadas é traçar um quadro dramático da perda do *status* social dos indivíduos (DEBERT, 1999). Nessa conjuntura, idosos se transformam em um peso para a família e para o Estado. Nas sociedades modernas, o empobrecimento e os preconceitos são características marcantes, que levam ao abandono social e a uma existência sem significado. A sociedade capitalista se preocupa apenas com os sujeitos na medida em que produzem força de trabalho, geram mais valia e trazem lucros à burguesia (BEAUVOIR, 1990).

O trabalho, na modernidade, é sinônimo de *status* social. Os sujeitos são julgados pelos cargos que ocupam, pelas empresas onde atuam. Quanto mais produzem, mais positivo será o seu *status* social. Por estarem distantes do mercado de trabalho, idosos são excluídos e, como não produzem, não geram o *status* necessário. Trabalho ou emprego? A sociedade capitalista vincula os termos trabalho e emprego, portanto, só é reconhecido socialmente como trabalhador, o sujeito que tem um emprego. Mas, e os afazeres domésticos, não são formas de trabalho? E o cuidar dos netos enquanto os adultos da família vão aos seus empregos, não é um trabalho? Muitas pessoas idosas são apoios importantes para a família, como cuidadores dos netos. Esta é, muitas vezes, uma atividade fundamental para garantir a sobrevivência das famílias (MARQUES, 2011).

Idosos, portanto, talvez não estejam mais no emprego formal, em sua forma assalariada, mas desenvolvem trabalhos em casa, com os netos, com a comunidade, com os grupos religiosos, com seus grupos sociais, com seus colegas nas instituições, entre outros.

O sentido da fragilidade social dos idosos – que está, também, no sistema de interação midiático – causa, possivelmente, diversos problemas, pois quando promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais significam o envelhecimento de forma depreciativa, o próprio idoso perde sua autoestima, aumentando sua incapacidade de administrar a própria vida. Nesse sentido, Matos (2011, p.60) afirma:

(...) o trato dos idosos pela família tende à infantilização e aumenta a crença na incapacidade de gerir a própria vida (física, mental e emocional), o que, em algum momento, acaba redundando na revogação do direito individual de decisão – quando o idoso percebe que não respeitam mais sua vontade, por exemplo, de como e onde viver. Nesse momento, ele, mesmo não tendo emudecido, perde seu espaço de interação comunicativa. Os velhos continuam presentes, mas não são percebidos. As pessoas próximas agem como se estivessem surdas, como se a existência do idoso não precisasse mais ser contabilizada.

Esses idosos, portanto, deixam de ter significações para a família, para a sociedade a partir da representação de fragilidade social.

No entanto, cada sujeito interpreta o envelhecimento de acordo com sua biografia, com sua personalidade e com sua possibilidade de adaptação às mudanças. Existe a possibilidade de refletir sobre o que essa visão social impõe e a possibilidade de refratar esse julgamento de valor relacionado ao envelhecimento (JUNGES, 2004).

### 2.2.3 O Envelhecimento e a Responsabilidade do Idoso frente à Velhice

Em contrapartida às visões anteriores, Debert (1999) afirma que o processo de perdas biológicas, culturais e sociais, até então significantes do processo de envelhecer, é substituído pela busca de prazer e satisfação pessoal. Isto é, a velhice, agora, também é concebida como um estágio de vida mágico, no qual os idosos aproveitam a liberdade de horários e as possibilidades financeiras para experienciar novidades às quais, antes, não tinham alcance. Expressões como a “melhor idade”, “a vida começa aos 70”, são, muitas vezes, fortalecidas socialmente – pelo viés desta representação social.

Debert (1999) denuncia que essa significação traz uma nova abordagem do envelhecimento, com o objetivo de “reprivatizar a velhice”. Para a autora, o discurso implementa a responsabilidade dos idosos frente à própria velhice. No entanto, o envelhecimento mantém seu atributo negativo, como o descuido pessoal do sujeito, a sua falta de envolvimento em atividades motivadoras, as erradas formas de consumo e aos estilos de vida inadequados.

Não se percebe o declínio biológico como algo inerente ao passar dos anos, mas como fonte de transgressões das pessoas e, por isso, não merece piedade. Os sujeitos envelhecem, segundo esta teoria, porque não cuidaram de seu corpo corretamente. A nova utopia da saúde perfeita vem com uma roupagem “sanitária” que promete, pelos progressos das ciências da saúde, um mundo sem males e sem dor (JUNGES, 2004, p.

05), uma pretensão da utopia da saúde perfeita. Os sujeitos, portanto, devem controlar seu corpo e se responsabilizar por suas decadências físicas – retirando dos âmbitos sociais a obrigação de lidar com a população idosa, reprivatizando a velhice (DEBERT, 1999). A juventude não tem mais relação com uma faixa etária específica, contudo, com uma relação de valores sobre ser jovem, com comportamentos que devem ser seguidos pelos idosos.

Debert (1999) argumenta que, nas últimas décadas, espaços foram e são crescentemente abertos para que experiências diversas do envelhecimento e da aposentadoria possam ser vivenciadas de maneira mais gratificante pelos idosos. No entanto, esse compromisso da coletividade para com o envelhecer positivo desemboca em práticas que, ao oportunizar constantes atitudes e ações para a renovação do corpo, das identidades e das autoimagens, encobrem, frequentemente, problemas próprios da idade mais avançada, uma não aceitação da velhice.

Outro fato, que fortalece a questão da responsabilidade do idoso em relação à velhice, é a quantidade de livros, reportagens, publicidades e propagandas que abordam os perfeitos estilos de vida e garantem ser possível intervir no processo da velhice. No “Especial da Longevidade - Como viver mais e melhor”, publicado pela Revista Veja, no dia 15 de julho de 2009, consta o seguinte início de reportagem:

#### **A receita de quem parece não envelhecer**

**A genética ajuda, mas não faz milagre. O visual jovem depende de muitos fatores. Aqui, seis exemplos de pessoas que conseguem retardar a passagem do tempo.**

Todo mundo conhece alguém que parece desafiar o calendário e aparentar menos idade do que registra a certidão de nascimento. Qual o segredo desses felizardos? A ciência diz que diversos fatores concorrem para a aparência física, entre eles a predisposição genética, a alimentação e os níveis de stress. Há muitas outras variáveis, como o clima em que se vive e até os remédios que se tomam. Como cada um envelhece de uma maneira, não há receita única para preservar a aparência com o passar dos anos. A maioria das pessoas que parecem mais jovens do que são, no entanto, costuma cultivar hábitos que favorecem essa característica. VEJA perguntou a seis personalidades de áreas diversas, todas com uma estampa surpreendente para a idade que têm, quais os segredos de sua juventude. Desse painel pode-se tirar uma lição: mesmo quando a genética é favorável, ela não faz milagre. É preciso empenho para suar a camisa nos exercícios físicos, tempo para

cuidar da pele, cabeça no lugar para combater o stress e vontade de ser feliz (REVISTA VEJA, 2009).

Mesmo fortalecendo a ideia de que não existe uma receita única para o envelhecimento, o final do texto salienta que é preciso empenho do sujeito para não envelhecer. Na publicidade, idosos também são bombardeados com novos produtos que garantem o não envelhecimento, como é o caso dos produtos antienvelhecimentos. A seguir trecho da reportagem que aborda o crescente consumo de cosméticos entre idosos, da agência de notícias Reuters, em 08/03/2010.

#### **Medo de envelhecer movimentava vendas de cosméticos para homens**

As vendas de cosméticos para homens na Grã-Bretanha vêm aumentando em ritmo duas vezes maior que o de cosméticos para mulheres, movimentadas, sobretudo, pela necessidade dos homens de terem aparência boa para entrevistas de emprego e pelo medo de envelhecer, revelou uma pesquisa. O estudo feito pela L'Oreal do Reino Unido com 1.013 homens revelou que um em cada cinco homens tingem os cabelos para disfarçar os cabelos grisalhos. Cuidar da aparência passou a ser visto como símbolo de masculinidade, concluiu a pesquisa. Quase dois terços dos homens (56 por cento) usam produtos cosméticos diariamente e 82 por cento disseram que não há produtos cosméticos que eles teriam vergonha de comprar. Um quarto dos homens usa hidratante facial regularmente e dois em cada cinco (39 por cento) usam produtos de limpeza facial diariamente para cuidar da pele e combater os efeitos do estresse do trabalho e do envelhecimento. "Sabemos, pelos resultados da pesquisa, que a preocupação com o envelhecimento não atinge apenas as mulheres e que um número crescente de homens vem recorrendo a cosméticos para ajudá-los a ter uma imagem mais profissional em tempos de incerteza econômica", disse Pierre-Yves Arzel, diretor administrativo da L'Oréal Reino Unido e Irlanda. "Portanto, os produtos antienvelhecimentos são os mais importantes do mercado de produtos de beleza para homens", acrescentou (REUTERS, 2010).

Os exemplos acima alertam para o fato de que os meios de comunicação são multiplicadores dessa visão social sobre o envelhecimento, que impõe aos idosos a responsabilidade sobre sua velhice. O maior dos prejuízos causado pela mídia está na publicidade de produtos que prometem verdadeiros milagres, em prol da eterna juventude, com a manutenção ou recuperação daquilo que ela tem de melhor: saúde, beleza, força, vigor.

Vieira e Nascentes (2002, p. 04) explicam: “desde a idade média os alquimistas tentam descobrir o elixir da longa vida e, se ainda não foi possível, podemos crer que realmente não é tarefa das mais fáceis alcançar 60 anos mantendo as mesmas capacidades físicas dos 20”.

Assim, os sujeitos devem adquirir hábitos que proporcionem o antienvelhecimento, de acordo com essa visão. É louvável e promissor, como afirma Junges (2004), a melhoria quantitativa e qualitativa da vida dos idosos, mas essa representação do sonho da imortalidade física dificulta a vivência do processo do envelhecimento, pela falta da integração sadia entre esse processo e os idosos.

#### 2.2.4 O Envelhecimento e a Nova Geração Consumidora

Perceber idosos como uma nova geração consumista é outra representação que se encontra no Brasil a partir da década de 1990. Essa perspectiva julga o idoso como um novo e atraente consumidor.

O termo “terceira idade” assume cada vez mais um espaço privilegiado de consumo. O surgimento do mercado de consumo para idosos estabelece que as pessoas de mais idade não devem viver com os mesmos hábitos antigos, pois a coletividade atual, nesse julgamento de valor, redefine novos espaços para envelhecer.

Salienta-se que o consumo material pode ser analisado pelas concepções de Miller (2010) que não o concebe como ação pejorativa, mas como um meio de compreensão social que deve ser entendido através de suas simbologias e representações sociais.

A partir de pesquisas dos últimos anos, constatam-se dados importantes relacionados ao poder de compra e hábitos de consumo de idosos brasileiros. Uma delas, realizada no Brasil, a “Longevidade Brasil”, aplicada pelo Instituto Data Folha,

em 2009, patrocinada pela Bradesco Seguro<sup>11</sup>, afirma que “quatro em cada cinco idosos são os principais responsáveis pelo sustento da casa onde moram, principalmente nas classes mais baixas, em que a aposentadoria tem um peso significativo na renda familiar”. Nesses casos, por ser o responsável pelo sustento familiar, o idoso tem, também, poder de decisão de compra, o que faz com que se torne um público interessante para as indústrias brasileiras.

Outra pesquisa relatada por Carramenha; Torres e Aguiar (2010), realizada em abril 2010, pela agência GfK *Custom Research Brasil*, afirma que idosos representam 17% do poder de compra brasileiro. Os autores argumentam que a maior expectativa de vida é uma forte tendência que influencia o consumo e que produtos e serviços direcionados a idosos nas áreas do turismo, saúde e beleza já são demandas explícitas no mercado do país. A pesquisa aponta que a indústria da tecnologia também pauta seus caminhos nessa direção. Segundo a pesquisa da GfK, 69% dos idosos são os principais responsáveis pelo orçamento familiar. Na classe D, esse percentual chega a 77% e, na classe C, a 68%. Quando o idoso é o responsável pelo orçamento familiar, o processo de exclusão é diferente porque a família depende de seu poder financeiro para o sustento. São situações vivenciadas de forma heterogênea em cada núcleo familiar, permeando, na maioria das vezes, o caráter econômico da família.

Os números acima dão margem ao aumento da nova classe média: sete em cada 10 brasileiros acima dos 60 anos pertencem a esse grupo (CARRAMENHA; TORRES; AGUIAR, 2010). Esses números auxiliam na argumentação a respeito de visões diferenciadas sobre o envelhecimento teorizado por Debert (1999), quando afirma que o idoso, em uma das representações sociais, é colocado como potencial consumidor.

As idades cronológicas (infância, adolescência e, agora, os idosos) tornam-se um mecanismo eficiente na criação de mercados de consumo e na definição de direitos e deveres. O mercado cada vez mais se preocupa com as atividades do grupo idoso,

---

<sup>11</sup> O crescimento da população idosa fez com que as empresas começassem a planejar estratégias mercadológicas para novas demandas deste público.

incrementando e criando produtos relacionados ao lazer, turismo, serviços médicos, construção civil e transportes (VIEIRA; NASCENTES, 2002).

Existem, mercadologicamente, estratégias para segmentar o *marketing* para a população idosa, como um novo nicho consumidor. A seguir, apresenta-se um trecho da reportagem da Editora Abril, descrita por Faria (2009):

**Potencial de consumo do público idoso é mal explorado. Nesta quinta-feira (1º) comemora-se o dia internacional de pessoas da terceira idade; professores contam como conquistar este nicho.**

Diminuir os preços não é suficiente para atender melhor idosos. A terceira idade é considerada um público consumidor ainda pouco explorado no Brasil, segundo especialistas. Avanços na área de saúde, que permitem um envelhecimento da população, incentivos financeiros como o crédito consignado, descontando o valor do empréstimo diretamente da aposentadoria, e uma melhora nos meios de comunicação, seriam alguns dos motivos que tornam os idosos um nicho de mercado em potencial. Nesta quinta-feira (1º) comemora-se o dia internacional do idoso e professores dão dicas para quem quer conquistar esta parcela da sociedade. O administrador de empresas e professor universitário de gestão de serviços e planejamento estratégico, Marcos Morita, explica que as empresas devem pesquisar sobre as necessidades das pessoas de terceira idade e adaptar serviços e produtos. Apenas diminuir os preços não é suficiente para atender melhor estes consumidores, completa Morita. “Principalmente porque nem todos os idosos possuem a mesma renda ou perfil” (FARIA, 2009).

É fundamental salientar que a visão do idoso consumidor é um dos estereótipos, uma das representações do envelhecimento presentes na coletividade (STACHESKI; MASSI, 2011). Refere-se a um grupo de idosos que garante sua autonomia emocional e financeira (FÉLIX, 2010). São idosos que pertencem a uma geração com poder de decisão de compra cada vez maior, com disponibilidade de tempo e que vinculam sua qualidade de vida com o consumo de produtos e serviços que lhes permitem aproveitar da melhor forma, o seu tempo a mais de vida. Esse posicionamento se entrelaça com conceitos de um envelhecimento bem sucedido, última categorização desta tese.

## 2.2.5 O Envelhecimento Bem-Sucedido

Os países em desenvolvimento, particularmente os menos adiantados, assim como alguns países de economias em transição, precisam ainda vencer numerosos obstáculos para se integrarem mais e participar plenamente na economia mundial. A menos que as vantagens do desenvolvimento social e econômico cheguem a todos os países, um número cada vez maior de pessoas, sobretudo idosos de todos os países e mesmo de regiões inteiras ficarão à margem da economia mundial. Por esse motivo, reconhecemos a importância de incluir o tema do envelhecimento nos programas de desenvolvimento, assim como nas estratégias de erradicação da pobreza e de cuidar que todos os países consigam participar plenamente no desenvolvimento da economia mundial (ONU, 2002).

O envelhecimento bem-sucedido é outra abordagem social acerca dos idosos que se apresenta no sistema de interação midiático entre promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais.

O anseio da humanidade, através da história, é garantir uma velhice saudável, tanto em aspectos biológicos, quanto em sociais, culturais e psicológicos – ao buscar uma independência física e cognitiva - bem como uma autonomia moral (NERI; YASSUDA, 2008).

A concepção de envelhecimento bem-sucedido não se baliza de forma homogênea, no entanto. O padrão positivo do envelhecimento depende da genética, dos estilos de vida, das condições socioeconômicas e culturais, dos relacionamentos familiares, dos eventos positivos da vida (como o casamento, o nascimento dos filhos, a profissão), dos eventos negativos (a morte de pessoas amadas, os problemas conjugais, a perda de emprego) e, principalmente, da subjetividade individual de cada um desses fatores.

Não há uma única definição conceitual do envelhecimento bem-sucedido. É um termo que se liga a outros conceitos para explicar o processo de envelhecer bem, como envelhecimento ativo e saudável, entre outros, que estão presentes nas áreas científicas (NERI; TEIXEIRA, 2008).

O processo de envelhecer bem envolve diretamente as condições socioeconômicas e culturais. Nessa categoria social do idoso, o sujeito é concebido como alguém que consegue se adaptar aos obstáculos do envelhecimento, como a qualquer fase da vida.

Parte-se do pressuposto de que o envelhecimento é um evento progressivo e de múltiplas facetas que pode ser vivido como uma experiência positiva, bem-sucedida ou negativa, com mais ou menos qualidade de vida, ou pode ser vivido no encontro e desencontro do bom e do ruim, a partir dos diferentes momentos de vida (DEBERT, 1999).

Considera-se a atualidade como um momento de transição, de composição de diferentes representações sociais do envelhecimento. As experiências estéticas de diversos grupos heterogêneos de idosos que perpassam a vida cotidiana possibilitam mundos e visões diferentes sobre significações já instituídas do que é ser velho. A auto referência do que é ser idoso para um determinado grupo alcança um consenso de envelhecimento bem sucedido, constituindo a sua própria experiência estética, no dia-a-dia.

Em um estudo realizado por Moraes e Souza (2005) foram levantadas, qualitativamente, as razões de um envelhecimento bem sucedido, em um grupo de 400 idosos na cidade de Porto Alegre (Brasil). Entre as conclusões a que o estudo chegou se encontram alguns fatores do processo para se envelhecer bem: relações de familiares e amizades; saúde e bem estar percebidos; capacidade funcional e suporte psicossocial (MORAES; SOUZA, 2005).

Muito além de aspectos que envolvem apenas o físico dos sujeitos, o envelhecimento bem sucedido perpassa por vertentes de interações sociais, de relacionamento, de sentimentos de pertença.

Bersch (2009), também, em sua dissertação de mestrado intitulada “Internet e terceira idade: consumo e efeitos em usuário do extremo oeste do Paraná” aponta algumas posturas relacionadas a idosos no atual processo de envelhecer, entre elas:

1) resgate dos valores e modos de viver; 2) ruptura com situações e rotinas de vida suportadas pela ausência de opções; 3) retomada de planos, projetos de vida e atividades que exigem atenção; 4) ressurgimento de dimensões pessoais esquecidas pelas exigências diárias (espiritual, artística, de trabalho); 5) restauração de desejos e necessidades insatisfeitas pelos impasses cotidianos; 6) retorno de emoções e sentimentos, com maior atenção às relações interpessoais; 7) recaídas em estados depressivos e de vazio pelo sentimento de desamparo, fracasso, falta de sentido para a vida; 8) recordação constante de acontecimentos passados, como forma de viver; 9) reconstrução da identidade pessoal e social pelo despertar de novas motivações para viver prazerosamente.

As nove posturas, citadas por Bersch (2009) definem um grupo de idosos da atualidade como sujeitos que buscam realizações sociais, atividades de lazer e qualidade de vida. Morace (2009, p. 111) apresenta o conceito dos *pleasure growers*. São sujeitos idosos que, hoje, não aceitam os comportamentos negativados da terceira idade e “que redescobrem e relançam os valores das suas utopias juvenis, embasadas pela experiência e pela maturidade alcançada”. Para Morace (2009, p. 112):

O prolongamento do tempo de vida média determina a amplitude das faixas etárias e o crescimento estatístico de uma geração que, regenerada, redescobre uma nova posição na sociedade, novas potencialidades (econômicas, sociais e culturais) e muito “espaço vazio” onde exercê-las. A coragem de quem não tem que conquistar mais nada é o traço vencedor de uma geração que possui muito a oferecer e ainda muito para “pretender”: é o núcleo geracional que tem as ideias mais claras sobre o próprio futuro. Os *pleasure growers* são então um grupo de idosos vitais que, além da idade, procuram viver experiências felizes. “Fazer algo que nunca tenha feito antes” é o lema desse grupo para o qual envelhecer significa oportunidade de ter mais tempo para dedicar a si mesmo e, principalmente, a tudo o que sempre sonhou, mas para o qual nunca teve tempo suficiente.

A Internet e o consumo digital podem fazer parte desse conjunto de elementos que potencializa experiências positivas no envelhecimento. Nessa conjuntura, grupos de idosos se apropriam da rede digital como mais um canal de lazer, um maneira de ampliar relacionamentos, de manter o contato com familiares e amigos distantes, um

meio de interação e participação social.

A interação digital motiva o diálogo para a troca de informações, para vivências e experiências, fatos fundamentais para a auto realização e para uma visão positiva do envelhecer (STACHESKI; MASSI, 2011), como se destaca no capítulo 4.

### **3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA E O SISTEMA DE INTERAÇÃO MUDIÁTICO**

Velhice é quando as moças começam a nos tratar com respeito e os rapazes, sem respeito nenhum.

Mário Quintana.

Neste capítulo discutem-se os conceitos da comunicação pública e do sistema de interação midiático ao envolver promotores de políticas e produtores midiáticos.

#### **3.1 COMUNICAÇÃO PÚBLICA: CIDADANIA E REDES SOCIAIS**

Para esta tese, a expressão “comunicação pública” se emprega para designar os processos comunicativos que promovem a cooperação entre o Estado, o governo e os cidadãos. O intuito é buscar uma maior participação cívica, em especial, de idosos. Comunicação pública, portanto, se concebe como o processo que envolve as práticas de comunicação entre promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais em uma esfera pública<sup>12</sup>. Ainda se caracteriza como um campo de negociação articulador de questões de interesse público, no qual se debatem as decisões políticas e governamentais.

O foco da comunicação pública precisa despertar a população para seu protagonismo, sua autonomia, sua capacidade de produzir sua própria informação, em consonância com seus costumes, em uma perspectiva histórica, cultural e social (DUARTE, 2009a). Assim, muito além do direito à informação para a prevenção de doenças e a promoção de saúde, idosos devem se engajar civicamente em sua coletividade, ao participar de deliberações públicas em conjunto com sua comunidade.

---

<sup>12</sup> Considera-se a esfera pública como os espaços físicos e imateriais onde os agentes sociais, os sujeitos de uma coletividade, podem efetivar sua participação na sociedade (MATOS, 2009).

Para que isso aconteça, é necessário fortalecer o reconhecimento social de idosos. Nesse sentido, Matos (2011, p. 61) argumenta:

O idoso que sente sua palavra desvalorizada (entra por um ouvido e sai pelo outro) e desqualificada (por referir a outro contexto histórico-tecnológico) surpreende-se desonerado. À proporção que se agrava a indiferença alheia, sente-se moralmente atingido. Na comunicação, como na diplomacia, o descrédito do status de interlocutor pode ter um significado mais ou menos explícito: pode acontecer como retaliação à perda de confiança e respeito, por exemplo, ou pode ocorrer de forma preventiva – sob previsão de divergência de interesses. Em ambos os casos, é o mérito social do idoso que sofre julgamento e condenação, cuja pena geralmente redundava em forçada reclusão comunicacional.

Salienta-se que a reclusão comunicacional é passível de acontecer em todas as faixas econômicas de idosos, independente, até mesmo, de seu poder aquisitivo. Para uma comunicação pública eficaz é necessário que haja a transparência e o compromisso com o cidadão; que respeite a heterogeneidade dos diferentes públicos e que não seja, principalmente, subestimada à capacidade de interesse e sua participação. No caso de idosos, é preciso criar canais materiais e digitais de diálogo, de interação, de ativação que sejam acessíveis e amigáveis para incentivar o processo de comunicação e participação nas decisões da coletividade (MATOS, 2009).

A comunicação pública é o elo da interação, do conhecimento, do qual fazem parte sujeitos sociais, atores que geram, transformam, buscam, usam e disseminam informações de variados tipos, circulando suas significações e representações diárias (DUARTE, 2009a). Ser cidadão significa ter o direito à mobilização, à cooperação e à formação de vínculos de responsabilidade com os interesses da coletividade, mesmo que em expectativas e opiniões conflitantes. Salomão Reis (2011, p. 297) afirma:

(...) como todo o cidadão, o idoso precisa que o outro o reconheça, considere-o um interlocutor válido e moralmente capaz de agir, para se sentir valorizado. A consideração do “outro”, que o avalia como uma pessoa com experiência, que tem suas crenças, cultura, ideologia, preferências, anseios e habilidades, é necessária e fundamental.

O posicionamento da autora significa que se precisa ofertar ao idoso a possibilidade de lutar por direitos políticos e sociais e ser um sujeito reconhecido, capaz de intervir na ordem social de sua coletividade, respeitando a sua voz.

O intuito da comunicação pública é o interesse coletivo e tem como dever qualificar o cidadão para exercer o poder de voz, voto e veto nas questões relativas à coletividade. A busca é que cada sujeito idoso – independente de seu perfil social – tenha condições de se sentir respeitado como cidadão pelas instituições sociais nas quais está inserido.

A partir da temática da comunicação pública, explicitam-se a seguir os fundamentos e discussões sobre a cidadania, o capital social e as redes sociais.

### 3.1.1 Cidadania, Capital Social e Redes Sociais (digitais ou não)

A cidadania é um direito universal e para a sua prática, interferir na ordem social em que vive, debater e deliberar sobre as questões de interesse público, é uma prerrogativa inquestionável do sujeito.

A partir deste pressuposto, as articulações entre a cidadania e a comunicação pública são inerentes, pois entende-se a comunicação como um processo dialógico, no qual sua função perpassa pela promoção da ativação para a prática da cidadania. Sem uma participação popular, ou restrita a pequenos grupos, a prática cidadã não existe.

Manzini-Covre (1993, p. 66) argumenta: “é preciso criar espaços para reivindicar os direitos, mas é preciso também estender o conhecimento a todos, para que saibam da possibilidade de reivindicar”, isto é, é necessária a ativação para a deliberação pública.

Cidadania é uma prática de participação. Por essa razão, a comunicação pública deve colocar a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também no estímulo à

participação ativa, racional e corresponsável dos sujeitos sociais: é um direito de natureza coletiva (DUARTE, 2009). Por isso, constata-se que só existe cidadania se houver a prática da reivindicação, da apropriação de espaços, da possibilidade de “voz” social.

Nesta tese, verifica-se que idosos são, frequentemente, percebidos pelos promotores de políticas, como homogêneos. Porém, para o fortalecimento da cidadania é preciso que se incluam, em um processo democrático, os interesses diferenciados. Há diversos perfis de idosos: há sujeitos que administram a velhice de maneira positiva, sem maiores dramas ou os que não conseguem se adaptar aos novos parâmetros físicos e sociais. Várias são as representações sociais – como argumentado no capítulo 3. Portanto, o diálogo da comunicação pública necessita perpassar pelos diversos contextos de envelhecimento na sociedade brasileira. Assim, urge transformar a visão homogeneizada de um envelhecimento doentio e fragilizado.

Alguns idosos, por exemplo, sentem-se estigmatizados como vítimas sociais, não conseguem alcançar a prática cidadã na sua coletividade porque não encontram estímulos para sua participação cívica e deliberação pública. Com isso, constata-se que a presença do idoso no espaço público, mesmo acompanhado de novas e modernas visões do envelhecimento, não significa uma maior participação cívica dos sujeitos mais velhos.

Para Matos (2011, p. 43), “é justamente no processo de socialização que o idoso encontrará sua identidade, como sujeito e agente social”. A autora afirma que o idoso, muito mais do que ter alguém que lute por ele, necessita de alguém que fale e dialogue com ele. Precisa-se de uma comunicação pública que fale com idosos.

Trata-se de pensar, sentir e agir no sentido de que a democracia se constrói a todo instante nas relações sociais que se experimentam, articulando as diferentes vozes sociais da sociedade.

O conceito de capital social está intrinsecamente ligado ao reconhecimento social e à valoração das significações sociais. O capital social é visto como:

Componente da ação coletiva, ativado pelas redes sociais. Ele representa um conjunto de elementos com os quais uma classe social garante sua reprodução, incluindo o capital econômico, o capital cultural (como o reconhecimento de dado status social), o capital simbólico (relacionado ao reconhecimento do prestígio de quem o detém). O conjunto desses tipos de capital que circula em redes sociais e possui características que justificam a adoção do termo capital: possibilidade de acumulação (capital mobilizável); convertibilidade (capital humano transformado em capital social) e reciprocidade (indicadores de confiança) (MATOS, 2009, p. 35).

Este capital está diretamente ligado a toda interação que o idoso tem com a sociedade, com sua capacidade de mobilizar e de formar interconexões comunicacionais. O capital social é uma característica das organizações sociais, de maneira que as redes, as normas estabelecidas e partilhadas e a confiança entre os sujeitos, facilitem a coordenação e a cooperação – com o fim de um proveito mútuo (MATOS, 2009).

Em relação ao capital social de idosos, a velhice é uma categoria que, pelas limitações relacionadas à idade, é afastada gradativamente de três condições básicas para o fomento do capital social: a confiança, o envolvimento das redes sociais e a reciprocidade. Esses aspectos, para a autora, contribuem para o declínio gradativo do capital social e para a ausência de reconhecimento de idosos (MATOS, 2010).

Assim, as práticas da comunicação pública deveriam conferir e manter os índices de capital social para garantir que idosos desempenhem o seu papel de comunicadores públicos como atores individuais, em um sistema de interação midiática, além de ativar a participação cívica dos diversos segmentos populacionais.

Já a expressão “rede social” é utilizada em dois principais segmentos: na ciência, como um conceito teórico ou metodológico ou por sujeitos sociais, para se referir a determinado tipo de relação ou prática social (SCHERER-WARREN, 2007).

A formação de redes sociais é uma prática humana, muito antiga, caracterizada, por Castells (2002), pela geração, pelo processamento e pela transmissão da informação como fontes fundamentais de produtividade e poder. Recuero (2009, p. 17) também explica que não é novo o estudo das redes. Para esta autora, “o estudo da

sociedade a partir do conceito de rede representa um dos focos de mudança que permeia a ciência durante todo o século XX – quando começaram a despontar estudos que focam para o fenômeno como constituído das interações entre as partes”. É necessário observar os fenômenos em sua totalidade, em todas as interações de suas partes, em uma abordagem relacional e em um sistema de interação midiático.

As redes são definidas, de forma geral, como um conjunto de nós interconectados, adaptáveis, flexíveis, constituindo um conjunto produzido pelas interações humanas. Para a Scherer-Warren (1999), a rede se define como uma articulação de diversas unidades que trocam elementos, que se fortalecem e se multiplicam pelas interações realizadas. Este conceito reforça as ideias de Castells (2002) justamente quando trabalha com a intensividade, a extensividade, a diversidade, a integralidade e a realimentação das redes sociais. Um movimento que assume um papel de “organizador, articulador, informativo e de empoderamento do movimento no seio da sociedade civil e para relação com outros poderes instituídos” (SCHERER-WARREN, 2001, p. 09).

No Brasil, a produção acadêmica<sup>13</sup> a respeito das redes sociais se destacou a partir de 1995 e se fortaleceu na década de 2000, vinculada às tecnologias de informação e comunicação.

---

<sup>13</sup>Os estudos sobre redes sociais no cenário acadêmico internacional, se dividem em quatro fases fundamentais: “a) aqueles produzidos entre os anos 1930 e 1970 – sobretudo nos Estados Unidos – no âmbito da Antropologia, da Sociologia e da Psicologia Social, marcadamente estruturalistas e funcionalistas, em que predominaram as análises sociométricas de organizações sociais, a busca por identificação de padrões de vínculos interpessoais em contextos sociais específicos, e a investigação das estruturas de relações comunitárias em tribos e aldeias; b) o desenvolvimento da “análise de redes sociais” (*social network analysis*) como uma especialidade de pesquisa nas Ciências Sociais, entre os anos 1970-90, com apoio de programas de computador que ficaram muito tempo restritos a pesquisadores familiarizados com a linguagem matemática e acostumados a metodologias altamente técnicas e quantitativas; c) a emergência de pesquisas multidisciplinares motivadas pelo aumento da complexidade da vida urbana e pelas comunicações mediadas por computador, a partir de meados dos anos 1980, em que as metáforas de rede são retomadas como base para análise de fluxos de informação através das interações entre pessoas, grupos humanos e organizações, sob forte influência da teoria dos sistemas; d) e a fase atual, em que a análise de redes sociais se sofisticou com o apoio de variadas técnicas e ferramentas computacionais, agora mais acessíveis, porém é ignorada pelas correntes de pensamento capitaneadas por Pierre Levy e Manuel Castells, que só enxergam “a rede” como a macroestrutura globalizada de redes interpessoais, comunitárias e organizacionais conectadas à Internet” (AGUIAR, 2006, p. 01).

Scherer-Warren (2007, p. 39) define as diferenças entre as redes sociais presenciais e as digitais, da seguinte maneira:

As redes sociais interindividuais ou coletivas caracterizam-se por serem presenciais, em espaços contíguos, criando territórios no sentido tradicional do termo, isto é, geograficamente delimitados; enquanto, isso, as redes virtuais, resultantes do ciberativismo, são intencionais, transcendem as fronteiras espaciais das redes presenciais criando, portanto territórios virtuais cujas configurações se definem pelas adesões por uma causa ou por afinidades políticas, culturais e ideológicas. Todavia elas poderão vir a ter impacto sobre as redes presenciais e vice-versa numa constante dialética entre o local e o global.

A autora destaca que a diferença principal se encontra nos espaços geográficos nos quais ocorre a formação das redes sociais. Nas redes sociais presenciais destaca-se o território delimitado, fisicamente. Já as redes sociais digitais<sup>14</sup> se caracterizam pela adesão por afinidades políticas, culturais ou ideológicas, mesmo sem contiguidade física.

Nas redes sociais digitais, os estilos de vida, portanto, definem mais seus objetivos do que o espaço geográfico dos sujeitos participantes. Contudo, as duas formas de redes sociais podem sofrer influências recíprocas. Digitais ou não, são relações entre as pessoas, vistas como uma interação que almeja objetivos particulares ou por outras causas. É um conjunto de sujeitos que participa de práticas comunicacionais por meio de suas afinidades, o que motiva várias mudanças concretas nos sujeitos sociais, em suas coletividades e nas organizações envolvidas. Há, por certo, uma interligação, impossível de ser vista ou analisada unilateralmente, mas pelo contexto em geral.

Existem diversos tipos de redes sociais, entre elas, a rede social primária e a rede social secundária (TEIXEIRA, 2007). A primária é a rede constituída por relações significativas que uma pessoa estabelece cotidianamente ao longo da vida, composta

---

<sup>14</sup>A tecnologia consegue ampliar e sustentar as interações sociais, independentemente da distância física. As comunidades deixaram de ser definidas em termos de espaço e passaram a ser definidas em termos de redes de comunicação (TEIXEIRA, 2007).

por familiares, vizinhos, pessoas amigas, conhecidas, colegas de trabalho e organizações das quais participa: políticas, religiosas ou socioculturais. As redes secundárias formam-se pela atuação coletiva de grupos e instituições que defendem interesses comuns. Dependendo do grau de liderança e da força de seus componentes, elas podem ter um grande poder de mobilização e articulação para atingir seus objetivos.

Todas as redes têm características próprias, com significações e contratos diferentes. No entanto, elas partem do princípio de pertencer, de se constituir a partir do efeito de pertencimento e aceitação de um grupo social. As redes sociais podem se tornar híbridas, presenciais e digitais; ainda, fortalecer as relações e interações cotidianas realizadas *off-line*. É um complexo de interações e significações, um entrelaçamento entre as conexões dos sujeitos sociais.

Nessa interação social, os movimentos políticos e suas mensagens são partes fundamentais na constituição dos valores sociais. Por esse motivo, discutem-se, a seguir, movimentos políticos de promotores de políticas que colaboram na constituição do que é ser idoso no Brasil.

### 3.2 PROMOTORES DE POLÍTICAS: MOVIMENTOS PÚBLICOS E A POPULAÇÃO IDOSA

O mundo moderno possui riquezas e capacidade tecnológica sem precedentes e nos dá extraordinárias oportunidades: capacitar homens e mulheres para chegar à velhice com mais saúde e desfrutando de um bem-estar mais pleno; buscar a inclusão e a participação total dos idosos nas sociedades; permitir que os idosos contribuam mais eficazmente para suas comunidades e para o desenvolvimento de suas sociedades, e melhorar constantemente os cuidados e o apoio prestados às pessoas idosas que deles necessitam. Reconhecemos que é necessária uma ação acordada para transformar as oportunidades e a qualidade de vida de homens e mulheres, à medida que envelhecem e para assegurar o sustento de seus sistemas de ajuda, construindo assim o fundamento de uma sociedade para todas as idades (ONU, 2002).

Historicamente, a primeira discussão formalizada a respeito de idosos na política pública ocorreu em 1982, em Viena, na Áustria, durante a realização da I Assembleia Mundial sobre o Envelhecimento (JARDIM, 2007), onde foram definidas as primeiras políticas sociais da velhice - principalmente para os países do terceiro mundo.

As bases para melhorar a qualidade de vida de idosos estavam em estágios embrionários. Já em 1991, foram homologados os “Princípios das Nações Unidas em Favor dos Idosos” que estabeleciam normas universais para idosos em cinco âmbitos: independência, participação, cuidados, realização pessoal e dignidade (CINU, 2009).

A ONU, nesse documento, recomenda a participação de idosos na sociedade de forma integrada, para que, de forma ativa, colaborem na formulação e na aplicação de políticas para o seu benefício. Além disso, que idosos possam prestar serviços à comunidade e trabalhar como voluntários de acordo com seus interesses e habilidades. Percebe-se que a preocupação da ONU se direciona para além dos aspectos físicos e biológicos do envelhecimento e se direcionam para a inclusão<sup>15</sup> de idosos no dia-a-dia da sociedade.

Outro marco a destacar foi a proclamação do ano de 1999 como o “Ano Internacional dos Idosos” que teve como tema “Uma Sociedade para todas as Idades” (CINU, 2009). Ainda naquele mesmo ano, acompanhando os eventos relacionados às políticas públicas direcionadas aos idosos, foram publicados os documentos “Marco de Políticas para uma Sociedade para todas as Idades” e “Programa de Investigação para o Envelhecimento no Século XXI”, sintetizando as políticas que ajudariam a constituir “uma sociedade para todas as idades” (CINU, 2009).

Em 2002, as Nações Unidas promoveram a “II Assembleia Mundial sobre o Envelhecimento”, na qual alertaram os governantes a respeito do envelhecimento

---

<sup>15</sup> Inclusão: significa fazer parte, se sentir pertencente, ser compreendido em sua condição da vida e humanidade. É se sentir pertencente como pessoa humana, singular e ao mesmo tempo coletiva (Torres; Sá, 2008). Para Torres; Sá (2008, p. 5), a inclusão social relaciona-se à questão da proteção social e do lugar social ocupado pela população em nosso país, “vivemos em uma sociedade onde os direitos sociais são identificados como favor, como tutela, como um benefício e não prerrogativa para o estabelecimento de uma vida social digna e de qualidade”.

populacional mundial. O objetivo foi demonstrar que o envelhecimento da população era um dos fenômenos mais relevantes do século XXI. “O Plano de Ação Mundial para o Envelhecimento”<sup>16</sup> (ONU, 2002) publicado em 12 de abril de 2002, consiste em uma declaração política mundial. O texto traz que grandes são os recursos, as tecnologias que se consolidam por meio de oportunidades “nunca vistas”. O intuito deve ser, portanto, a partir das novas possibilidades, o aumento da qualidade de vida de idosos.

Os países em desenvolvimento, além dos obstáculos inerentes ao seu processo econômico, cultural e social, também têm que administrar o envelhecimento populacional de maneira rápida e expressiva. Os objetivos do Plano elencam diretrizes para melhorar a qualidade de vida do idoso, mas, também, demonstram como a velhice é renegada pelas sociedades atuais. A pressão da ONU é de extrema importância para que os governos das nações, principalmente, dos países em desenvolvimento como o Brasil, direcionem projetos, programas a esse segmento populacional.

Além dos eventos e discussões internacionais, várias situações nacionais aconteceram a favor de idosos nas últimas décadas no Brasil, como o rápido crescimento das áreas responsáveis academicamente, pela ciência do envelhecimento. No entanto, segundo Papaléo Netto e Yuaso (2007, p. 149), falta uma maior interdisciplinaridade nas ciências do envelhecimento, “há a necessidade da colaboração de profissionais de várias disciplinas que compõem o amplo espectro da ciência e do envelhecimento”.

Em relação à legislação brasileira, no dia 23 de setembro de 2003, o Presidente Luiz Inácio Lula da Silva sancionou o Projeto de Lei 3.561/97, de autoria do deputado Paulo Paim (PT/RS), sancionado em 01 de outubro de 2003, transformando-se na Lei 10.741/03 - o Estatuto do Idoso, que foi aprovado por unanimidade, pelo Senado Federal. A aprovação do Estatuto foi uma grande conquista para a sociedade (MENDONÇA, 2007), ao definir os direitos dos idosos, as obrigações da família, da

---

<sup>16</sup> “O Plano de Ação Internacional sobre o Envelhecimento” declara medidas para que as sociedades concebam de forma positiva todos os segmentos populacionais, incluindo o bem-estar na velhice e um ambiente propício e favorável aos idosos.

sociedade e do poder público para as pessoas acima de 60 anos de idade.

O Estatuto do Idoso contribuiu para o surgimento de formas inovadoras de reflexão e representação social relativas aos idosos, trazendo subsídios para uma possível mudança na concepção do envelhecimento. Mas, como afirma Ribeiro (2007, p. 25), nenhuma lei sozinha, modifica a sociedade, apenas ajuda a facilitar a regulamentação dos direitos da população. A autora argumenta sobre a responsabilidade do idoso quando coloca que:

É fundamental que os idosos tenham consciência dos seus direitos e exijam o cumprimento da lei e que as autoridades e os demais cidadãos ajam no sentido de afirmá-la. Além disso, devem ser criados mecanismos de execução das normas ali contidas, caso contrário, será impossível vislumbrar uma sociedade para todas as idades (RIBEIRO, 2007, p. 25).

O Estatuto do Idoso não excluiu do cenário social todas as discriminações e as violências praticadas contra a pessoa idosa. Uma das razões para a exclusão é a falta de informação, de diálogo com o governo e o Estado que impedem o exercício efetivo da cidadania do idoso (NASCIMENTO; BUNN, 2010).

Em 2005, o Ministério da Saúde do Brasil publicou o documento, elaborado pela OMS, “Envelhecimento Ativo: uma Política de Saúde”. Nas primeiras páginas do documento, encontra-se a pergunta: “quem são os velhos?”. Como resposta, o documento traz o seguinte texto:

Este material usa o padrão de idade de 60 anos, estabelecido pelas Nações Unidas, para descrever pessoas “mais velhas”. Esta quantidade de anos pode parecer pouca no mundo desenvolvido e nos países em desenvolvimento, onde houve grande aumento na expectativa de vida. No entanto, qualquer que seja a idade definida dentro de contextos diferentes, é importante reconhecer que a idade cronológica não é um marcador preciso para as mudanças que acompanham o envelhecimento. Existem variações significativas relacionadas ao estado de saúde, participação e níveis de independência entre pessoas mais velhas que possuem a mesma idade. As autoridades precisam considerar essas variações ao formular políticas e programas para as populações “mais velhas”. Fazer vigorar políticas sociais

abrangentes baseadas somente na idade cronológica pode ser discriminatório e contraproducente para o bem-estar na terceira idade (WHO, 2005, p. 6).

O texto discute a idade cronológica do envelhecimento e propõe que esta é uma mera questão referencial. No entanto, a própria OMS define a idade de 60 anos como marco inicial do envelhecimento nos países em desenvolvimento e 65 anos para os países desenvolvidos. A idade cronológica delimita as políticas sociais que engessam ações públicas que buscam uma maior qualidade de vida dos idosos.

Aos setenta anos, alguns idosos estão ainda dispostos a executar todas as atividades que sempre realizaram, outros não. Depende do ambiente onde viveram, da profissão exercida, êxito ou fracasso de suas tarefas, do conjunto de circunstâncias sócio-históricas que marcaram a vida do sujeito, desde seu nascimento (DUARTE, 1999). Vincular a velhice a uma idade específica é uma maneira cômoda para designar um conjunto de fatores que atuam em integração ao longo da vida. A idade pré-fixada pela OMS, muitas vezes, causa confusão e gera conflitos e discussões que continuarão em debate no decorrer dos avanços sociais da área.

Porém, a idade cronológica tem relevância quando o quadro político e jurídico do Estado ganha força sobre as relações familiares para determinar questões de cidadania. Ressalta-se que a questão cronológica também afeta outras fases da vida, como a infância e a adolescência. Entretanto, as idades cronológicas são uma imposição social.

O documento “Envelhecimento Ativo: uma Política de Saúde”, de 2005, da OMS, esclarece o que entende por envelhecimento ativo, com o seguinte conceito: “envelhecimento ativo é o processo de otimização das oportunidades de saúde, participação e segurança, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida à medida que as pessoas ficam mais velhas” (WHO, 2005, p. 14). Participação, voz ativa e cidadã na sociedade, princípio de igualdade, de direitos sociais, sem dúvida, são avanços teóricos e conceituais para conceber a velhice como um estágio de autonomia e independência.

A idade avançada de pessoas idosas não assegura, de imediato no Brasil, o acesso às práticas cidadãs. “Quando negada de seus direitos de cidadania, quando excluída do convívio social e desinformada dos direitos e dos mecanismos de proteção e defesa, a pessoa idosa pode, em muitos contextos sociais, conviver com graves violações de direitos”, mesmo que pertençam a diferentes segmentos ou classe social (ZENAIDE; VIOLA, 2011, p. 11).

Assim, “o acesso às políticas de seguridade, saúde e educação são condições *sine qua non* para que a pessoa idosa possa sentir-se parte, ser reconhecida como sujeito de direitos e participar da sociedade em que vive” (ZENAIDE; VIOLA, 2011, p. 11). Não são apenas as informações que garantem a cidadania de idosos, mas os espaços de participação, de práticas comunicacionais e de lugar de voz.

No Brasil já existem iniciativas para aproximação entre promotores de políticas e idosos. Por exemplo<sup>17</sup>:

- a) O Conselho Nacional da Pessoa Idosa.
- b) A criação do módulo específico de denúncia no Disque 100. Um serviço gratuito de abrangência nacional voltado para o atendimento, registro e encaminhamento de denúncias de violações cometidas contra a população idosa.
- c) A alteração, em 2011, do Estatuto do Idoso que prevê a notificação compulsória de atos de violência praticados contra os idosos, atendidos em serviços de saúde.
- d) A instalação dos Centros de Referência em Direitos Humanos, direcionados ao atendimento e orientação, bem como para a futura capacitação de profissionais que atuam com a população idosa.

---

<sup>17</sup> As iniciativas não serão aprofundadas, neste estudo, mas cada movimento tem sua importância na busca pela representatividade da população idosa. Bem como, há grupos organizados de idosos, não citados nesta tese, que buscam, por meio de reivindicações, melhores condições sociais.

Entretanto, além de iniciativas isoladas, é necessário que o idoso seja reconhecido por um outro sujeito, como um ator social. Que seja considerado um interlocutor válido e moralmente capaz de agir – um sujeito, heterogêneo, com suas experiências - com suas crenças, cultura, ideologia, preferências, anseios e habilidades (MATOS, 2011). Assim, deve-se abolir a vitimização de idosos ou o paternalismo excessivo, que, muitas vezes, ocorre de forma homogênea, por meio das expressões midiáticas.

Donato e Canoas (2007, p. 822) abordam de forma diferenciada os direitos sociais implantados para os idosos. Os autores criticam a posição paternalista que a sociedade delega aos idosos e argumentam:

(...) o que esperar desses homens e mulheres, envelhecidos em sucessivos períodos governamentais de tradição protecionista, quando se tirou a possibilidade mais sofisticada da inteligência humana, que é a de conhecer a realidade, criticá-la refletir, tomar decisões, enfim, ser sujeito da própria história?

Os mesmos autores elucidam que idosos, hoje, são protegidos pela sociedade, por meio de leis como se esse ato fosse algum respeito. Essa proteção, segundo Donato e Canoas (2007, p.82), “barra seu desenvolvimento como pessoa, que só cessa com a morte”. Assim, ficam as questões: até que ponto as recentes políticas públicas favorecem a autonomia dos idosos? Ou lhes permitem voz participativa socialmente?

### 3.3 PRODUTORES MUDIÁTICOS: PERSPECTIVAS INTERACIONISTAS DA COMUNICAÇÃO E AS NOVAS MÍDIAS

Para discutir a organização social de uma coletividade deve-se, também, compreender seus processos de informações, ao perpassar pelos produtores midiáticos. Thompson (1998, p. 12) afirma que:

O desenvolvimento dos meios de comunicação se entrelaçou de maneira complexa com um número de outros processos de desenvolvimento que, considerados em sua totalidade, se constituíram aquilo que hoje chamamos de modernidade. Por isso, se quisermos entender a natureza da modernidade – isto é, as características institucionais das sociedades modernas e as condições de vida criadas por elas – deveremos dar lugar central ao desenvolvimento dos meios de comunicação e seu impacto.

Analisar as expressões midiáticas publicadas pelas empresas de comunicação quando se referem às representações do envelhecimento permitem discussões de como a realidade social é construída culturalmente.

Os produtores midiáticos colaboram na maneira como as pessoas concebem o mundo. Os sujeitos sociais buscam nas expressões midiáticas subsídios para formar suas imagens e simbologias da realidade (WOLF, 1997).

As expressões midiáticas, assim, são vistas como uma peneira que seleciona, de um vasto universo de ocorrências, apenas aqueles fatos que são apropriados para construir, por meio de suas estratégias enunciativas, representações sociais. Isto é, divulgar certos acontecimentos em detrimento de outros, conforme a hipótese do *agenda setting*<sup>18</sup>. A notícia jornalística, por exemplo, é, portanto, um produto que depende de suas condições de produção, como os contextos econômicos e políticos, a audiência e a organização interna de onde é produzida.

---

<sup>18</sup> O *agenda setting* tem como objeto pesquisar, analisar o poder da agenda (dos conteúdos abordados) da mídia, para divulgar e evidenciar um determinado assunto social, principalmente, no jornalismo. Mac Comb e Shaw *apud* Wolf (1997) desenvolveram a hipótese do *agenda setting*, em 1972. Os estudiosos objetivam demonstrar que os editores e os programadores possuem um importante papel na formação da realidade social, pois, eles selecionam e classificam as informações para divulgação. Essas funções são, em resumo, “os autores de uma verdadeira agenda pública que ordena e organiza o nosso mundo”, inclusive frente às representações sociais do envelhecimento (SFEZ, 1994, p. 87). Deduz-se que a teoria do agendamento se orienta pelo efeito que a mídia gera a longo prazo, ao contrário de outras concepções cognitivas da “necessidade de orientação” direta e presente (SFEZ, 1994). A hipótese do *agenda setting* não objetiva instruir os sujeitos “como” pensar, mas “em que” pensar. Desempenha o papel de um grande mural no qual se inscrevem os problemas sociais que devem ser debatidos na coletividade.

No entanto, existe um sistema de responsividade diante das informações repassadas pelos *media*:

Sim, há efeitos na mídia. Mas não são efeitos diretos. Sim, há muitos usos e gratificações buscadas, mas a necessidade de orientação é bem flexível, menos racional, menos cognitiva do que se acredita. De resto, tudo depende das questões: se o espectador é diretamente afetado (a alta dos preços ou mesmo a inflação), seu julgamento permanecerá independente da mídia. Se, pelo contrário, se trata de objetos com os quais sua relação é distante ou inexistente (a diplomacia), o telespectador seguirá com atenção a agenda apresentada pela mídia (SFEZ, 1994, p. 87).

Importante destacar, assim, o aspecto organizacional dos *media* e da construção das notícias. Traquina (2005, p.158) explicita:

As notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística. O jornalista sabe que o seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos e os seus assistentes têm certos poderes e meios de controle. O jornalista tem que se antecipar às expectativas dos seus superiores para evitar os retoques dos seus textos e as reprimidas – dos meios que fazem parte do sistema de controle, e que podem ter efeitos sobre a manutenção ou não do seu lugar, a escolha das suas tarefas, e a sua promoção – quer dizer, nada menos do que a sua carreira profissional.

Através da agenda (conteúdos abordados), realizada pelos meios de comunicação, os sujeitos sociais constituem, em grande parte, seus índices valorativos sobre os assuntos presentes na mídia, de acordo com o apresentado. Não só percebem o outro, o externo, como também, percebem as suas próprias características subjetivas e se estereotipam frente às visões apresentadas. O sujeito não é passivo nesse jogo das significações, são responsáveis na medida em que conferem determinados enunciados e significados que possibilitam novas interpretações.

Verificam-se, adiante, no capítulo 5, as representações sociais do envelhecimento encontradas em produtores midiáticos analisados.

### 3.3.1 Sistema Midiático e as Perspectivas Interacionistas da Comunicação

Parte-se do pressuposto que os julgamentos de valor acontecem nas interações verbais cotidianas, na constituição de significações presentes nos diálogos, nas experiências vivenciadas em coletividade. Assim, o sistema de interação midiático se constitui (BRAGA, 2006).

Braga (2006, p. 26) argumenta que “o sistema de processos midiáticos corresponde a um fluxo entre os subsistemas, e não a um agregado de objetos diferentes e meramente classificados. É relevante ter uma visão processual do conjunto”. Portanto, os sujeitos refletem os fatos exteriores produzidos e divulgados pela mídia e, também, refratam na medida das significações de outras instituições e atores sociais, como uma cadeia de enunciações, constitutiva de valores. A internalização da cultura não é simplesmente imitativa do entorno, existe todo um ativo e sistemático (contínuo) processo de ressignificação (WOLF, 1997).

A premissa de significação pela interação social, e pelos contextos sócio-históricos, se encontra e se fundamenta, também, no pensamento de Bakhtin (1997, 2003) – que, por meio da concepção dialógica da linguagem, concebe a expressão individual e social originária do ambiente em que se vive, das interações culturais, políticas e econômicas. Bakhtin percebe a estrutura da realidade do sujeito como um processo histórico e social. Argumenta que não existe fala isolada – mas, uma fala complexa e formada pelo plano social. Com isso, diferentes vozes acerca do idoso, e do envelhecimento, se encontram na coletividade, que, de maneira dialógica, se misturam ao cotidiano e formam múltiplas vozes da velhice na prática social.

A mídia, portanto, representa um forte dispositivo de produção de identidades, de representações e contemplações dos sujeitos. As estratégias discursivas possuem um controle da voz social e os conteúdos ocupam lugares definidos ao permear e construir o emaranhado das associações cognitivas. Nesse sistema de interação

mediático também vale a vinculação com as perspectivas interacionistas da comunicação. As teorias interacionistas, a partir de 1950, se desenvolveram nos Estados Unidos, em oposição aos modelos lineares<sup>19</sup> de comunicação, com o “Colégio Invisível” - ao qual pertenciam Gregory Bateson e Ervin Goffman.

As propostas inovadoras do “Colégio Invisível” eram de modelos circulares de comunicação ao afirmar que os processos comunicacionais não podiam ser pensados apenas como um fluxo de mão única, mas como um sistema inter e relacional (WINKIN, 1998). As perspectivas interacionistas realizaram uma ruptura no paradigma linear de transmissão/informação. Bateson (1972) sugere, em seus estudos, o modelo “Orquestral da Comunicação” que parte da circularidade dos processos comunicativos (LANA, 2009; GARROSSINI; MARANHÃO, 2011). O objetivo é demonstrar que cada sujeito participa do processo de comunicação de uma maneira específica, mas que todos os participantes seguem uma configuração geral já compreendida pelos envolvidos: um sistema de interação.

Para Bateson, as práticas de comunicação são marcadas por múltiplos comportamentos, pela vida social e por um vasto sistema de integração circular, global e de múltiplos níveis (WINKIN, 1998; GARROSSINI; MARANHÃO, 2011). Apenas é possível compreender as mensagens e as interações quando os valores sociais são interpretados e as inferências (os contextos) também aparecem na prática comunicacional (LANA, 2009). Como afirmam Garrossini e Maranhão (2011, p. 12):

Gregory Bateson enfoca a comunicação humana, a partir de um processo comunicacional mais amplo, onde a fala e o discurso não significam muito dentro de um contexto linear onde para existir transmissão basta que A envie para B uma mensagem através de um canal e por meio de um código. Dentro deste palco onde os atores atuam em um constante jogo social, Bateson

---

<sup>19</sup> Modelos Lineares da Comunicação: “a comunicação tem um papel instrumental e mecanicista de transmissão de informação e deve representar um mundo pré-definido. Shannon desenvolve um modelo matemático de comunicação, linear, uma teoria da transmissão, que tem no seu centro o conceito de “informação”, enquanto o modelo de Wiener é circular, retroativo. Essas ideias ganham penetração em outras disciplinas científicas durante os anos 1950, nas ciências exatas, nos linguistas, psicólogos e sociólogos. O modelo também encontrou críticas e modificações, mas sem sair da dupla emissor-receptor, princípio utilizado pela tecnologia dos telégrafos até os dias de hoje: um “modelo telegráfico da comunicação” (WINKIN, 1998, p. 28).

estuda os lances que criam situações específicas e cujo resultado é imprevisível pela própria inconstância, das expressões verbais e não verbais que compõe este quadro. Para ele, a mente funciona como um sistema ecológico onde as ideias são introduzidas como sementes que só podem florescer de acordo com a natureza do sistema que as recebe.

Para as perspectivas interacionistas, as concepções de mundo partem da prática dialógica das ideologias sociais existentes. Os valores sociais não são restritos a um sujeito, a uma instituição, mas compartilhados por grupos e sociedades - uma premissa fundamental da comunicação. Assim como argumenta Bakhtin (1997), os sujeitos são sociais de ponta a ponta, contudo, são, também, individuais da mesma forma.

As representações sociais, portanto, são formas de conhecimento elaboradas no cotidiano, perpassando pelos sujeitos com o objetivo de se comunicar e entender as situações experienciadas, apresentadas nas expressões da sociedade. Por exemplo, se de um lado, idosos se constituem a partir de uma concepção que os toma como problemas sociais e fomentam as enunciações de abandono e de fragilidade, de outro lado, idosos podem refratar essa visão exposta se responsabilizando, de forma ativa, pela vivência de um envelhecimento de qualidade. O sujeito idoso – a partir de seu lugar social - apresenta-se e se constitui de acordo com o que concebe de seu mundo.

Um idoso que se forma pelas visões sociais encontradas na coletividade pode refratá-las para a formação de novos significados a partir de seus diferenciados interesses (STACHESKI; MASSI, 2011).

### 3.3.2 A Cultura de Convergência: As Novas Mídias

Nesse contexto midiático, a sociedade se encontra em um processo de convergência cultural fundamentado por Jenkins (2008); Fidler (1997) e Bolter; Grusin (2006). Fidler (1997) afirma que os novos meios não surgem de forma espontânea ou independente, mas de maneira gradual, processual, pela metamorfose natural dos

meios previamente existentes. Com isso, o autor defende que todo modo (prática) de comunicação emergente sofre influência dos meios convencionais, que se adaptam, evoluem e sobrevivem em um ambiente variável.

Jenkins (2008), por sua vez, argumenta que a convergência midiática ocorre tanto no cérebro dos sujeitos como através das interações sociais, nos fluxos de conteúdos dos diversos suportes midiáticos, na cooperação dos mercados e no comportamento do público. Conforme o autor, a convergência é mais um fenômeno cultural do que um processo tecnológico, pois os sujeitos vivem em espaços nos quais as histórias, os sons, as imagens, os relacionamentos, envolvem todas as mídias de forma integrada. Jenkins (2008) ainda aborda os múltiplos suportes e mercados midiáticos e, – a partir disso - considera que o comportamento migratório do público para diversos canais, ocorre em busca de novas experiências de entretenimento e de sensações.

A convergência midiática se baseia em três conceitos básicos: a convergência midiática, a inteligência coletiva e a cultura participativa (JENKINS, 2008). A inteligência coletiva, para o autor, é uma nova forma de consumo, advinda de um processo conjunto, considerado uma diferente fonte de poder. A cultura participativa caracteriza o comportamento do consumidor midiático contemporâneo, isto é, sujeitos que interagem em um sistema complexo de regras, criado de forma coletiva.

A ideia principal de convergência, não é, portanto, pautada por um determinismo tecnológico, mas baseada em uma perspectiva cultural (JENKINS, 2008). É um paradigma configurado que representa processos individuais nas interações sociais, nas formas de consumo e nas intermediações com as tecnologias atuais - também na cultura pública e política. Esse contexto permeia aspectos que tornam, provavelmente, a esfera política mais participativa, por meio das interações e reações do público, do povo (JENKINS, 2008).

Bolter e Grusin (2006) abordam uma teoria de mediação para as mídias digitais contemporâneas. Para os autores, nenhuma mídia atualmente, é uma mídia isolada da outra – elas funcionam de forma entrelaçada pela multiplicidade. Os autores também

refletem sobre o papel do observador contemporâneo, no qual a sua identidade também é remediada.

As novas mídias não determinam exatamente quem são os sujeitos, porém, a apropriação que fazem delas - como veículos - para buscar uma definição pela identidade cultural e pessoal (BOLTER; GRUSIN, 2006). As mídias, de fato, remediam outras mídias e defendem que o “eu” atual do sujeito, na realidade, é mediado pelas novas mídias com uma versão remediada do “eu” anterior ao processo (BOLTER; GRUSIN, 2006). Em outras palavras, o próprio sujeito é renovado dentro do processo de ressignificação.

Segundo Winocour (2009, p. 14), a Internet traz novos processos de criação de sentidos e um suporte simbólico ideal para a expressão dos sujeitos:

*Nuevos procesos de creación de sentidos, recuperando desde una perspectiva sócio antropológica las condiciones sociales y culturales que hacen posible esta interdependência. Esto implica asumir como punto de partida, que la experiêncía com la computadora, Internet y el movil, no solo se explica como um impacto directo de las multiples posibilidades que brindan sus programas y aplicaciones, sino también, como consecuencia de uma impronta social y cultural que encontro en dichas tecnologias un soporte simbólico ideal para expresarse.<sup>20</sup>*

A autora afirma que mais do que modificar a forma de interações na vida das pessoas, a Internet cria novas condições socioculturais de expressão e de práticas comunicacionais. Acompanha-se, assim, o pensamento de Kerckhove (1997) quando afirma que as tecnologias não apenas prolongam as funções e as propriedades de envio e recepção da consciência, mas penetram e modificam a consciência de seus usuários.

---

<sup>20</sup> Tradução livre da autora: “Novos processos de criação de significados que recuperam uma antropologia que permite uma interdependência sociocultural. O ponto de partida é a experiência compartilhada da Internet, do computador, e de tecnologias móveis, que não podem ser só explicados como impactos diretos nas possibilidades que oferecem vários programas e aplicativos, mas, também, como resultado do desenvolvimento social e cultural. Tecnologias como um suporte simbólico para expressar-se”.

A Associação Italiana de Psicogeriatrics (AIP), por meio de uma pesquisa para avaliar como as redes sociais digitais afetam a população idosa, dividiram idosos em dois grandes grupos – dando ao primeiro grupo *notebooks* com conexão *wireless* à Internet e tutoriais bem simples e ensinando a usar serviços e redes sociais populares, como *Skype*, *Twitter* e o próprio Facebook (ALL FACEBOOK, 2011). Do grupo conectado, os que seguiram as dicas e conseguiram efetivamente utilizar *sites* e serviços sugeridos apresentaram melhorias interessantes na cognição e demonstraram-se mais alertas ao que acontece ao seu redor do que os avessos à tecnologia (ALL FACEBOOK, 2011). As redes sociais digitais geram um lugar para aprendizagens, relações com o mundo e possíveis amizades (KACHAR, 2011).

De acordo com o IBOPE (2008), houve um aumento de 20% do número de pessoas acima de 50 anos que usam a Internet, no Brasil. A partir de dados da pesquisa desenvolvida pelo SESC/SP (2007) e pela Fundação Perseu Abramo (2007), idosos usuários das tecnologias de informação e comunicação definem novos hábitos que interferem diretamente em seu cotidiano. Segundo pesquisas desses institutos, a média mensal de permanência *on-line* de idosos chega a 32h40m. Os horários preferidos são entre as 7h e 10h da manhã, e o local de acesso são suas residências. Além de buscar informações, valorizam a socialização e as interações intergeracionais (SESC/SP; FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO, 2007).

Goldman (2002) salienta que as relações virtuais podem se transformar em relações reais que beneficiam o idoso em seu aspecto psicossocial e ampliam seu grupo conversacional. Como, por exemplo, a descrição de um casal de idosos que se conheceu na rede de relacionamentos do Portal “Maisde50” (2011):

Ana tem 62 anos, divorciada há 13, mãe de duas filhas. Saint (ele prefere ser identificado pelo apelido) tem 63 anos, viúvo há 23, pai de três filhos. Em comum, dois perfis na seção Encontros do site Maisde50. O resultado: um relacionamento que já dura um ano, com previsão de casamento em breve. A iniciativa partiu de Ana. Ela diz que, embora tivesse o perfil na seção Encontros, não estava à procura de alguém. Apenas se divertia. Quando encontrou o perfil de Saint e viu que, além das idades serem compatíveis, ele ainda morava em Campinas, cidade próxima à sua, decidiu enviar um e-mail.

Ela lembra o dia: 16 de fevereiro de 2005. Ele respondeu, mas, por acaso da vida, Ana não continuou a troca de correspondências. Saint não desistiu. Em 8 de março, dia internacional da mulher, enviou um e-mail de felicitação e foi assim que começaram a se corresponder. Depois de algum tempo, as conversas deixaram de ser virtuais e evoluíram para o telefone.

Em 24 de março, Saint fez a viagem de pouco mais de uma hora até São José dos Campos para conhecer Ana. "A viagem foi curta, ele voltou no dia seguinte, pois era aniversário do filho dele. Mas, nesse momento, já descobrimos muitas afinidades", conta. E, realmente, não são poucas. Ambos são de Sagitário e da área contábil. Mas, como não podia ser diferente, existem diferenças também. Ana é extrovertida e Saint é mais retraído. Personalidades a parte, foi durante um final de semana em Atibaia, um mês depois que se viram, que os dois aprofundaram o relacionamento, e estão juntos desde então.

Mesmo com a fragilidade inicial dos contatos virtuais, essas relações geralmente, se aprofundam e se tornam mais sólidas. Shapira; Barak; Gal (2007, p. 478) também realizaram um estudo com um grupo de idosos israelenses e concluíram que o aprendizado do uso de computadores e da Internet na velhice, traz uma melhoria na qualidade de vida dos idosos. Para eles, durante o treinamento, de vários programas de comunicação mediados por computadores, realizado com idosos, houve uma redução significativa do isolamento social:

*(...) after developing a training program for the elderly in the use of computers and the Internet, reported that participants demonstrated a significant reduction in social isolation several months following the program, compared to a no-treatment comparison group, which did not change in this respect.*<sup>21</sup>

Idosos se reconstituíram com o auxílio de relacionamentos virtuais, transformando-se em gestores de suas vidas, com autonomia e liberdade. Um espaço público no qual há interação e trocas coletivas permite a constituição de novas percepções relativas aos idosos e, por consequência, do processo de envelhecer.

---

<sup>21</sup> Tradução livre da autora: “(...) depois de desenvolver um programa de treinamento para os idosos no uso de computadores e da Internet, o relatório informou que os participantes demonstraram uma redução significativa de isolamento social nos meses que seguiram ao programa, em comparação com um grupo de comparação não-tratamento, que não se alterou a esse respeito”.

Apostar na capacidade de idosos para a aprendizagem, a participação e a cidadania ativa, “é direito do idoso, como cidadão, ter amplamente facilitado o seu acesso às novas tecnologias de informação” (LIMA, 2007, p. 142).

O contato de idosos com a Internet e suas ferramentas multiplicam as oportunidades para que possam se integrar à sociedade, pela potencialização dialógica da Internet e pelo estímulo de suas atividades mentais. Além dessas vantagens, obtêm informações e serviços que são solicitados e apreendidos sem a exigência de locomoção física ou de um alto custo financeiro.

Castells (2002) salienta que mudanças relativas ao desenvolvimento das tecnologias da informação levam os sujeitos a alterações significativas na organização dos sistemas sociais, políticos e econômicos em âmbito mundial. A era da informação ou do conhecimento atinge a sociedade diretamente em suas práticas comunicacionais e na valorização crescente da informação em uma nova abordagem, com uma velocidade e quantidades exorbitantes. Para Castells (2002, p. 287):

(...) a Internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a Internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos. Uma busca de características, em rede, para as identidades dos sujeitos, como forma de reconhecimento frente aos outros sujeitos sociais.

A ideia de Castells (2002) se contrapõe, em certo ponto, às referências de Giddens (2002) e de Bauman (2005) que sugerem um desmoronamento dos laços sociais. Giddens (2002) denomina o momento atual como alta-modernidade e o caracteriza pelo processo de desenraizamento social dos indivíduos, distanciando-se, assim, dos valores culturais e da perda gradual dos vínculos de pertencimento social. Como resultado, tem-se a desintegração dos antigos padrões de relacionamento social humano e a quebra dos elos entre as gerações.

Bauman (2005) também segue essa vertente. O autor afirma que a comunidade “original” leva para um sentimento positivo, uma significação de valores como proximidade, um lugar confortável e aconchegante – nos quais os sujeitos não se sentem desconfortáveis e podem sempre contar com a boa vontade dos outros. No entanto, para o filósofo, atualmente, em um mundo “competitivo” e “desagradável”, é impossível conceber a comunidade dessa maneira. O autor questiona como se pode falar em comunidade em um mundo que cada vez mais se torna desenraizado ou desencaixado.

Em seu discurso proferido para o “Ciclo de Palestras Fronteiras do Pensamento” (2011), Bauman afirma que o que se tem hoje são redes (sociais digitais), e não comunidades. Redes frágeis, grupos que se unem, que interagem – mas que, a qualquer momento, por qualquer motivo, se afastam. Enfatiza, também, que, no conceito de comunidade, valores como segurança e liberdade se tornam difíceis de balancear, pois o individualismo atual e o conceito de comunidade entram em conflito por que desejam ocupar o mesmo espaço. Bauman pondera sobre um mundo no qual, cada vez mais, os sujeitos permanecem em estado de instabilidade, de fluidez, com relações pautadas sem critérios de durabilidade e com a aceleração das relações momentâneas. Bauman (2005) propõe, portanto, pensar o conceito dentro de um mundo desenraizado, uma sociedade liquefeita de relações. Para o autor, as pessoas sentem falta da noção original de comunidade, por ser uma qualidade fundamental para uma vida satisfatória.

No entanto, a proposta do surgimento de uma comunidade virtual se relaciona por uma reconfiguração comunitária por via do ciberespaço - responde às exigências da sociedade, aos conceitos que definem uma comunidade tradicional a partir de valores partilhados, do “sentido de solidariedade”, do sentimento de pertença e de permanência, que continuam nas redes e comunidades virtuais (LEVY; LEMOS, 2010).

## **4 ATORES INDIVIDUAIS: COMUNICAÇÃO PÚBLICA E O EFEITO DE PERTENÇA DOS IDOSOS NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS**

A velhice é a paródia da vida.  
Simone de Beauvoir

Neste quarto capítulo, o objetivo é aprofundar a discussão sobre as redes sociais digitais (Facebook), os atores individuais e o efeito de pertença gerado pelas interconexões *on-line*. A partir do debate realizado nos capítulos anteriores, surgem questões ao vincular o sistema de interação midiático, a comunicação pública e as redes sociais digitais, entre elas: quais visões do envelhecimento são refletidas ou refratadas nas redes sociais digitais pelos atores individuais? Para tentar responder às questões, os seguintes subtemas serão abordados neste capítulo: a ressignificação do “eu” e práticas comunicacionais de idosos na plataforma do Facebook; o efeito de pertença e de inclusão social que as redes sociais digitais suscitam nos idosos, bem como discussões sobre a comunicação pública.

### **4.1 O FACEBOOK E AS INTERCONEXÕES DIGITAIS**

Em 2004, Mark Zuckerberg e Eduardo Saverin, ainda estudantes em Harvard, criaram o Facebook. Inicialmente, o dispositivo tinha como espaço de rede apenas alunos da universidade de Harvard, mas, pouco a pouco, expandiu-se. Em 2005, a empresa formalizada permitiu que a rede social digital fosse aberta ao público em geral. Atualmente, o Facebook está ao alcance de qualquer pessoa com acesso à Internet – em qualquer lugar do mundo e tem mais de 1 bilhão de usuários (em torno de 11% da população mundial). Nove anos após sua criação, o Facebook se tornou o fenômeno do século: homens e mulheres, jovens e idosos, crianças, pais e avós, conectados por essa rede social digital.

Ressalta-se que o Facebook é uma plataforma (talvez momentânea) e que, em breve, provavelmente, novas redes sociais digitais estarão em seu lugar, assim como o Orkut (<http://orkut.com/>), que já teve números elevados de usuários, principalmente no Brasil, até 2007. Existem outras redes sociais digitais, inclusive, que já despontam nos EUA como o Pinterest (<http://pinterest.com/>).

No entanto, acredita-se que os processos e as práticas de comunicação que partilham informações, opiniões – em redes sociais digitais - permanecerão colocando as pessoas em contato umas com as outras, em torno de algo que tenham em comum: uma experiência, um interesse, um problema ou uma causa.

A rede social digital é um espaço público virtual, composto por vários aplicativos, presentes em uma *home page*, com uma interface e usabilidade de fácil acesso, para a maioria das pessoas. Os aplicativos permitem várias interações, como por exemplo, o convite a outros utilizadores, a elaboração de um perfil (com informações básicas, como sexo e idade, até preferências culturais, religião e ideologia política); permite publicar mensagens no mural, com um carácter assíncrono por não exigir uma espera pela resposta da outra parte, sabendo-se que as mensagens são sempre entregues. As mensagens consistem em comentários, comunicações verbais de vários tipos, promovendo a interação e o diálogo entre dois ou mais participantes no mural de um perfil. A atividade principal da rede, portanto, consiste no compartilhamento ativo de informações.

O Facebook é uma plataforma para pessoas, uma série de nós e conexões, “os nós são as pessoas, e as conexões são as amizades” (KIRKPATRICK, 2011, p. 235). Portanto, ao se conectar a um “amigo” no Facebook, os sujeitos montam suas redes, usadas para distribuir qualquer tipo de informações. Ao adicionar uma foto, o sistema do Facebook avisa a todos os perfis vinculados a sua rede, por exemplo.

O número de idosos que ativam perfis no Facebook é expressivo. Segundo dados do “*All Facebook*” (2011), a rede, em abril de 2011, já contava com mais de 1,5 milhões de idosos em todo o mundo. No Brasil, a população idosa correspondia a 4% dos usuários, mais de 110 mil sujeitos, em junho de 2012.

Entre as redes sociais digitais mais utilizadas no Brasil, o Facebook lidera com 63,40%. Em seguida, vem o YouTube com 18,50%. Em terceiro o Orkut, com 4,21%. Em quarto o Ask.fm, com 2,5% e o Twitter, com 2,06% (SERASA EXPERIANCE, 2012). Novamente, salienta-se que esse é um posicionamento momentâneo. Da mesma forma que o Facebook lidera atualmente as redes sociais digitais, novas plataformas podem alcançar os mesmos números de usuários.

Os estudos demonstram que as práticas de comunicação e interconexões digitais possibilitadas pelo Facebook alteram, positivamente, a rotina dos idosos em busca de uma melhor qualidade de vida. Combatem aspectos existentes na velhice (e, também em outras fases da vida), muitas vezes, como a solidão, a depressão e o isolamento social.

Miller (2011, p. 32), em seu livro, *Tales From Facebook*, escreve sobre o idoso Dr. Karamath e sua relação com o Facebook:

*Dr. Karamath saw his opportunity, swung his lame body into this Facebook saddle and prepared one more time to engage the world". But. Dr. Karamath was exactly the kind of person to recognize Facebook, not for what it was, but for what it could become. Dr. Karamath saw something entirely different: that Facebook was going to become, in the longer term, a far more instrument within an entirely different segment of the population: the elderly, the infirm, the housebound, the frail and those whose faculties.*

*(...)Dr. Karamath has become part of vibrant, mature and sophisticated circle of close friends that exists in the transnational space facilitated circle by Facebook, comprising individuals, none of whom previously were friends with each other but who had net worked through one of various Facebook groups that shared political or activated interested.*<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Tradução livre da autora: "Dr. Karamath viu a sua oportunidade, balançou o corpo para entrar no Facebook e se preparou mais uma vez para participar do mundo. Mas, Dr. Karamath era exatamente o tipo de pessoa a reconhecer o Facebook, não para o que era, mas pelo que ele poderia se tornar. Dr. Karamath viu algo completamente diferente: que o Facebook estava se tornando, a longo prazo, um instrumento diferenciado para segmentos da população: os idosos, os enfermos, os impedidos, o frágil e aqueles com dificuldades (...). Dr. Karamath tornou-se parte do círculo vibrante, maduro e sofisticado de amigos próximos que existe no espaço transnacional facilitado pelo Facebook, incluindo indivíduos, nenhum dos quais anteriormente eram amigos uns com os outros, mas que tinham trabalhado através de um dos vários grupos do Facebook que compartilham interesses comuns".

A tendência é que os sujeitos com mais de 60 anos procurem cada vez mais o espaço da rede virtual para conhecimento, diversão e novas sociabilidades (PANDA SECURITY, 2011). Mesmo com algumas dificuldades para a habilidade na comunicação mediada por computadores, a parcela da população que mais cresce como usuária das redes sociais virtuais é constituída por idosos. Sendo assim, a comunicação pública pode perpassar pelos debates do Facebook para alcançar o diálogo com idosos. A comunicação pública pode se entrelaçar com o entretenimento<sup>23</sup> posto pela rede social digital e mobilizar temas para o debate conjunto da sociedade.

Putnam (2005) considera que a participação em redes sociais e em organizações voluntárias são fatores importantes para a democracia e para a satisfação pessoal, por serem canais de expressão de interesses privados e demandas governamentais. As redes sociais de participação podem funcionar como um ambiente de aprendizagem democrático, onde se aprendem habilidades cívicas: debates de questões públicas, de como falar em público ou de organizar uma reunião, por exemplo. Assim, afirma-se que a esfera pública, atualmente, inclui, também, os ambientes virtuais.

As interconexões digitais são ferramentas que podem colaborar no processo de inclusão social<sup>24</sup> e de ativação na participação pública de idosos? Para Barbero (2012), a utopia de democracia direta e igualdade total na Internet é mentirosa e ameaça minar as práticas de representações e as participações políticas reais. O autor afirma:

Creio que há pessoas no Facebook que, pela primeira vez em suas vidas, se sentem em sociedade. É uma questão importante, mas não podemos esquecer da maneira como nos relacionamos com o Facebook. Um inglês que passa boa parte da sua vida só, em um pub, desfruta muito desse modo de vida. Nós, latinos, desfrutamos mais estando juntos. Evidentemente a relação com o

---

<sup>23</sup> O entretenimento e sua força política, artigo de Curran (2010), que reforça os processos democráticos e as deliberações públicas por meio do entretenimento.

<sup>24</sup> Não se pode descartar, no entanto, questões da exclusão digital, da dificuldade de expandir a rede a todos os grupos sociais, mas deve-se incentivar e valorizar todas as iniciativas de inclusão digital na coletividade, e, também, aos idosos. Como escreve Goulart (2007, p. 68): “é certo que existem muitas pessoas sem acesso a computadores e à *Internet*, mas não podemos ficar restritos a essa constatação. Na verdade, a exclusão que existe não é somente digital, mas é social, de conhecimento, informação e cidadania”.

Facebook é distinta. O site é real, mas a maneira como nos relacionamos, como ousamos, é muito distinta. O Facebook não nos iguala. Nos põe em contato, mas nada mais.

A relação que se cria com o Facebook, vale ressaltar, é individual e faz parte de um contexto sócio-histórico que envolve a cultura, as práticas de comunicação, os diversos perfis existentes, as características de cada sujeito que participa da rede social digital. São os contratos e as apropriações que os indivíduos fazem com a plataforma tecnológica. Pessoas tímidas no convívio social – por exemplo - talvez desenvolvam maiores contatos pela rede social digital. O que diferencia, nas redes, portanto, é o nível de participação dos sujeitos, suas motivações para interagir e fazer parte do grupo específico. Cada sujeito terá seu contrato de comunicação com as redes sociais nas quais ele se vincula. São objetivos individuais que modificam a apropriação das redes sociais e, com isso, dão a sua forma específica.

Ao colocar os sujeitos em contato, eles têm a possibilidade de aumentar seu grau de participação em debates e questões de seu interesse. Da mesma maneira, mobilizar-se, o que talvez, não fosse tão facilitado anteriormente. As interações e as práticas comunicacionais no Facebook acontecem quando os sujeitos falam pelo bate-papo, publicam vídeos, expressam sentimentos por frases postadas em seus murais ou julgam ações e/ou pensamento postados por outros sujeitos. São ações simplificadas, realizáveis em seus lares.

As subjetividades contemporâneas se ancoram na exterioridade, isto é, nos sinais visíveis emitidos por um sujeito, assim como na conquista de uma alta visibilidade. Portanto, para a autora, a verdade sobre o que cada um é não se encontra mais na Psicologia, em algo misterioso e oculto, mas, cada vez mais, na exposição das superfícies das peles, nas telas do computador (SIBÍLIA, 2008). Exemplifica-se esse fato por meio de um sujeito visível que denota pavor diante da solidão, pois os indivíduos usuários de *blogs*, *fotologs* e redes sociais digitais nunca estão a sós: sempre há alguém olhando ou acompanhando tudo o que eles fazem ou que deixam de fazer, supostamente (SIBÍLIA, 2008).

O ponto principal é a interação ao entrelaçar as seguintes premissas: a democratização da comunicação dialógica; os protocolos que regulam os fluxos e as trocas dialogais; o resultado final ou parcial do diálogo; as ações colocadas em andamento em função do que se concluiu e, também, as consequências das ações e a responsabilidade acerca delas (MATOS, 2010). Ambientes virtuais, como as redes sociais digitais, são “uma poderosa ferramenta tanto para o capital social quanto para a comunicação pública” (MATOS, 2010, p. 01).

A partir das redes sociais digitais é possível criar redes de relacionamentos, mobilizar e engajar o público idoso. Entretanto, os diálogos das redes sociais digitais podem ser fragmentados; as regras de debate, insuficientes; os resultados quando existem, incertos; as ações, pontuais e sem continuidade e a responsabilidade para o bem ou para o mal, difusa. São questões que prolongam e necessitam de novos debates e estudos (MATOS, 2010).

## 4.2 REDES SOCIAIS DIGITAIS, COMUNICAÇÃO PÚBLICA E IDOSOS

Meu otimismo, contudo, não promete que a Internet resolverá, em um passe de mágica, todos os problemas culturais e sociais do planeta (LEVY, 1999, p.11).

Society needs to value and harness this potential, both to improve the quality of life and dignity of older people, but also to provide new forms of growth opportunity and mitigate the anticipated negative effects of demographic change. Finding innovative ways to encourage healthy and active ageing and intergenerational solidarity can thus make a genuine impact on creating modern ‘societies of all ages’<sup>25</sup> (AGE PLATFORM EUROPE, 2011, p. 9).

O objetivo do subtítulo é discutir de que forma as redes sociais digitais<sup>26</sup> se entrelaçam com a comunicação pública para fomentar a participação cidadã de idosos

---

<sup>25</sup>Tradução livre da autora: “A sociedade precisa valorizar e aproveitar este potencial, tanto para melhorar a qualidade de vida e dignidade das pessoas idosas, mas também para fornecer novas formas de oportunidade de crescimento e contornar os efeitos negativos da mudança demográfica. Encontrar formas inovadoras para incentivar, de forma saudável e ativa, a solidariedade intergeracional do envelhecimento pode, portanto, ter um impacto real sobre a criação de sociedades modernas de todas as idades”.

<sup>26</sup>Ressalta-se que o fato de se ter Internet não significa que tudo se transformará milagrosamente,

brasileiros. Para Mattelart (2000, p.170) as mídias digitais “passam a fazer parte do debate sobre a possibilidade de um espaço público em escala planetária”. O autor também argumenta que “em todas as latitudes, a problemática da transformação do espaço público, nacional e internacional, tende, aliás, a ocupar lugar de destaque nas abordagens críticas inspiradas pela sociologia, pela ciência política e pela economia política”. As redes sociais digitais se constituem a partir do reflexo das ações e pensamentos que os sujeitos possuem de outros relacionamentos sociais; são espaços públicos que agregam uma continuação (uma extensão) dos enunciados, valores, representações, constituídos por toda a experiência vivenciada.

Não se considera, nesta tese, as redes sociais digitais como meios inerentes para o engajamento cívico ou para o aumento do capital social de idosos, contudo, acredita-se que as redes sociais digitais são lugares de voz de que idosos podem se apropriar para efetivar sua participação cidadã. O espaço de transmissão de informações e diálogo com a opinião pública, provavelmente, se fortalece através das redes sociais digitais.

Essas redes potencializam práticas da comunicação pública pelo princípio de que se deva priorizar o debate social<sup>27</sup>. Transformam-se em espaços de interação social e de trocas de conteúdos que discutem temas e assuntos de relevância pública e interesse público, neste estudo, direcionados aos idosos, pelos idosos e com os idosos. Objetivam tornar o processo de comunicação mais interativo e participativo, em uma remodelação da esfera política – modificando os padrões de discurso, as relações entre representantes e representados, o acesso dos cidadãos à participação – “uma nova

---

cabendo "apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano" (LEVY, 1999, p. 11). "Nem a salvação nem a perdição residem na técnica" (LEVY, 1999, p.16).

<sup>27</sup> Ribeiro (2010, p. 133) explana a campanha vitoriosa do candidato do Partido Democrata à Presidência da República dos Estados Unidos da América, Barak Obama, em 2008. Considerada como a marca de um momento histórico em que as redes sociais demonstraram, pela primeira vez, capacidade real de se contraporem à mídia tradicional. O autor explica que “ao longo de dois anos, a equipe de Obama utilizou as tecnologias da informação, especialmente a Internet, para redefinir o processo eleitoral e interagir com o público de formas novas e diferentes em relação aos demais candidatos: o *e-mail* foi usado de forma intensa para contatar diretamente 13 bilhões de pessoas; os *sites* de relacionamento, como o *Facebook*, foram usados para reunir seguidores e disseminar informações relevantes; e os vídeos eram postados diariamente, tanto no site oficial do candidato quanto no *YouTube*”.

realidade midiática” (DUARTE, 2009, p. 96).

As redes sociais digitais devem ser pensadas como plataformas da comunicação pública, “com alcance e influência suficiente para marcar território no ambiente midiático e agendar os debates públicos” (RIBEIRO, 2010, p. 127) porque proporcionam aos sujeitos o estabelecimento de redes de relacionamento, a partir de compartilhamento de conteúdos e de experiências de interesses comuns. As redes sociais, além de se formarem pela afinidade de interesses entre os sujeitos que buscam nas mídias digitais um espaço para as suas manifestações, também se sustentam pela “liberdade que seus participantes encontram para se manifestar da forma que lhes parece mais conveniente e confortável” (RIBEIRO, 2010, p. 129).

O sujeito idoso, por exemplo, que não gosta de ler, tem acesso a mensagens em vídeo e,

(...) aquele que não tem condições de produzir um vídeo, responde com um comentário escrito. Da mesma forma, é possível publicar a mesma mensagem em mídias diferentes, ampliando as possibilidades de que ela seja recebida por públicos diferentes, com diferentes graus de instrução e atraídos por interesses diversos. Em outras palavras, a diversidade nos conteúdos midiáticos aumentam as possibilidades de participação dos sujeitos nas deliberações públicas (RIBEIRO, 2010, p. 129).

Em outras palavras, a diversidade nos conteúdos midiáticos aumentam as possibilidades de participação dos sujeitos nas deliberações públicas.

Norris (2001, p. 15) também afirma que a Internet facilita a organização, a mobilização e a expressão democrática. A autora não acredita que a tecnologia promova a democracia direta, mas afirma que o meio político não é (e não poder ser) insensível às mudanças tecnológicas e que as tecnologias digitais têm a capacidade de reforçar as instituições da sociedade civil que mediam cidadãos e Estado. Para Norris (2001, p.15), “*the Internet does not drive these insurgent movements - these causes are triggered by deeper passions - but it facilitates their organization, mobilization and expression*”<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Tradução livre da autora: “A Internet não dirige esses movimentos insurgentes – essas causas são

A participação cidadã e o engajamento cívico são, muitas vezes, reproduzidos nas mídias digitais, isto é, as redes sociais digitais atuam como um complemento àqueles que já estão engajados na comunicação pública. No entanto, acredita-se que as potencialidades, advindas da facilidade de acesso à informação e pelo aumento das oportunidades de comunicação, são subutilizadas pelo governo brasileiro, principalmente, quando o público é a população idosa.

As redes sociais digitais podem não gerar participação política, mas consistem em um espaço propício por privilegiar elementos fundamentais da democracia, como o acesso a diversas fontes de informação e à possibilidade de expressão por práticas de comunicação cada vez mais facilitadas.

Na Europa, o documento oficial *Age Platform Europe* (2011), escrito por uma comissão dedicada a pesquisas a respeito do envelhecimento, por exemplo, traz várias iniciativas articulando a apropriação das redes sociais digitais por idosos. Segundo o documento, duas frentes de projetos se destacam no envolvimento de idosos em práticas cidadãs e no desenvolvimento para as facilidades nas redes sociais digitais:

*Ensure active citizenship of older people*

*An important aspect of active ageing in society is ensuring that older people have access to political and civic processes. This is important both to ensure that these processes take account of the needs of older people and as a means of ensuring broader participation in society of older people. Local and regional actors can play an important role in overcoming some of the barriers to such active citizenship. Some ideas have been around working with small groups of older people to get their voice heard and facilitating access to Internet-based services<sup>29</sup>.*

*Facilitate social networks*

---

provocadas por paixões mais profundas – mas facilita a sua organização, mobilização e expressão” (NORRIS, 2001, p. 15).

<sup>29</sup> Tradução livre da autora: “Garantir a cidadania ativa dos idosos. Um aspecto importante do envelhecimento ativo na sociedade é garantir que as pessoas mais velhas tenham acesso aos processos políticos e cívicos. Isto é importante tanto para garantir que esses processos levem em conta as necessidades das pessoas idosas, como um meio de garantir a mais ampla participação na sociedade de pessoas mais velhas. Atores locais e regionais podem desempenhar um papel importante na superação das barreiras para a cidadania ativa. Algumas ideias se basearam em trabalhar com pequenos grupos de idosos para ouvi-los e facilitar o acesso a serviços baseados na Internet”.

*Participating in social networks is a key facilitator of other forms of participation in society. Local and regional actors can do much to help older people network and thus help them to participate in their preferred activities, continue to learn and to engage with friends, family and neighbors. European education and research programmes can be particularly useful in finding new ways to promote social networking<sup>30</sup>.*

Compreende-se o efeito da inclusão social experienciado por idosos, nas novas mídias, pelo fato de que as plataformas digitais multiplicam suas oportunidades de se integrarem à sociedade, se apropriarem dos códigos, dos meios, e da linguagem da sociedade atual. A população idosa, portanto, pode se beneficiar pela potencialização dialógica da Internet, estimulando suas atividades mentais (KACHAR, 2002) e para obter informações e serviços que são solicitados e apreendidos sem a exigência de locomoção física ou de um alto custo financeiro. Neste caso, a comunicação pública pode experienciar as redes sociais para incentivar o diálogo, a participação cidadã e a discussão de problemas da coletividade.

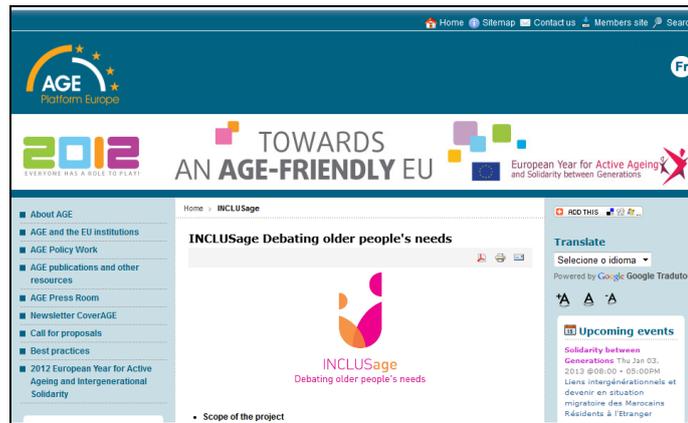
Seguem, abaixo, projetos implantados na Europa que envolvem a ativação do idoso a participações nas redes sociais digitais objetivando a deliberação pública. São iniciativas que servem de exemplos para a implementação das redes sociais digitais como canais de participação em assuntos da comunidade.

*INCLUSage – Debating Older People’s Need- (Co-funding: PROGRESS).* Plataforma que tem como objetivo promover debates participativos em nível local, regional e nacional sobre os múltiplos aspectos da pobreza e exclusão social enfrentadas por pessoas mais velhas. O projeto organiza oficinas participativas, a nível local, para colher opiniões sobre realidades sociais das pessoas idosas e, em seguida, há um diálogo entre países e regiões a respeito dos resultados. Obtiveram-se, através de pesquisas e mapeamentos, dados adicionais sobre as necessidades dos idosos.

---

<sup>30</sup> Tradução livre da autora: “Facilitação para as redes sociais. A participação em redes sociais é um fator essencial de participação na sociedade. Atores locais e regionais podem fazer muito para ajudar os idosos a participarem de suas atividades preferidas, a continuar a aprender e de se envolver com amigos, familiares e vizinhos. Programas europeus de ensino e pesquisa podem ser particularmente úteis em encontrar novas maneiras de promover as redes sociais”.

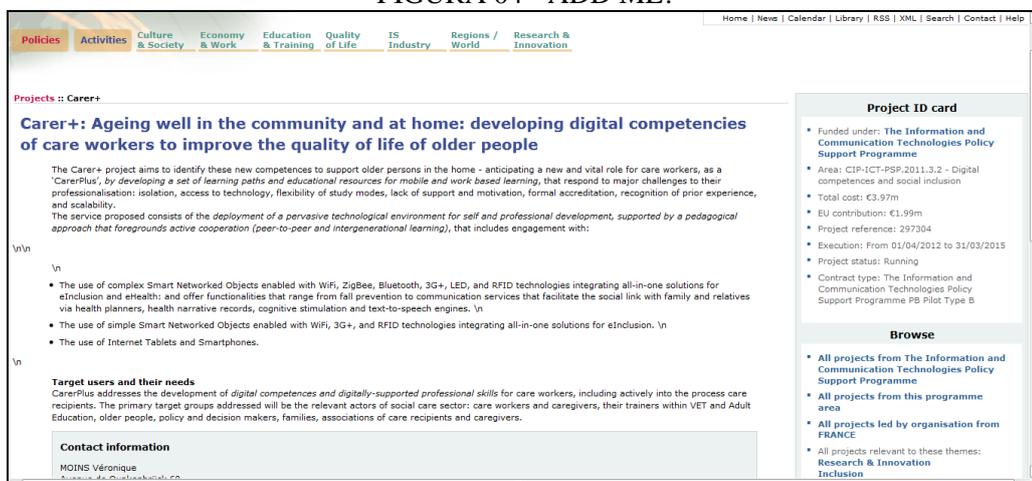
FIGURA 03 - HOME PAGE DO INCLUSAGE



FONTE: INCLUSAGE (2012).

*ADD ME! - Activating Drivers for Digital Empowerment in Europe - (Co-funding: ICT-PSP).* Rede pan-europeia com mais de 20 organizações, em 10 países europeus, trabalha com iniciativas de apoio a grupos desfavorecidos no uso de novas tecnologias. Um dos três grupos-alvo são "idosos, pobres idosos e aposentados". O grupo de trabalho explora diversas formas inovadoras de sucesso envolvendo pessoas em risco de exclusão e as ligando aos prestadores de serviços locais e regionais. Os métodos incluem a Internet, tele-quiosques, telefones móveis e TV interativa.

FIGURA 04 - ADD ME!



FONTE: ADD ME! (2012).

*Later Life - Social networking for senior citizens - (Co-funding: Grundtvig).* Projeto que tem como objetivo ampliar os benefícios sociais modernos das tecnologias de informação e comunicação para idosos. A principal ferramenta é uma plataforma de rede social *on-line* que fornece uma ampla gama de conteúdo relevante, exclusivamente, para pessoas mais velhas. O projeto oferece apoio e orientação aos usuários idosos e àqueles que trabalham com eles. O projeto também incentiva a acessibilidade, incluindo *software* de cooperação com prestadores de serviços locais e regionais para processar o conteúdo *on-line* mais acessível.

FIGURA 05- *SOCIAL NETWORKING FOR SENIOR CITIZENS*



FONTE: *LATER LIFE* (2012).

*Go-myLife: Going Online: My Social Life (Co-funding: AAL Joint Programme).* *Go-MyLife* é um projeto que visa melhorar a participação social das pessoas idosas através da utilização de redes sociais *on-line*. É uma plataforma de rede social digital personalizada para as necessidades dos idosos, permitindo interações com seus pares e famílias. As redes também fornecem acesso fácil a bases de informação relevantes para apoiar o idoso. O projeto objetiva o aumento da qualidade de vida dos idosos e facilita a sua participação social.

FIGURA 07 - GO-MYLIFE: GOING ONLINE: MY SOCIAL LIFE



FONTE: GOMYLIFE (2012).

As iniciativas acima são projetos inseridos em uma promoção de políticas na busca de um envelhecimento bem sucedido na Europa que poderia servir de exemplo para ações públicas brasileiras.

Em relação às novas mídias, até dezembro de 2012, não se encontraram iniciativas governamentais brasileiras que ativassem o processo de deliberação pública ou debate participativo nas questões da comunidade para idosos, permeando as redes sociais digitais ou as tecnologias de informação e comunicação. Os projetos brasileiros se direcionam aos cursos e treinamentos na área de informática. Talvez, o primeiro passo para ações futuras. São ações, no entanto, que não se apropriam das tecnologias de informação e comunicação para o envolvimento da população idosa nos debates públicos.

Mas, o maior desafio, segundo Giacomini (2011, p.16), é a politização do cidadão brasileiro para incluir em seus objetivos: “o direito à velhice com dignidade; o direito a políticas de cuidado que contemplem a família que possui ou cuida de pessoas vulneráveis; o direito à promoção do envelhecimento ativo ao longo de todo o ciclo da vida”.

No Brasil, para implantar de forma eficiente o diálogo com a população idosa, é necessário “contar com estratégias de comunicação social eficientes, com ampla visibilidade e articulação com movimentos sociais, entidades governamentais e não governamentais, conselhos de direitos e setoriais e conselhos estaduais e municipais de idosos” (GIACOMINI, 2011, p. 15). Urge um diálogo mais próximo entre o Estado e a sociedade sobre questões que afetam o envelhecimento. Para a autora, “não reconhecer o envelhecimento da população brasileira é assumir riscos para as futuras gerações de jovens e velhos” (GIACOMINI, 2011, p. 15).

No entanto, a existência física dos sujeitos, atualmente, não é mais suficiente para garantir uma existência social. É indispensável que adquiram uma existência pública, que acessem, circulem e habitem, cotidianamente, os espaços virtuais da rede (RUBIM, 2003). É preciso praticar a comunicação da sociedade atual, ciente das potencialidades que emergem com as tecnologias de comunicação, como afirma Thompson (1995, p.152):

Ao assumir como dada a eficácia política das mensagens da mídia, sua argumentação tende a negligenciar o novo tipo de fragilidade que os processos políticos adquirem na era da comunicação de massa. (...) é devido ao fato de os processos políticos acontecerem, hoje, num ambiente social que é “rico em informação” – isto é, onde os indivíduos têm mais acesso do que nunca à comunicação e informação transmitida via meios técnicos – que os líderes políticos e os funcionários do estado procuram, sempre mais, controlar, e tornam-se, cada vez mais, vulneráveis devido a sua inabilidade de controlar, totalmente, a difusão das imagens e as informações das quais o exercício do seu poder, em parte, depende.

Torna-se um processo incessante de negociação de significações pelo diálogo entre a população idosa e os agentes políticos, com o objetivo de buscar a (co)

responsabilidade democrática para a preservação dos direitos sociais e políticos de idosos. O espaço público das redes sociais digitais potencializa o diálogo com idosos e, ao ouvir os cidadãos, cria-se um ambiente de compreensão e interesse pelos problemas da comunidade (MATOS, 2010).

Necessita-se da participação e protagonismo do idoso para exercer o papel de agente na transformação social. Com isso, estabelecer um processo de comunicação dirigida para os diferentes públicos, como para a população idosa, com ações específicas, se torna uma estratégia necessária para acender o envolvimento dos cidadãos no diálogo público, uma cultura de comunicação pública que transcenda a informação e promova o diálogo, com um envelhecimento heterogêneo (MATOS, 2010).

Para cada segmento populacional é necessário criar estratégias e instrumentos apropriados à realidade das pessoas. No caso de idosos, o intuito não é vitimizá-los socialmente devido às debilidades fisiológicas ou isolamento social, mas, fortalecer diferentes valores positivados para a velhice, como o envelhecimento bem sucedido, a valorização de sua voz e papel social, o fortalecimento de sua cidadania e a participação política. Corroborar na tomada de decisão democrática provavelmente traz maior envolvimento do idoso nas políticas públicas principalmente em relação às suas próprias demandas.

## 5 ABORDAGEM METODOLÓGICA E ANÁLISE DE CONTEÚDO

O objetivo deste capítulo é identificar e discutir as representações sociais do envelhecimento, categorizadas para esta tese, vinculadas à comunicação pública a partir de três eixos: promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais.

A análise de conteúdo, por um viés temático-categorial, fundamentada em Bardin (2011), foi a escolha metodológica desta tese.

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de verificação das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e tem como objetivo descrever conteúdos das mensagens. A prática social é a essência da análise de conteúdo. É um método empírico que se dedica ao tipo de interpretação que se pretende como objetivo. Não existe um “pronto-a-vestir” em análise de conteúdo, somente algumas regras básicas, por vezes, dificilmente transponíveis (BARDIN, 2011).

A intenção da análise de conteúdo é verificar as inferências relativas às condições de produção (ou eventualmente, de recepção) nos processos comunicativos e nas enunciações realizadas. Para Bauer e Gaskell (2004), a análise de conteúdo trabalha com textos escritos já utilizados para algum outro propósito. No entanto, os textos podem ser manipulados para fornecer respostas ao pesquisador. Difere-se de uma análise linguística – pois não se preocupa com a língua – mas, com a palavra; procura conhecer aquilo que está silenciado atrás dos enunciados (BARDIN, 2011).

Bardin (2011) afirma que a leitura do conteúdo das comunicações, efetuada pelo analista não é, ou não é unicamente, uma leitura à letra, mas antes, o realçar de um sentido que se encontra em segundo plano, com significados de natureza psicológica, sociológica, política, histórica, entre outras.

## 5.1 PROTOCOLO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para esta tese utiliza-se uma sistematização quantitativa e qualitativa da análise de conteúdo temático-categorial. A técnica consiste em classificar diferentes elementos de significação em categorias pré-estabelecidas (vide capítulo 2), segundo critérios suscetíveis de fazer surgir sentido e ordem no conteúdo analisado (BARDIN, 2011).

Para Oliveira (2008) existem alguns conceitos que embasam a análise de conteúdo temático categorial. São eles: objetividade, sistematicidade, conteúdo manifesto, unidades de registro, unidades de contexto, construção de categorias, análise categorial, inferências, condição de produção.

Seguem conceitos da estrutura da análise na tabela 13.

TABELA 13 - BASE DA ANÁLISE DE CONTEÚDO (OLIVEIRA, 2008)

<b>Bases</b>	<b>Conceitos Teóricos.</b>
Objetividade	A análise pode ser verificada e reproduzida por outro pesquisador. Para tanto, as unidades decompostas da mensagem, as categorias que servem para classificá-la, devem ser definidas com tal clareza e precisão que outros, a partir dos critérios indicados, possam fazer a mesma decomposição e operar a mesma classificação.
Sistematicidade	A análise deve tomar em consideração tudo o que, no conteúdo, decorre do problema estudado e analisá-lo em função de todas as categorias retidas para fins de pesquisa.
Conteúdo Manifesto	A análise deve abordar apenas o conteúdo manifesto, o que foi efetivamente expresso e não o conteúdo presumido em função do que o pesquisador acredita saber sobre o problema. As extrapolações em direção aos conteúdos latentes devem se apoiar nos conteúdos efetivamente observados.
Unidades de Registro (UR)	Trata-se das unidades de segmentação ou de recorte, a partir da qual se faz a segmentação do conjunto do texto para análise.
Unidades de Contexto (UC)	São unidades de compreensão da unidade de registro. São segmentos de texto que permitem compreender a significação das unidades de registro, recolocando-as no seu contexto.
Construção de Categorias (CC):	Operação de classificação dos elementos participantes de um conjunto, iniciando pela diferenciação e, seguidamente por reagrupamento, segundo um conjunto de critérios.
Análise Categorial (AC)	Considera a totalidade do texto na análise, passando-o por um crivo de classificação e de quantificação, segundo a frequência de presença ou ausência de itens de sentido. É um método de gavetas ou de rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivos da mensagem.
Inferência	Operação lógica através da qual se admite uma proposição em virtude da sua

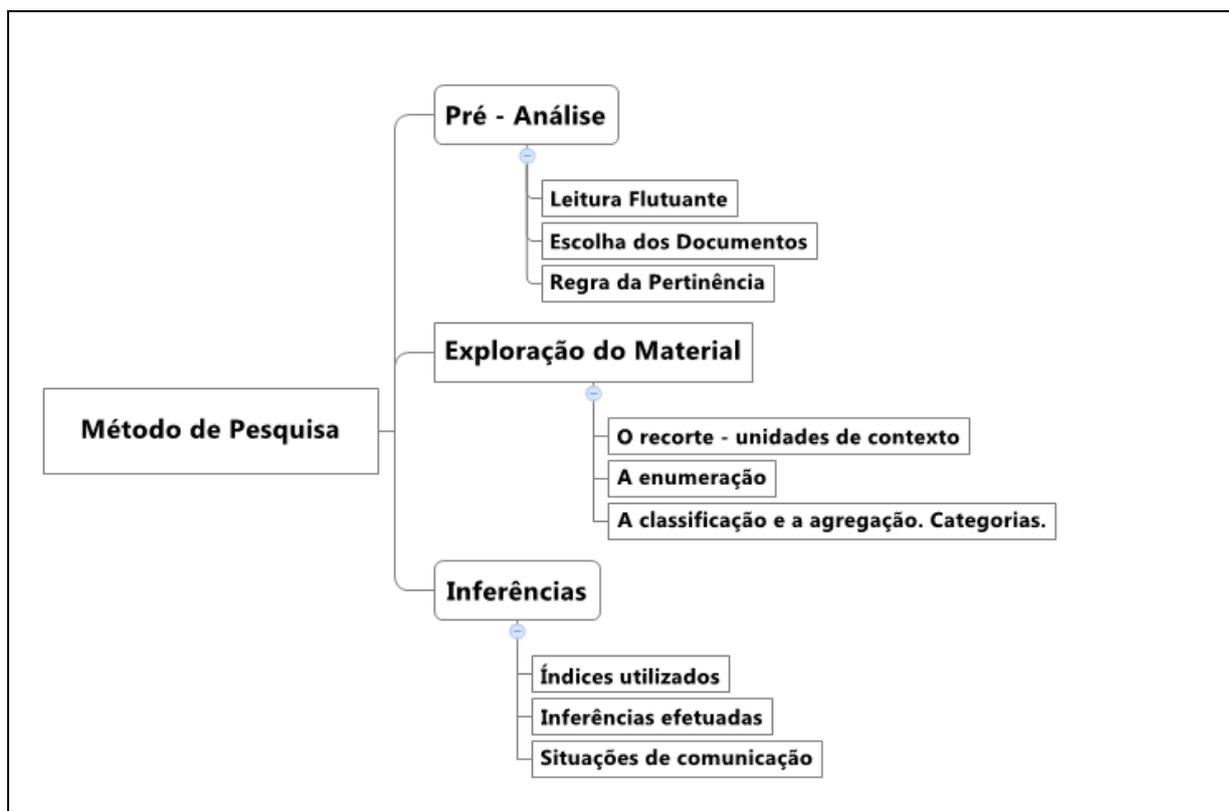
	ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras.
Condições de Produção (CP)	Campo de determinações dos textos; intencionalidade subjacente à produção de uma mensagem; o que conduziu a um determinado enunciado de texto ou enunciado discursivo. Implica na compreensão da superfície dos textos e dos fatores que determinaram essas características, deduzidos logicamente através da correspondência entre as estruturas semânticas ou linguísticas e as estruturas psicológicas ou sociológicas dos enunciados.

FONTE: OLIVEIRA (2008); adaptado pela AUTORA (2012).

A análise de conteúdo, neste estudo, implementa três fases de pesquisa, conforme Bardin (2011, p. 121): a pré-análise; a exploração do material e a análise das inferências (conteúdo manifesto e condições de produção).

A seguir, o desenho da estrutura, utilizada na figura 08.

FIGURA 08 - DESENHO DA ESTRUTURA APLICADA



FONTE: AUTORA (2012).

### 5.1.1 Pré-Análise

A pré-análise tem como intuito a sistematização do método do trabalho para que o analista possa conduzir as operações sucessivas de análise – refere-se, segundo Bardin (2011, p. 121), a três missões: “a escolha de documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final”. As três etapas estão entrelaçadas e são dependentes.

**Leitura Flutuante:** ocorreu no período de março de 2009 a junho de 2012, quando se realizou o processo de leitura do referencial teórico e, também, de unidades comunicativas (impressas e digitais), relacionadas ao tema do envelhecimento e da comunicação pública.

**Objetivo da Análise de Conteúdo:** identificar representações sociais do envelhecimento, no Brasil, num sistema de interação midiático – a partir de três vertentes: promotores de políticas (unidades comunicativas do *site* oficial do Ministério da Saúde); produtores midiáticos (cobertura jornalística da “Campanha Nacional de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”, 2010; atores individuais (publicações de um grupo de idosos no Facebook).

**Objetos Empíricos:** as unidades de registros foram selecionadas pela regra de pertinência (isto é, os documentos são adequados, enquanto fonte de informação, de modo que correspondem ao objetivo da análise).

São eles:

- a) Promotores de Políticas: unidades comunicativas do *site* oficial do Ministério da Saúde, publicadas no “Portal da Saúde (SUS): Idosos”. Este objeto empírico se justifica, pois se trata de um meio de informação oficial, do Governo Federal do Brasil, direcionado à população idosa. Coletaram-se os conteúdos de maio de 2012 a janeiro de 2013. Nas páginas do *site*

destinadas à população idosa, encontraram-se 50 conteúdos diferentes (entre notícias publicadas diariamente, publicações, informações, recomendações, agenda, campanhas publicitárias promovidas pelo Ministério da Saúde). Entre esses conteúdos, selecionaram-se 40 unidades comunicativas, sendo 18 notícias, 17 conteúdos informativos e 05 campanhas publicitárias (tabela 14). Selecionaram-se unidades comunicativas que apresentassem variáveis para permitir o enquadramento e a verificação das representações sociais do envelhecimento, propostas para esta tese.

TABELA 14 -SITE OFICIAL - UNIDADES COMUNICATIVAS

<b>Ref.</b>	<b>Mídia/ Localização</b>	<b>Título</b>	<b>Data de publicação</b>
1.	Notícias Portal da Saúde	Adequação do atendimento pode reduzir mortes por infarto.	20/04/2012
2.	Notícias Portal da Saúde	Vacinação contribui para a redução de óbitos.	04/05/2012
3.	Notícias Portal da Saúde	SUS dá início à campanha de vacinação contra a gripe.	04/05/2012
4.	Notícias Portal da Saúde	Ministério da Saúde participa do 23º Congresso Brasileiro de Geriatria e Gerontologia (CBGG), no Rio de Janeiro.	21/05/2012
5.	Notícias Portal da Saúde	Saúde inaugura serviço de informações ao cidadão.	15/05/2012
6.	Notícias Portal da Saúde	CNDI aprova regimento do Fundo Nacional do Idoso.	13/06/2012
7.	Notícias Portal da Saúde	Grupo de trabalho estuda a criação de Observatório do Idoso.	18/07/2012
8.	Notícias Portal da Saúde	“Trabalho e população idosa” são temas de encontro em São Paulo (SP).	26/07/2012
9.	Notícias Portal da Saúde	Ministério realiza mutirão para cirurgias de catarata.	24/08/2012
10.	Notícias Portal da Saúde	“Prevenção de Quedas em Idosos” é tema de oficina em Itajaí (SC).	29/08/2012
11.	Notícias Portal da Saúde	Comunidade Ibero-Americana discute seguridade social para idosos no México.	03/09/2012
12.	Notícias Portal da Saúde	“Saúde do Idoso” tem nova coordenação.	13/09/2012
13.	Notícias Portal da Saúde	“Melhor em Casa” dá mais qualidade de vida ao idoso.	01/10/2012
14.	Notícias Portal da Saúde	Área de saúde da pessoa idosa celebra o presente de olho no futuro.	16/10/2012
15.	Notícias Portal da Saúde	GDF e MS celebram o “Dia de Mundial de Luta Contra a Osteoporose”.	17/10/2012

16.	Notícias Portal da Saúde	"Necessidades e demandas dos idosos na América Latina", são temas de curso em <i>Cartaygena</i> das Índias, na Colômbia.	22/10/2012
17.	Notícias Portal da Saúde	Área técnica de "Saúde do Idoso" realiza oficina em Vitória.	14/11/2012
18.	Notícias Portal da Saúde	MS investe em ações para ampliar expectativa de vida.	17/11/2012
19.	Conteúdo Portal da Saúde	Apresentação do "Portal da Saúde: Idosos".	30/01/2013
20.	Conteúdo Portal da Saúde	Publicações.	30/01/2013
21.	Conteúdo Portal da Saúde	Alimentação.	30/01/2013
22.	Conteúdo Portal da Saúde	Agenda de eventos.	30/01/2013
23.	Conteúdo Portal da Saúde	Dados da população.	30/01/2013
24.	Conteúdo Portal da Saúde	Legislação.	30/01/2013
25.	Conteúdo Portal da Saúde	<i>Links.</i>	30/01/2013
26.	Conteúdo Portal da Saúde	"Sistemas de Saúde: Idosos".	30/01/2013
27.	Conteúdo Portal da Saúde	Dúvidas mais frequentes.	30/01/2013
28.	Conteúdo Portal da Saúde	Causas de mortalidade.	30/01/2013
29.	Conteúdo Portal da Saúde	Coordenações de sistemas.	30/01/2013
30.	Conteúdo Portal da Saúde	"Caderneta do Idoso".	30/01/2013
31.	Conteúdo Portal da Saúde	Programa "Farmácia Popular".	Maio / 2012
32.	Conteúdo Portal da Saúde	Quedas de idosos.	Maio / 2012
33.	Conteúdo Portal da Saúde	<i>Site</i> da "Casa Segura".	Maio / 2012
34.	Conteúdo Portal da Saúde	Guia prático de cuidados.	Maio / 2012
35.	Conteúdo Portal da Saúde	Sexualidade.	Maio / 2012
36.	Campanhas Publicitárias do Ministério da Saúde	Campanha de Vacinação do Idoso	2008
37.	Campanhas Publicitárias do Ministério da Saúde.	Campanha do "Dia da Promoção da Qualidade de Vida".	2010
38.	Campanhas Publicitárias do Ministério da Saúde	Campanha do "Dia Mundial da Atividade Física".	2009
39.	Campanhas Publicitárias do Ministério da Saúde	Campanha "Nacional de Vacinação do Idoso".	2009

40.	Campanhas Publicitárias do Ministério da Saúde	Campanha do “Dia Mundial de Luta contra a AIDS”.	2008
-----	------------------------------------------------	--------------------------------------------------	------

FONTE: AUTORA (2012).

- b) Produtores Midiáticos: unidades comunicativas relacionadas à cobertura midiática da “Campanha Nacional de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito, 2010”. Em 11 de junho de 2010, a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República<sup>31</sup> (SDH/PR, 2010) e outras instituições governamentais lançaram a “Campanha de Conscientização da Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”. O objetivo principal é conscientizar a população sobre a violência contra os idosos, no trânsito. O conteúdo da campanha se destina aos transportes coletivos urbanos e semiurbanos. O evento principal da campanha pública ocorreu em 15 de junho de 2010, considerado o “Dia Mundial de Conscientização da Violência contra a Pessoa Idosa”, instituído em 2006, pela Organização das Nações Unidas (ONU) e pela Rede Internacional de Prevenção à Violência à Pessoa Idosa (SDH/PR, 2010). Selecionou-se esse objeto empírico pela repercussão em várias mídias brasileiras e por representar uma campanha pública da qual, por meio do enquadramento governamental (agenda), os produtores midiáticos produziram informações para a sociedade. O *clipping*<sup>32</sup> produzido pela SDH/PR (2010), no período de 14 a 17 de junho de 2010, totalizou 95 publicações vinculadas ao tema. No documento, cedido pela SDH/PR (2010), encontra-se, apenas o texto das notícias, sem imagens e sem detalhes das unidades. Do total das notícias captadas escolheram-se para análise, 40 conteúdos norteados pelos seguintes critérios: correspondiam a diversas regiões brasileiras (independente da distribuição do periódico, do porte da empresa midiática;

<sup>31</sup>A Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República – SDH/PR possui *status* de Ministério, no Brasil.

<sup>32</sup>O termo *clipping* (derivação do inglês *clip*: cortar, aparar, reduzir, recortar) é utilizado para designar, de forma literal, *recorte de jornal*, ou, mais tecnicamente, o recorte ou gravação de uma unidade informativa. *Clipping* na íntegra, em anexo.

da publicação ser impressa ou *on-line*); apresentavam unidades de contexto que permitiam a verificação de representações sociais do envelhecimento e demonstravam um desenvolvimento noticioso para além das informações básicas da campanha oficial.

TABELA 15-COBERTURA MIDIÁTICA – UNIDADES COMUNICATIVAS

<b>Ref.</b>	<b>Mídia<sup>33</sup>/ Localização</b>	<b>Título</b>	<b>Data de publicação</b>
41	Jornal “O Globo” – Rio de Janeiro	População na terceira idade.	16/06/2010
42	Jornal “Correio Brasiliense” – Distrito Federal	Respeito e gentileza de carona.	16/06/2010
43	Jornal do “Tocantins” – Palmas	Idosos reivindicam direitos e respeito em manifestação.	15/06/2010
44	Jornal “Diário do Nordeste” – Ceará	Idosos silenciam sobre violência na família.	16/06/2010
45	Jornal “Diário de Natal” – Rio Grande do Norte	A dor silenciosa dos idosos.	15/06/2010
46	Diário de “Petrópolis” – Rio de Janeiro	Campanha combate desrespeito ao idoso no transporte público.	15/06/2010
47	“A Gazeta” – Espírito Santo	Humilhação é a principal agressão contra os idosos.	14/06/2010
48	Jornal “Pioneiro” – Rio Grande do Sul	Uma vítima a cada 2 dias.	15/06/2010
49	“Correio do Povo” – Rio Grande do Sul	Idosos têm sido vítimas de violência.	16/06/2010
50	Jornal “Gazeta do Povo” – Paraná	Respeito ao idoso.	17/06/2010
51	“Diário de Natal” – Rio Grande do Norte	Transporte é fonte de reclamações.	15/06/2010
52	“Jornal de Brasília” – Distrito Federal	Dia de combate à violência.	15/06/2010
53	“Expresso” – Mato Grosso	Governo lança campanha para combater violência contra idoso.	16/06/2010
54	“Tribuna da Bahia” – Salvador	Caminhada alerta sobre a violência contra idosos.	17/06/2010
55	“Tribuna do Brasil” – Distrito Federal	Secretaria de Direitos Humanos lança campanhas em defesa dos idosos.	15/06/2010
56	“Folha da Região” – São Paulo	Campanha combate desrespeito ao idoso no transporte público.	15/06/2010
57	“Jornal do Comércio” – Rio Grande do Sul	Secretaria lança campanhas em defesa dos idosos.	15/06/2010
58	“Coletivo” – Distrito Federal	Governo lança campanha a favor dos idosos nos ônibus.	16/06/2010

<sup>33</sup> O perfil de cada empresa de comunicação citado nesta análise, se demonstrará em anexo.

59	“Diário do Grande ABC” - São Paulo.	Proteção ao idoso tem evento aberto ao público.	16/06/2010
60	“A Gazeta” – Mato Grosso.	Campanha combate violência.	16/06/2010
61	“Agora” – Mato Grosso do Sul.	Campanha combate desrespeito ao idoso no transporte público.	15/06/2010
62	“Jornal de Tocantins” – Tocantins.	Dia de combater a violência contra os idosos.	16/06/2010
63	“O Imparcial Online” – Maranhão	Secretaria de Direitos Humanos lança campanhas em defesa dos idosos.	15/06/2010
64	“Correio Braziliense” - (On-line). Brasília.	Campanha de conscientização para a violência contra os idosos tem como mote os casos em transporte público.	16/06/2010
65	“Rodônia Dinâmica” - (On-line). Rondônia.	Dia de enfrentamento à violência contra a pessoa idosa tem programação em Rondônia.	16/06/2010
66	“R7”- (On-line). São Paulo.	Governo lança campanha para combater violência contra idoso.	16/06/2010
67	“ClicaBrasília” - (On-line). Brasília.	Idosos dizem “não” à violência.	16/06/2010
68	“JB” – (On-line). Rio de Janeiro.	Campanha combate desrespeito ao idoso no transporte público.	15/06/2010
69	“Pantanal News” - (On-line). Mato Grosso.	Governo lança campanha nacional de conscientização sobre a violência contra a pessoa idosa.	16/06/2010
70	“Aquidauana News” - (On-line). Tocantins.	Campanha combate desrespeito ao idoso no transporte público.	15/06/2010
71	“Gazeta do Povo” - (On-line). Paraná.	A violência vem da família.	16/06/2010
72	“Bom Dia Sorocaba” (On-line) – São Paulo.	Violência contra idosos tem mais de 100 denúncias no ano em Marília.	15/05/2010
73	“Portal Piauiense” - (On-line). Piauí.	Flora Izabel destaca combate à violência contra idosos.	16/06/2010
74	“Tribuna do Norte” - (On-line). Amazonas.	Idosos são vítimas de violência em casa e na rua.	15/06/2010
75	“Ceará Agora” - (On-line). Ceará.	STDS realiza manhã de serviços no Dia Mundial de Conscientização da Violência à Pessoa Idosa.	14/05/2010
76	“A Tarde” - (On-line). Bahia.	Começa nesta segunda campanha de enfrentamento à violência contra o idoso.	14/06/2010
77	“Central de Notícias” - (On-line). Roraima.	Envelhecimento e saúde do idoso são abordados em Simpósio.	14/06/2010
78	“Diário do Vale” - (On-line). Volta Redonda.	Prefeitura de Volta Redonda organiza caminhada contra violência aos idosos.	15/06/2010
79	“O Povo” - (On-line). Ceará.	Cidade do Rio de Janeiro inaugura delegacia do idoso.	15/06/2010
80	“O Fluminense” - (On-line). Rio de Janeiro.	Campanha combate desrespeito ao idoso no transporte público.	15/06/2010

FONTE: AUTORA (2012).

c) Atores Individuais: publicações de idosos no Facebook. O grupo analisado se constitui de dez sujeitos ativos no Facebook (isto é, que publicam - regularmente - pelo menos uma vez por dia), nascidos entre 1920 a 1950 - brasileiros - que, cientes da pesquisa, permitiram o acompanhamento diário de suas interações<sup>34</sup>. A observação nos perfis dos idosos ocorreu de março de 2011 a maio de 2012. Os perfis dos idosos selecionados foram indicados por pessoas conhecidas da autora da tese - após solicitação pela rede social digital. Realizaram-se, também, duas entrevistas semiestruturadas com o grupo de idosos, de setembro de 2012 e novembro de 2012, por meio da rede social digital. As questões abordadas, os depoimentos e as respostas estão atrelados ao texto da análise. A escolha pelo Facebook se fundamenta por ser a rede social digital que mais cresceu no mundo, em 2011. A plataforma possibilita a publicação de fotos, vídeos, mensagens, jogos e diversos aplicativos; constitui uma comunicação nova, uma rede social que coloca as pessoas em contato umas com as outras, muitas vezes de forma inesperada, em torno de algo que tenham em comum: uma experiência, um interesse, um problema, uma causa (KIRKPATRICK, 2011; MILLER, 2011). No total, analisaram-se 40 publicações de idosos.

TABELA 16: FACEBOOK – UNIDADES COMUNICATIVAS

<b>Ref.</b>	<b>Mídia/ Localização</b>	<b>Título</b>	<b>Data de publicação</b>
81.	Facebook	Degeneração Física e Isolamento Social	2011
82.	Facebook	Reencontro com Amigos	2011
83.	Facebook	Perfil de Idosos	2011
84.	Facebook	Felicitações de Aniversário	2011
85.	Facebook	Estado de Felicidade	2011
86.	Facebook	Idosa Elegante	2011
87.	Facebook	Juízo de Valor	2011
88.	Facebook	Interação entre Pais Idosos e Filhos no Facebook	2011
89.	Facebook	Tecnologia e Idosos	2011
90	Facebook	Juízo de Valor II	2011

<sup>34</sup> Enviou-se aos idosos pesquisados uma solicitação de amizade pelo Facebook. Eles estavam cientes que faziam parte de um grupo em análise, para a tese.

91.	Facebook	Amigos no FB	2011
92.	Facebook	Festa de <i>Haloween</i>	2011
93.	Facebook	Viagem de Cruzeiro	2011
94.	Facebook	No Bar	2011
95.	Facebook	Felicitações ao Mestre	2011
96.	Facebook	Palpite no Futebol	2011
97.	Facebook	Saudades e Reencontro	2011
98.	Facebook	Recordações	2011
99.	Facebook	Conselhos de Avó	2011
100.	Facebook	Idosa e Tecnologia	2011
101.	Facebook	Viagem a Mariscal	2011
102.	Facebook	Opinião sobre Restaurante	2011
103.	Facebook	Almoço em Família	2011
104.	Facebook	Time do Coração	2011
105.	Facebook	De Moto	2011
106.	Facebook	Sugestão de Restaurante	2011
107.	Facebook	Viagem Disney	2011
108.	Facebook	Interações Sociais	2011
109.	Facebook	Fotos Antigas	2011
110.	Facebook	Curtindo a Vida	2012
111.	Facebook	Eu Amo Minhas Filhas	2012
112.	Facebook	Mãe... te amo	2012
113.	Facebook	Opção Religiosa	2012
114.	Facebook	Obrigada pelas Felicitações	2011
115.	Facebook	Combate à Corrupção	2012
116.	Facebook	<i>Beach</i> com a Família	2012
117.	Facebook	Elogios aos Filhos	2011
118.	Facebook	Aniversário de Casamento	2012
119.	Facebook	Corujando	2011
120.	Facebook	Idosos Causam Sono	2012

FONTE: AUTORA (2012).

TABELA 17 - GRUPO ANALISADO NO FACEBOOK<sup>35</sup>

<b>Perfil</b>	<b>Idade</b>	<b>Contexto - Área de Trabalho – Ensino</b>
Gloria	62 anos	Professora. Curso Superior.
Roberta	64 anos	Manicure em Salão de Beleza. Ensino Médio
Giovanni	69 anos	Analista de Sistemas. Curso Superior.
Bárbara	78 anos	Área Cultural. Curso Superior.
Maria Rita	64 anos	Bancária. Curso Médio.
José	66 anos	Diretor Comercial. Curso Superior.
Joana	85 anos	Sem informações.
Francisca	85 anos	Sem informações.
Jerônimo	65 anos	Bancário. Curso Superior.
Sonia	64 anos	Pedagoga. Curso Superior

FONTE: PERFIL DO FACEBOOK. AUTORA (2012).

<sup>35</sup> Alteraram-se os nomes dos pesquisados para manter sua privacidade.

### 5.1.2 A Exploração do Material

A partir dos objetos empíricos selecionados realizou-se uma exploração das categorias e das unidades de contexto (variáveis) com o intuito de verificar as representações sociais do envelhecimento anteriormente categorizadas (STACHESKI; MASSI, 2011).

Estipularam-se as categorias e as variáveis para que pudessem abranger todas as unidades comunicativas coletadas: notícias, informações e publicações nas redes sociais. Não se focou a estrutura de análise para vislumbrar elementos de uma notícia jornalística como: título, título auxiliar, *lead*, corpo da notícia, conclusão, editoriais, localização, tamanho da notícia. Entretanto, enfocaram-se conteúdos temáticos que identificassem representações sociais do envelhecimento no sistema de interação midiático, conforme objetivo geral da tese. As visões abaixo se fundamentam no capítulo 2. Seguem as categorias e variáveis da análise:

**O envelhecimento e a degeneração das funções biológicas:** visa mapear temáticas sobre a debilitação física e mental dos idosos. Enquadram-se nesta categoria unidades comunicativas que apresentam:

- a) Doenças e perdas físicas advindas com a idade.
- b) Morte e fim biológico.
- c) Prevenção de doenças por políticas de saúde pública.

**O envelhecimento e a fragilidade social do idoso:** pretende mapear temáticas sobre a fragilidade do idoso. Enquadram-se nesta categoria unidades comunicativas que apresentam:

- a) Abandono e negligências.

- b) Discriminação.
- c) Violências – agressão física e/ou psicológica.
- d) Usurpação de bens.

**O envelhecimento e a responsabilidade individual do idoso frente à velhice:** objetiva identificar temáticas no processo de responsabilização do idoso por seu envelhecimento. Enquadram-se nesta categoria unidades comunicativas que apresentam:

- a) Alimentação saudável para combater o envelhecimento.
- b) Exercícios físicos e mentais para combater o envelhecimento.
- c) Busca pelo modelo do corpo jovem.

**O envelhecimento e a nova geração consumidora:** identifica temáticas que percebem o idoso como um novo público consumidor. Enquadram-se nesta categoria unidades comunicativas que apresentam:

- a) Idosos como público consumidor.
- b) Idosos e poder aquisitivo.

**O envelhecimento bem sucedido:** identifica temáticas que apresentem contextos do envelhecimento bem sucedido. Enquadram-se, nesta variável, unidades comunicativas que apresentam:

- a) Ações intergeracionais.
- b) Entretenimento e interações sociais.
- c) Reivindicação de direitos e deveres.
- d) Engajamento comunitário.

Diante da exploração dos dados, das três unidades de registros (objetos empíricos) analisados, elaboraram-se dois tipos de análises: as quantitativas e as qualitativas, que resultaram nas seguintes tabulações:

- a) Tabelas quantitativas para identificar a presença das variáveis estabelecidas nas unidades comunicativas.

Análise de conteúdo de unidades comunicativas do *site* oficial do Ministério da Saúde – “Portal da Saúde (SUS): Idosos” (2012/2013).

Análise de conteúdo da cobertura midiática da “Campanha Nacional de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”, 2010.

Análise de conteúdo de publicações de idosos no Facebook (2011/2012).

Cruzamento de tabelas - quantificação de presenças.

- b) Análise qualitativa - para identificar a descrição de conteúdos manifestos nas unidades comunicativas que comprovam as variáveis estabelecidas e quantificadas. Para essa etapa selecionaram-se trechos retirados das unidades comunicativas de cada objeto empírico e, também, das entrevistas semiestruturadas com o grupo idoso analisado. Ressalta-se que se utilizaram, para o aprofundamento qualitativo, trechos das unidades comunicativas e imagens. Um recorte do número total quantitativamente levantado - que constam, devidamente referenciados, conforme as tabelas 14, 15 e 16, nas análises abaixo.

### 5.1.3 A Análise: Descrição e Interpretação de Dados.

Neste subtítulo, o objetivo é descrever e interpretar os dados captados, quantitativa e qualitativamente das unidades comunicativas. Itens que geram as inferências nas mensagens e os conteúdos manifestos.

Para a análise qualitativa dos conteúdos manifestos escolheram-se exemplos retirados das unidades comunicativas e das entrevistas semiestruturadas. Os trechos selecionados se entrelaçam com os números de frequência quantitativos. A interpretação dos dados, nesta tese, se realiza através de uma exploração dos significados expressos nas categorias da análise em contraste com a fundamentação teórica desenvolvida no estudo (MORAES, 1999).

Inicialmente, seguem algumas constatações sobre os objetos empíricos analisados.

No *site* oficial do Ministério da Saúde – “Portal da Saúde (SUS): Idosos”, constata-se, previamente, por uma observação ao *design* digital implantado, que na interface do *website* os conteúdos não dialogam diretamente com a população idosa, mas com um terceiro – o cuidador, a família ou a população em geral (vide figura 09). Os conteúdos publicados no “Portal da Saúde” repassam informações sobre o envelhecimento (e suas temáticas), mas não fomentam uma ativação *on-line* para o diálogo com pessoas idosas. O *site* tem dois canais de contato, um endereço de e-mail, “fale conosco” e um telefone nacional “disque saúde – 136”. Não existem canais interativos e incentivos pela acessibilidade digital ou ações aproximativas com idosos como redes sociais específicas, que fomentem um diálogo direto, *on-line*, com a população idosa (conforme possibilidades existentes nos exemplos europeus, do capítulo 4).

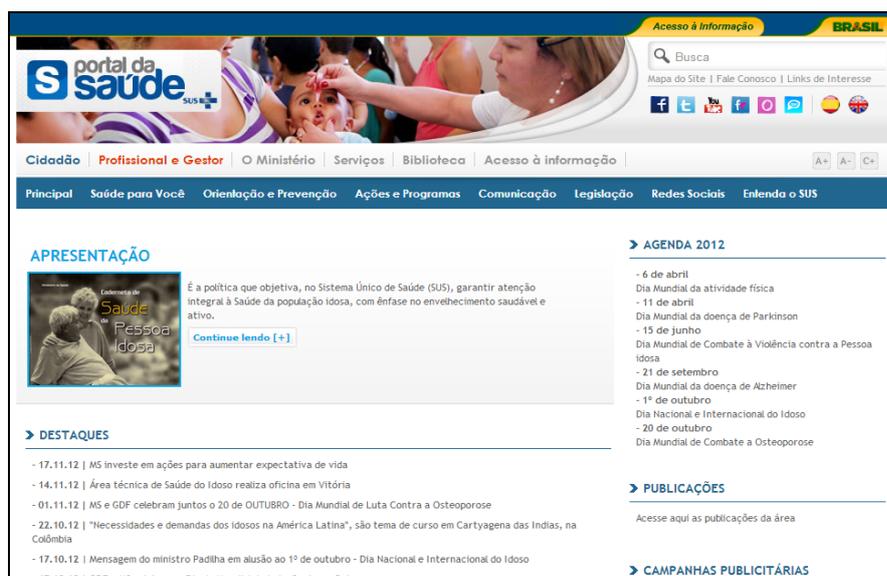
Para ilustrar a afirmação, seguem trechos de conteúdos do *site* que tem como público-alvo uma terceira pessoa – que não é o idoso, diretamente:

Em linguagem acessível, o manual traz noções práticas para profissionais e leigos. Ele ensina, por exemplo, a como dar banho, como lidar em casos de quedas, convulsões, oferece dicas para uma alimentação saudável e ainda como transferir um idoso acamado para uma cadeira. “A iniciativa coloca os cuidadores como tema central do Mais Saúde e pretende dar visibilidade a essas pessoas que nem sempre tem o conhecimento e as informações necessárias que possibilitem a prevenção de problemas de saúde com o idoso”, afirma a coordenadora da área técnica de saúde do idoso do ministério, Luiza Machado. (ref.30).

As quedas e suas consequências para as pessoas idosas no Brasil têm assumido dimensão de epidemia. (ref.32).

O *site* oficial do Ministério da Saúde, como afirmado anteriormente, direciona suas informações para um terceiro elemento – que não é o idoso. São apresentados manuais, guias, informações e notícias para o cuidador, para o familiar e para o público em geral, mas não há um diálogo direto com a população idosa.

FIGURA 09 - SITE OFICIAL – PORTAL DA SAÚDE(SUS): IDOSOS



FONTE: “PORTAL DA SAÚDE (SUS): IDOSOS”.

Na cobertura midiática da “Campanha Nacional de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito, 2010”, ressalta-se que o mote da mobilização proposta já apresenta uma temática sobre a representação estereotipada do idoso (vítimas de violência) e que os produtores midiáticos, em sua maioria, seguem as significações repassadas por promotores de políticas.

No entanto, acredita-se que seria viável apresentar diferenciadas visões sociais do envelhecimento na mídia. Por exemplo, existem notícias que – em uma única unidade comunicativa - fortalecem a fragilidade social do idoso e que apresentam, no mesmo conteúdo, uma expressão de resistência à fragilidade social – ao mostrar idosos e movimentos que refratam uma condição vitimada. Para ilustrar a questão, seguem alguns títulos do objeto empírico:

Idosos reivindicam direitos e respeito em manifestação. (ref.43).

Idosos silenciam sobre a violência na família. (ref.44).

Apresenta-se um título, “idosos reivindicam”, com referência a idosos ativos, engajados comunitariamente, que buscam seus direitos, que se mobilizam para reivindicar. Contudo, o outro título, “idosos silenciam”, gera representações de um idoso passivo e vitimado socialmente.

As publicações do Facebook analisadas são de um grupo de idosos, conforme citado anteriormente, que possui recursos (competências e possibilidades) para se apropriar das tecnologias de comunicação e informação. Compreende-se que é um grupo específico, que apresenta características prévias de inclusão social. Este grupo faz parte da população idosa brasileira, entretanto, não reflete as representações sociais apresentadas por promotores de políticas (degeneração biológica) e produtores midiáticos (fragilidade social do idoso). As visões sociais encontradas na auto referenciação de idosos, no Facebook, se enquadram em um envelhecimento bem sucedido, ativo, no qual as interações digitais geram um efeito de pertença, de sentido. O grupo de idosos analisado refrata, assim, a ideia de vitimização social e apresenta-se ativo nas práticas comunicativas da comunidade.

A análise dos três objetos empíricos identifica conteúdos das unidades comunicativas que se enquadram nas visões sociais do envelhecimento, fundamentadas no capítulo 2. A frequência de presença das variáveis contabilizadas aparece na tabela 18 e no gráfico 01. Destacam-se, também, as representações sociais do envelhecimento que mais se apresentaram em cada eixo da comunicação pública: promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais. A tabela individual de cada unidade de registro se encontra no apêndice II.

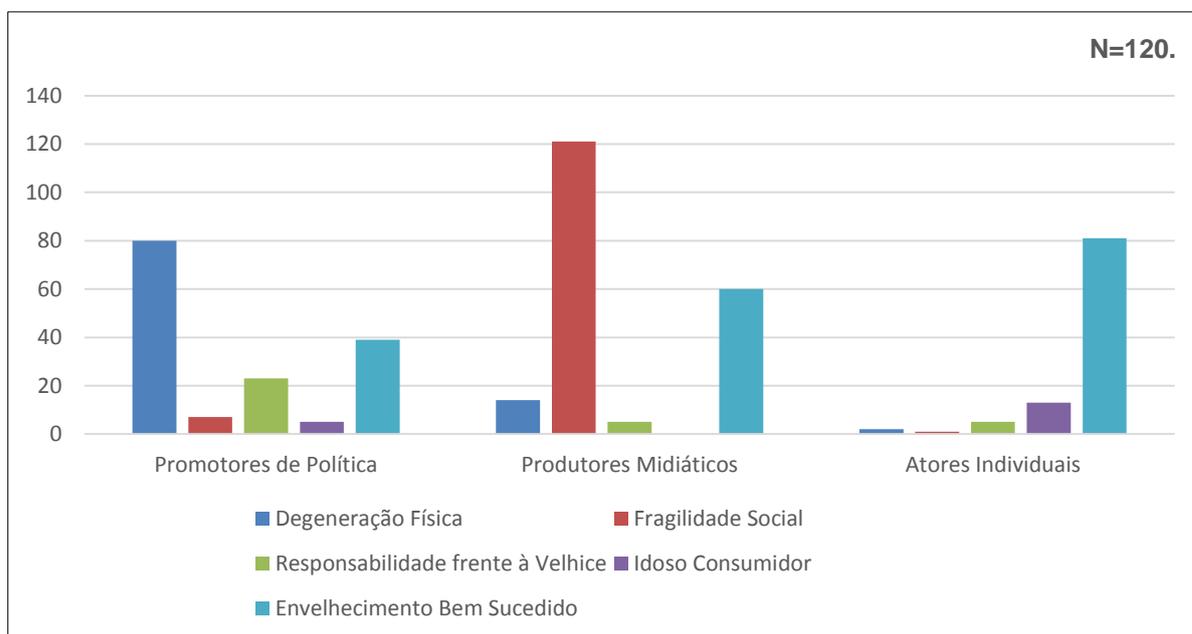
TABELA 18 - CRUZAMENTO DE DADOS

<b>Categorias</b>	<b>Unidades de Contexto / Indicadores</b>	<b>Promotores de Políticas</b>	<b>Produtores Midiáticos</b>	<b>Atores Individuais</b>	<b>N.T. = 120</b>
<b>Debilitação física e mental</b>	Doenças e perdas físicas advindas com a idade.	30	9	1	<b>40</b>
	Morte e fim biológico.	18	1	1	<b>20</b>
	Prevenção de doenças.	32	4	0	<b>36</b>
	<b>Total de Presenças</b>	<b>80</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>96</b>
<b>Fragilidade Social do Idoso</b>	Abandono e negligências.	2	28	1	<b>31</b>
	Denúncias e discriminação.	3	36	0	<b>39</b>
	Violência – agressão física ou psicológica	0	39	0	<b>39</b>
	Apropriação de bens.	2	18	0	<b>20</b>
	<b>Total de Presenças</b>	<b>7</b>	<b>121</b>	<b>1</b>	<b>129</b>
<b>Responsabilidade do Idoso frente à Velhice</b>	Alimentação saudável.	4	2	0	<b>6</b>
	Exercícios físicos e mentais.	3	1	0	<b>4</b>
	Corpo jovem.	16	2	5	<b>23</b>
	<b>Total de Presenças</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>33</b>
<b>Idosos como Consumidores</b>	Público consumidor.	5	0	6	<b>11</b>
	Poder aquisitivo.	0	0	7	<b>7</b>
	<b>Total de Presenças</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>18</b>
<b>Envelhecimento Bem Sucedido</b>	Ações intergeracionais.	4	4	40	<b>48</b>
	Entretenimento e interações sociais.	8	9	40	<b>57</b>
	Direitos, deveres e reivindicações.	20	38	1	<b>59</b>
	Engajamento comunitário.	7	9	0	<b>16</b>
	<b>Total de Presenças</b>	<b>39</b>	<b>60</b>	<b>81</b>	<b>180</b>

FONTE: AUTORA (2013).

Para ilustrar visualmente, seguem os dados da tabela 18, também em gráfico.

GRÁFICO 01 - REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO ENVELHECIMENTO



FONTE: AUTORA (2013).

De acordo com a tabela 18 e com o gráfico 01 constata-se que nas unidades comunicativas as representações sociais do envelhecimento que aparecem em destaque são:

Promotores de políticas: as variáveis que mais se destacam são enquadradas na visão do envelhecimento e da degeneração das funções biológicas.

Produtores midiáticos: a maior frequência das variáveis está na visão do envelhecimento e da fragilidade social do idoso.

Atores individuais no Facebook: a representação do envelhecimento bem sucedido é a que mais se destaca.

São vozes que se contradizem e se entrelaçam na sociedade. Enquanto as representações sociais do envelhecimento se balizam pela degeneração biológica por promotores de políticas e pela fragilidade social por produtores midiáticos – há um grupo de idosos que repercute, na rede social digital, um envelhecimento bem sucedido.

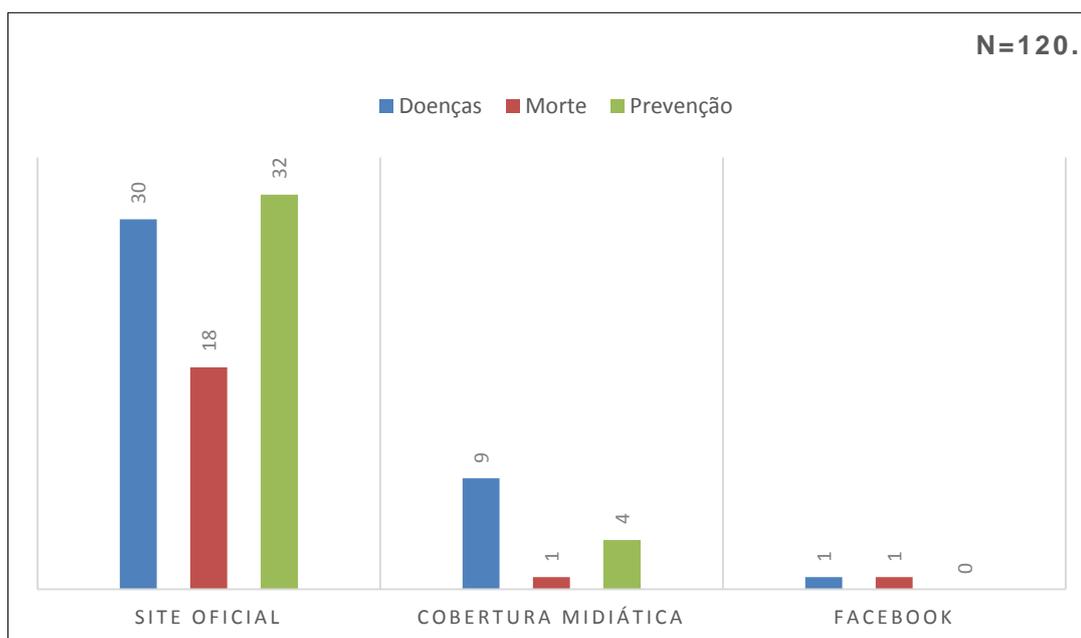
A visão de um envelhecimento homogeneizador, portanto, não se fundamenta. A velhice, assim como todas as etapas da vida, é heterogênea. Há diversas formas de vivenciar o processo de envelhecimento, frequentemente, sem dramaticidades ou frustrações. Existem idosos que estão satisfeitos com a vida, com uma adaptação positiva e uma participação social ativa que pode contribuir de maneira mais efetiva para as questões públicas brasileiras.

A seguir, análises quantitativas e qualitativas mais detalhadas das constatações obtidas.

### **Categoria: O Envelhecimento e a Degeneração das Funções Biológicas.**

Em 120 unidades comunicativas analisadas, nas três unidades de registro, 40 apresentam conteúdos sobre “doenças e perdas físicas advindas com a idade”; 20 abordam a questão “da morte e fim biológico” e 36 de “prevenção de doenças por meio de políticas públicas”, conforme gráfico 02.

GRÁFICO 02 - DEGENERAÇÃO FÍSICA E MENTAL



FONTE: AUTORA (2013).

Observa-se no gráfico que, nos conteúdos analisados, tanto produtores midiáticos quanto atores individuais quase não retratam a visão do envelhecimento e da degeneração biológica. Há, no entanto, uma forte repercussão desses aspectos entre promotores de políticas. As informações do *site* oficial do Ministério da Saúde fundamentam-se na degeneração biológica de idosos. Em 40 unidades comunicativas analisadas neste *site*, 30 apresentam as variáveis sobre “perdas físicas no envelhecimento”; 32 sobre “prevenção de doenças” e 18 sobre “morte e fim biológico”.

Em uma quantidade superior às outras unidades de registro, encontram-se no *site* oficial do Ministério da Saúde, as variáveis sobre a “degeneração das funções biológicas”, com 80 registros no total. Enfatiza-se que o resultado apresentado possivelmente está vinculado, por se tratar de um órgão governamental específico de saúde pública, que direciona o conceito de “saúde” para os aspectos físicos e fisiológicos do corpo humano. Vale salientar, no entanto, que o conceito de “saúde” é muito mais amplo, construído socialmente e envolve posturas e conjunturas políticas e econômicas:

O conceito de saúde reflete a conjuntura social, econômica, política e cultural. Ou seja: saúde não representa a mesma coisa para todas as pessoas. Dependerá da época, do lugar, da classe social. Dependerá de valores individuais, dependerá de concepções científicas, religiosas, filosóficas. O mesmo, aliás, pode ser dito das doenças. Aquilo que é considerado doença varia muito (SCLIAR, 2007, p.30).

Ser (estar) saudável não é apenas a ausência de doenças – mas, sim, um entrelaçar de fatores interdisciplinares de contextos sociais e culturais dos sujeitos. Cada grupo específico em uma sociedade tem um entendimento sobre o que é saúde. Seu conceito depende de suas experiências no decorrer da vida, do lugar, da época e da classe social (MINAYO, 2008). Assim, não se vincula apenas às áreas específicas da saúde, mas a todos os campos que constituem a sociedade, como educação, mídia e cultura em geral.

Como exemplo da temática de degeneração biológica encontrada no *site* oficial do Ministério da Saúde, cita-se a informação em relação a quedas por idosos (ref.32) que se apresenta, de forma homogênea, pela debilitação física:

A queda em pessoas idosas está associada à dificuldade de visão, auditiva, uso inadequado de medicamentos, dificuldade de equilíbrio, perda progressiva de força nos membros inferiores, osteoporose, dentre outras situações clínicas que culminam para maior probabilidade de uma pessoa idosa cair.

O conteúdo afirma que a queda em pessoas idosas está associada à degeneração biológica do envelhecimento: a dificuldade de visão, de audição, de equilíbrio e a perda progressiva de força nos membros inferiores, “dentre outras situações clínicas que culminam para maior probabilidade de uma pessoa idosa cair”. Percebe-se que a mudança física atrelada ao declínio fisiológico fortalece a concepção de que o envelhecimento é uma perda sem fim.

Assim, a degeneração das funções biológicas, na velhice, muitas vezes, define não apenas o envelhecimento físico, mas, também, o imaginário sobre as experiências de envelhecer. Os sujeitos, então, recorrem a discursos médicos para se constituir no processo de envelhecimento.

No entanto, não se deve engessar o processo de envelhecimento apenas ao declínio das funções biológicas, pois estas acontecem de maneira única para cada sujeito (NERI; YASSUDA, 2008). Em outra unidade comunicativa, do *site* oficial, tem-se:

Em linguagem acessível, o manual traz noções práticas para profissionais e leigos. Ele ensina, por exemplo, a como dar banho, como lidar em casos de quedas, convulsões, oferece dicas para uma alimentação saudável e ainda como transferir um idoso acamado para uma cadeira. (ref.34).

O fragmento do texto, “a como dar banho, como lidar em casos de queda”, remete a uma significação de fraqueza e doença no envelhecimento a um corpo senil. A figura do idoso, assim, pode questionar a idealização atual do jovem na sociedade,

pois o envelhecimento contradiz o que é viril e se define pela impotência, pela feiura e pela doença.

A visão da degeneração biológica é muito forte. Ninguém escapa da involução orgânica. Os sujeitos temem a decadência física por que as sociedades vivem e sobrevivem em busca do vigor e da fecundidade (BEAUVOIR, 1990).

Ainda, o *site* oficial apresenta uma imagem que se vincula ao enquadramento de debilitação física. Segue um exemplo na figura 10: na imagem tem-se uma idosa em uma maca, socorrida por médicos, em uma situação que aparenta gravidade.

FIGURA 10 - QUEDAS DE IDOSOS (REF.32)



FONTE: PORTAL DA SAÚDE (2012).

Para o próprio idoso, torna-se difícil ter uma auto representação positiva se na sociedade existe o culto ao corpo jovem, por se acreditar que a constituição do sujeito, do o que é ser velho, de como entender a velhice, se constrói por meio das interações verbais e cotidianas que os indivíduos realizam no dia-a-dia, em sua coletividade, movidos, principalmente, pelos objetivos econômicos da sociedade presente.

As experiências do envelhecimento e do que é ser idoso variam no tempo histórico de uma sociedade, dependendo das circunstâncias econômicas de tal

sociedade, como abordado nas perspectivas interacionistas da comunicação, no capítulo 3. Elias (2001, p. 80) traz a dificuldade de idosos se conceberem frente à velhice a partir de uma abordagem dialógica:

Não é fácil imaginar que nosso próprio corpo, tão cheio de frescor e muitas vezes de sensações agradáveis, pode ficar vagaroso, cansado e desajeitado. Não podemos imaginá-lo e, no fundo, não o queremos. Dito de outra maneira, a identificação com os velhos e com os moribundos compreensivelmente coloca dificuldades especiais para as pessoas de outras faixas etárias. Consciente ou inconscientemente, elas resistem à ideia de seu próprio envelhecimento e morte tanto quanto possível.

O fortalecimento da representação da degeneração biológica do envelhecimento pode ser bastante prejudicial para as pessoas idosas, influenciando a sua saúde, os seus desempenhos cognitivos e comportamentais por meios chamados “profecias autocumpridas” as quais traduzem a ideia de que os sujeitos tendem a reforçar seus conceitos pré-concebidos através de seus comportamentos (MARQUES, 2011).

A cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito, 2010”, apresentou 14 registros com as variáveis da temática “degeneração biológica”. Cita-se o seguinte exemplo desta categoria:

Eu vinha com umas verduras de Água Lindas. Não era tanta coisa assim, mas ele falou que velho não podia andar com tanta sacola. O negócio é que eles não querem respeitar a gente. (ref.42).

Tem-se, nesta unidade comunicativa, o registro de um idoso que descreve o preconceito que recebe, a partir de uma visão da degeneração biológica, “velho não podia andar com tanta sacola”. Com esse depoimento, salienta-se que no cotidiano e no sistema de interação midiático, é comum a associação entre a velhice, a doença e a debilitação física. Essa forma de conceber o processo de envelhecimento pode trazer sentimentos de inferioridade e desgosto a idosos. Como as pessoas mais velhas necessitam de alguns cuidados médicos especiais, áreas como a medicina e aquelas

voltadas à prevenção de doenças, são tomadas como predominantes nos meios de comunicação, quando se abordam temas vinculados ao envelhecimento (MEASSI, 2008).

Assim, expressões presentes na coletividade demonstram perdas físicas, psíquicas e sociais de idosos - representadas pela fraqueza, diminuição de força e da vitalidade orgânica (JARDIM, 2007). As perdas psíquicas são representadas pelo declínio da memória, pela anulação da vida afetiva e pelo desinteresse em construir novas relações e adquirir novos conhecimentos. As perdas sociais estão vinculadas a um ser não-produtivo, dependente e à margem da sociedade (JARDIM, 2007). Essas características tornam o idoso frequentemente, um peso social, reduzindo a velhice a uma situação desagradável.

A representação de debilitação física está posta na sociedade nas interações sociais do dia-a-dia. Agra de Ó; Souza; Costa e Almeida (2010, p. 5) afirmam: “vem se criando um consenso em torno da ideia de que o corpo envelhecido é frágil, o que se torna possível mediante a sua comparação com o corpo do indivíduo adulto jovem, tomado como o gabarito da corporeidade ideal”. A juventude e a força física são aspectos, portanto, que se contradizem com o desgaste biológico de idosos: cabelos grisalhos, perda de peso, redução da massa corpórea magra, pele enrugada, entre outros. Não se considera nesse enquadramento, a biografia do sujeito idoso, apenas sua decadência biológica (BEVOUIR, 1990).

No Facebook se localizaram 02 registros da temática. Como exemplo, ilustra-se:

Ninguém (seja homem ou mulher) é bonito fisicamente, esbelto, bom de cama e jovem para toda a vida... A velhice vem para todos e com ela a solidão para os que pensam desta forma. (ref.81).

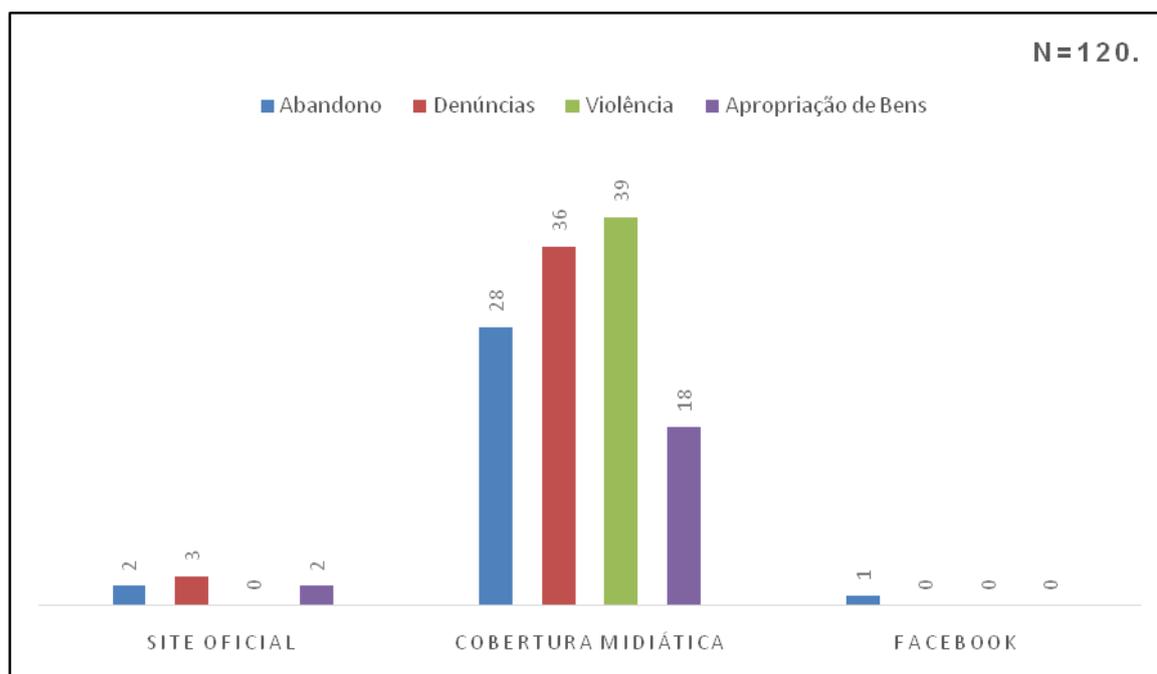
Em uma coletividade que engrandece a saúde perfeita e a beleza física, a velhice se transforma em doença. Como afirma a frase da unidade comunicativa:

“ninguém é bonito fisicamente, esbelto, bom de cama e jovem para toda a vida”. A publicação traz um reforço ao culto da beleza física, ao mesmo tempo em que alerta ser impossível mantê-la na velhice e que novos meios de interação devem ser suscitados para evitar a solidão.

### **Categoria: O Envelhecimento e a Fragilidade Social do Idoso.**

Quantitativamente, nesta temática, encontraram-se nas 120 unidades comunicativas analisadas: 31 enquadramentos em “abandono e negligência”; 39 em “denúncias e discriminação”; 39 em “violências (agressão física ou psicológica)”; e 20 em “usurpação de bens”, conforme gráfico 03. Em promotores de políticas foram registradas 07 variáveis nas unidades comunicativas; em produtores midiáticos, 121 registros e apenas 01, em atores individuais. Verifica-se, com isso, a grande expressão desta representação na mídia brasileira.

GRÁFICO 03 - FRAGILIDADE SOCIAL DO IDOSO



FONTE: AUTORA (2013).

Constata-se que não se aborda a fragilidade social do idoso com frequência considerável no *site* oficial do Ministério da Saúde, que apresenta como conteúdo principal “a prevenção de doenças”. A questão da “violência contra o idoso” aparece de maneira bastante superficial no *site* oficial analisado. Não se nota o aprofundamento do tema nesta unidade de registro, e há poucas informações a respeito de abandono, violência e apropriação de bens<sup>36</sup>. Uma das referências encontradas no *site* oficial está no Guia do Cuidador (ref.34):

Denunciar em casos de maus-tratos no Conselho Municipal dos Direitos da Pessoa Idosa ou no Ministério Público, nas Delegacias Policiais, no IML ou nas Delegacias especializadas da mulher e Centros de Referência da Mulher.

O conteúdo acima registrado orienta e incentiva aos cuidadores que denunciem nos órgãos públicos especificados, os maus-tratos aos idosos. Como explicado anteriormente, o *site* oficial do “Portal da Saúde (SUS): Idosos”, do Ministério da Saúde não ressalta a temática sobre a fragilidade social de idosos. Cabe, assim, a outros órgãos públicos se pronunciarem sobre as violências contra as pessoas mais velhas.

Já na cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”, aparecem 121 registros nesta categoria, sendo 28 em “abandono”; 36 em “denúncias”; 39 em “violências” e 18 em “usurpação de bens”. É a representação que mais se destaca entre as unidades analisadas de produtores midiáticos.

A violência contra idosos, apresentada no sistema de interação midiático analisado, traz uma visão fragilizada do idoso, advinda do desrespeito, do preconceito e da crueldade. Contudo, precisa-se superar esta visão, muitas vezes tratada de forma

---

<sup>36</sup> No entanto, salienta-se que outros sítios oficiais, como o Ministério da Justiça, a Secretaria Oficial do Idoso no Distrito Federal, que não foram analisados, abordam e explicitam o tema socialmente.

homogênea (SALOMÃO REIS, 2011). A violência contra o idoso é uma afronta à dignidade humana vinculada a uma representação negativa de velhice (SALOMÃO REIS, 2011). Acredita-se que estereótipos negativos que vinculam sistematicamente pessoas mais velhas à incompetência, à passividade, à doença e à hostilidade social não colaboram para a mudança da ideologia do idadismo nas sociedades. No entanto, a fragilidade social de idosos está presente e reforçada na circulação das vozes sociais e nas ações do cotidiano de pessoas idosas.

A seguir, exemplos encontrados na cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito” que demonstram a fragilidade social:

Abandono (19%), agressão física (16%), agressão verbal (13%), apropriação de bens (12%) e ameaça (8%). (ref.41).

A principal violência sofrida por eles é a violência econômica e psicológica. (ref.43).

(...) torna-se mais importante a realização de eventos como o de ontem, para conscientizar a população de uma forma agradável”, frisou Evaldo Monteiro. Ele alerta para o fato de que, mesmo com diversas campanhas na mídia nacional, a situação da violência do idoso vem se agravando. “E isso se deve a vários fatores, como o uso de drogas e álcool pelos familiares que moram com o idoso”, disse, comentando sobre a dificuldade de resolução do problema. (ref.44).

Estão presentes nas unidades comunicativas acima referenciadas registros como o “abandono”; a “agressão física”; a “agressão verbal”; a “apropriação de bens”; as “ameaças”; a “exploração financeira” e a “situação do idoso vem se agravando”. Essas abordagens geram significados de dor, de dependência e, principalmente, de vergonha pela fragilidade social dos idosos. Estes têm a probabilidade de se constituir assim e assumir uma identidade vitimizada socialmente, refletindo, por fim, essa representação social. Mesmo sujeitos ainda não idosos, podem pré-conceber imagens negativas da velhice originadas do impacto da violência contra as pessoas mais velhas.

Cada sociedade cria seus próprios valores e é no contexto social que o conteúdo da palavra “declínio”, tão vinculado à velhice, nos dias de hoje, adquire um sentido

preciso (BEAUVIOR, 1990). Um dos grandes desafios da humanidade é superar a incapacidade da coletividade em se adequar aos anos a mais de vida pelos quais luta. Como afirma a unidade analisada, “a situação do idoso vem se agravando”.

Exemplifica-se a expressão da violência contra idosos na seguinte unidade comunicativa da cobertura midiática:

Uma senhora de 80 anos, moradora de Paranaguá, no litoral paranaense, vivia uma situação semelhante a essa. Ela era trancada em casa, enquanto o filho saía para gastar cerca de R\$1,5 mil que a mãe recebia todos os meses. Nada era comprado para ela. A senhora dormia em um sofá de dois lugares; já o filho ficava com a única cama da casa. Comida fresca não tinha. Apesar de elogiar o filho e dizer que não era maltratada, o Ministério Público determinou que a mulher fosse encaminhada para a casa de uma filha. (ref. 71).

Neste conteúdo, por meio da expressão de produtores midiáticos, registra-se um retrato de violência e passividade do idoso, “era trancada em casa”; “elogiar o filho”. Percebe-se que o estigma social da velhice perdura na cultura brasileira, nas interações diárias, no sistema midiático e é repassado pelas gerações, por meio do contexto sócio-histórico e até mesmo, pela aceitação de idosos dessa vitimização social. A idosa em questão, mesmo sendo violentada psicologicamente, elogia o filho, segundo a unidade comunicativa.

As sociedades ocidentais são muito complacentes com o idadismo, ao repassar de geração para geração os estereótipos de idosos (MARQUES, 2011). A afirmação se justifica pelo aumento da violência com pessoas idosas no Brasil.

De acordo com o Disque 100, o Disque Denúncia Nacional, telefone da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência brasileira, de janeiro a novembro de 2012, o órgão registrou mais de 21 mil denúncias. Mas, em 2011, foram pouco mais de 7 mil. Houve, assim, um aumento de quase 200%, relativo a denúncias de violência contra idosos no Brasil. As unidades comunicativas da cobertura midiática, a seguir exemplificadas, referem-se, também, a alguns números da violência contra idosos:

70 agressões. Foi o número de agressões psicológicas ocorridas no ano passado na Serra, seguidas por negligência (26), exploração financeira (18), abandono (16) e física (20). (ref.47).

No ano passado, a Secretaria de Envelhecimento Saudável recebeu 524 denúncias envolvendo pessoas da terceira idade. (ref.41).

O que temos registrado é um crescimento do número de denúncias. Isso se deve ao acesso dessas pessoas às formas de como efetuar esses registros, principalmente com o advento do Estatuto do Idoso. (ref.49).

A cada dois dias, em média, a 2. Promotoria de Justiça Especializada instaura um procedimento para apurar denúncias graves como maus-tratos, negligência, omissão ou apropriação de bens e renda. (ref.48).

A partir das informações do Disque 100, a negligência e a violência psicológica (DDN 100, 2012), são os crimes mais denunciados. Essas informações constam nas unidades comunicativas analisadas na cobertura midiática:

Entre os tipos de queixa, negligência aparece em primeiro lugar. (ref.41).

As denúncias que chegam à 2ª Promotoria são variadas. Incluem idosos abandonados, pessoas que se apoderam do benefício da aposentadoria, agressões físicas e psicológicas, entre outras. (ref.48).

Violência contra o idoso acontece de várias maneiras, com ênfase para agressões físicas e psicológicas, negligência ou exploração financeira. (ref.44).

(...) no caso dos homens, a principal ocorrência é o abandono e a exploração financeira. (ref.47).

A violência contra idosos pode criar sentimentos de repulsa, de insegurança em relação à velhice por meio de realidades expostas em diálogo de forma homogênea, no sistema de interação midiático: a “negligência” com pessoas idosas; em relação às “pessoas que se apoderam do benefício da aposentadoria”; às “agressões físicas e psicológicas”; ao “abandono” e à “exploração financeira”.

As redes de comunicação, as instituições e as vozes sociais retratam, em sua maioria de forma homogênea, idosos como sujeitos fracos, passivos, não educados, vítimas empobrecidas, dependentes e sem autonomia para tomada de decisões

(GROSSI; SANTOS, 2003). Esses estigmas da velhice são aceitos, frequentemente, pelo próprio idoso, que começa a se considerar inferior, aceitar ser tratado como criança e/ou objeto e a refletir significações negativas da velhice. Os estereótipos negativos associam de forma sistemática as pessoas idosas à incompetência e à doença, ideias que não ajudam a mudar os estigmas do envelhecimento (MARQUES, 2011).

O julgamento hostil do envelhecimento, citado por Papaléo Netto (2007), na atualidade, é fruto de uma contextualização histórica e social da humanidade, pois a concepção geral da velhice - assim como da infância e da adolescência - é cultural e se constitui por meio dos costumes diários de cada sociedade.

Referenciam-se, também, alguns títulos das notícias publicadas na cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito” que podem significar um idoso homogeneizado, passivo e vitimizado:

Idosos silenciam sobre a violência na família. (ref.44).

A dor silenciosa dos idosos. (ref.45).

Humilhação é a principal agressão contra idosos. (ref.47).

Uma vítima a cada 2 dias. (ref.48).

Idosos têm sido vítimas de violências. (ref.49).

Os títulos acima possuem unidades de contexto que geram a significação de um idoso sem papel social, passivo, vitimado frente à sociedade, fadado a experiências negativas na velhice, como a debilidade física advinda com o envelhecimento (“queda”, “idosos silenciam”, “a dor silenciosa”, “humilhação”, “uma vítima”, “vítimas de violências”).

Salientam-se outros trechos nas unidades comunicativas:

Número de denúncias é bem menor que o volume real de violência e abusos contra a terceira idade. Vergonha inibe queixa. (ref.45).

Eles fazem um pacto de silêncio. O idoso consciente só vai denunciar depois de ter sofrido muito. Eles não querem penalizar quem amam (...). (ref.45).

Com este perfil, o idoso brasileiro, que mantém o seu lar, sendo a população que mais cresce no mundo, sofre muitas vezes as escondidas de vários tipos de violência, sendo a maioria delas oriundas de seu âmbito familiar. (ref.62).

Como afirma a notícia: “onde deveria existir um grito de basta, há silêncio”. São expressões midiáticas que reforçam a anulação social do idoso – da relação entre fragilidade e a velhice - da impotência de refratar sua constituição vitimada e doentia na coletividade.

Importante salientar que toda matéria jornalística tem um processo, pensado como uma agenda possível, um olhar desejável para os contextos sociais (TRAQUINA, 2005). Existe uma lógica jornalística na exposição dos fatos. Na mídia são descrições de experiências sociais, nas quais se inserem a hierarquização de valores, como abordado no capítulo 3, o sistema de interação midiático e seu agenciamento relativo ao poder das representações.

A partir dessa constatação, percebe-se no sistema de interação midiático, a existência da construção de vitimização da velhice. Toda vez que o termo “idoso” surge nas notícias chama a atenção da comunidade. Parece ser uma linha de expressões sobre a violência, a segurança e os estereótipos do envelhecimento.

As variáveis desta temática encontram-se em outros exemplos, como na cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”:

O policial precisa saber ouvir o idoso, que muitas vezes passa pela difícil situação de ter que denunciar um parente. (ref.41).

(...) as denúncias partem, principalmente, dos vizinhos, que veem a situação e ligam para o serviço. (ref.47).

Cerca de 70% das denúncias tratam de maus-tratos físicos. Esse é o mesmo percentual de casos em que as filhas agredem as mães. Em geral, aqueles que

machucam os idosos são do próprio núcleo familiar. (ref.42).

A violência quase sempre ocorre em casa – em 70% dos casos, a vítima mora com o agressor. (ref.41).

A violência vem da família. (ref.68).

Os trechos das notícias acima salientam violências que idosos sofrem no núcleo familiar e o medo que sentem para denunciar a família pelos maus-tratos, “difícil situação de denunciar um parente”, “denúncias tratam de maus-tratos físicos”, “em geral, aqueles que machucam os idosos são do próprio núcleo familiar”, “a vítima mora com o agressor”. Esses registros reforçam uma visão de fragilidade social, inclusive no núcleo familiar.

Vale refletir que as sociedades, em sua maioria, transformadas em tecnocráticas com o advento da industrialização, enfraqueceram o julgamento positivo a respeito da experiência de vida dos mais velhos, materializado no valor da tradição e da experiência.

Neste viés, Beauvoir (1990, p. 257) afirma que “a sociedade tecnocrática de hoje não crê que, com o passar dos anos, o saber se acumula, mas sim que acabe perecendo”. Nas sociedades industriais o interesse é investir nos jovens, que, com sua força de trabalho física, garantem a produtividade por anos a fio e as experiências vivenciadas pelos mais velhos não são valorizadas.

Como afirma Teixeira (2006, p. 40), a vigência do capitalismo reforça a problemática do envelhecimento:

O capitalismo, através do controle das práticas temporais, espaciais e dos meios de produção, aloca e realoca o tempo de vida dos trabalhadores ou o tempo social, redefinido pelas necessidades reprodutivas ampliadas do capital, seja enquanto tempo de trabalho, “tempo livre” ou tempo de envelhecer. Constituinte o envelhecimento do trabalhador, enquanto tempo de vida, objeto de controle social e de fonte de experiências negativas com essa perspectiva de tempo, que associado às desvalorizações sociais [...], pobreza e às restrições físicas e sociais, configuram parte dos problemas que essa classe enfrenta na velhice.

Na civilização moderna ocidental existe a tendência de conceber o envelhecimento como sinônimo de doenças e perdas por que se vincula à sociedade de consumo que reserva à velhice uma posição deficitária.

Outro exemplo encontrado nas unidades comunicativas da cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito” aborda a questão de agressores familiares, de descaso e apropriação indevidos, como no trecho: “netos ou filhos utilizam o dinheiro do idoso”.

(...) muitas vezes, netos ou filhos utilizam o dinheiro do idoso, deixando-o sem recursos até para a compra de alimentos e remédios. Há, ainda, o descaso com banhos e outras atividades de higiene pessoal. (ref.44).

Um dos trechos da notícia “Respeito e Gentileza de Carona” (ref.42) assevera que é a classe com maior poder aquisitivo que maltrata idosos: “geralmente é uma população com poder aquisitivo melhor, uma formação acadêmica também”, “os responsáveis pela violência para com idosos”.

Geralmente é uma população com poder aquisitivo melhor, uma formação acadêmica também. Será que essas pessoas não têm consciência que estão maltratando os idosos (...)? (ref.42).

Há famílias, portanto, que retiram do idoso a possibilidade de tomar suas decisões, de comandar os seus próximos passos, seja em relação a sua moradia, às atividades, às falas, aos seus sentimentos e às organizações econômicas. Como se, de repente, com a velhice, idosos perdessem a noção dos seus valores, de sua identidade, do seu modo de vida.

Quando o sujeito começa a vivenciar a velhice, às vezes, alguns referenciais podem se perder. Algumas referências que estiveram presentes toda a sua vida e que

demonstravam quem ele era e seu posicionamento social, perdem a significação. Por exemplo: se antes esse sujeito tinha voz ativa nas decisões de sua família, hoje, velho, ele não é mais consultado, ele não faz mais parte fundamental do diálogo familiar. Esse momento pode ser bastante conturbado, levando o idoso a se conceber como um desconhecido para si mesmo que já não localiza seu papel nos ambientes sociais. Essa perda de referência, de autonomia, de posição ativa, se agrava quando a família e a sociedade lhe atribuem uma fragilidade social, considerando-o inútil, um peso social.

Não só no Brasil essa fragilidade social do idoso acontece, como afirma a idosa portuguesa, em entrevista apresentada por Marques (2011, p. 63), “podia ter acontecido isso... se a minha filha me deixasse fazer a vida que eu fazia: passar a ferro, fazer a limpeza, tudo bem; mas ela não deixava, ela não queria que eu fizesse. Gostava de ser útil, agora estou sem fazer nada. Pelo amor de Deus, não sou incapaz! Gosto de girar, gosto de fazer enquanto puder”.

Neste contexto, a capacidade de autonomia e de tomada de decisões de idosos são feridas, como se encontra no registro a seguir, “desde o direito de gastar a aposentadoria ao de escolher o que vestir”.

O trecho da unidade comunicativa a seguir, ilustra essa situação:

Para a promotora, a violência psicológica, em alguns caso, é mais nociva que a física. E não são só os xingamentos que produzem mais danos, mas também a privação de direitos – desde o direito de gastar a aposentadoria ao de escolher o que vestir. (ref.45).

Observa-se que, nas unidades analisadas da cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”, a fragilidade social do idoso é a representação que mais variáveis apresenta. O fato se vincula à argumentação de Agra do Ó; Souza; Costa e Almeida (2010, p.127):

O que temos percebido é a pregnância, no discurso jornalístico, de certa sensibilidade social em torno do envelhecimento humano. Tal sensibilidade é

tecida com uma mescla heterogênea de fios, alguns marcados pelas cores dos estereótipos, outros pelos tons do reconhecimento dos direitos humanos da pessoa idosa, outros mais pelas sombras de uma sociabilidade vincada pela dureza e pela inclemência da barbárie.

Uma construção narrativa realizada por produtores midiáticos – que se apropriam de um enquadramento governamental – reforça visões negativas em relação ao envelhecimento em um sistema de interação midiático, como é mapeado nesta análise.

Salienta-se que a violência contra o idoso, reforçada e retratada na notícia, envolve diversos aspectos econômicos, políticos e culturais. É considerada, também, como uma forma de expressão dos múltiplos conflitos, de resistência, de lutas e de desigualdades que existem na coletividade.

Necessita-se considerar que o idoso, segundo Teixeira (2006, p. 61):

Sofre a opressão que se dá tanto pela desigualdade social e de classe, quanto ao confinamento social, dada pela segregação, pelas históricas políticas de assistência social em instituições asilares, que remontam ao século XVIII; como ao abandono ou isolamento pela família que, com as transformações capitalistas, perdem espaço enquanto unidade de produção e reprodução social, que tinham em sociedades anteriores, e se vêem exigidas a buscar os meios de sobrevivência no mercado de trabalho, sem condições de manter seus idosos, financeiramente e com cuidados.

Esta constituição sociocultural do envelhecimento se vincula ao sistema de interação midiático, representando vozes sociais da velhice presentes na coletividade. Nas últimas décadas surgem outras realidades relativas à velhice, contudo, a significação do que é ser velho ainda traz resquícios históricos. A questão da violência contra o idoso no Brasil é uma problemática social - que se inscreve na sociedade também, pela comunicação pública – que, seguidamente, vitimiza ou tem o tom paternalista com esse segmento populacional.

Viver até mais tarde traz aos idosos novas responsabilidades sociais como buscas por uma vida ativa mais longa (não necessariamente pelo desempenho das

mesmas atividades de trabalho), participação social e cultural nas comunidades onde vivem, o despertar para novas competências inovadoras e a capacidade de se adaptar aos novos contextos físicos, emocionais nos quais estão envolvidos.

Portanto, o envelhecimento populacional levanta novas demandas e necessidades aos idosos. Nessa conjuntura, a tendência é que se potencializem as lutas, as resistências e os movimentos ligados aos idosos e aos seus direitos. A questão da violência contra o idoso não se restringe apenas às esferas privadas, ao cotidiano familiar, mas, se torna pública, exigindo respostas do Estado e da sociedade para combater o idadismo.

Há ausência da discussão da velhice no espaço público (AGRA DO Ó, 2007) ou um movimento de retirá-la do espaço comum e direcioná-la ao espaço privado e de especialistas. Para Agra do Ó (2007, p. 392), “aos velhos passou a caber apenas a culpa por sua própria decadência e a alternativa do isolamento, sob os cuidados de instituições e especialistas, que os retiram do convívio social, pacificando a sensibilidade dos mais jovens”.

Repetidamente, idosos são tratados de forma homogênea nas unidades comunicativas analisadas, neste estudo, a partir de aspectos que fortalecem a representação do envelhecimento e a ausência de papel social. Seguem mais alguns exemplos:

O principal obstáculo dos atendentes que acolhem as queixas, entretanto, é o fato de que os próprios idosos retirarem, em pouco tempo, as queixas feitas aos serviços. (ref.42).

Aqueles que machucam os idosos são do próprio núcleo familiar. (ref.42).

Os idosos costumam entregar aos parentes o cartão da aposentadoria com a senha. (ref.44).

Violência contra idosos continua em alta em Caxias do Sul. (ref.48).

A homogeneização que se encontra nos trechos “os próprios idosos retirarem”; “aqueles que machucam os idosos”, “idosos costumam entregar”, “violência contra idosos”, levanta algumas questões: todos os idosos brasileiros sofrem violência? Todos os idosos são passivos diante da violência do preconceito? Todos os idosos costumam entregar seu cartão de aposentadoria? Nas unidades comunicativas, acima exploradas, não se constata contextos sociais e subjetivos como idade, contextos sociais, culturais e econômicos, o que gera uma significação errônea de homogeneização dos idosos.

Em uma das entrevistas semiestruturadas, em novembro de 2012, com o grupo de idosos desta tese, perguntou-se como se sentiam (percebiam) frente à representação do envelhecimento na cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”. Todos os 10 entrevistados foram unânimes em afirmar que não se sentem fragilizados socialmente e que não se consideram representados pelos produtores midiáticos, naquela campanha específica. O grupo de idosos acredita que a diferença se encontra nos diversos contextos de vida, isto é, o envelhecimento é heterogêneo.

Ilustram-se, a seguir, respostas que sintetizam todas as demais:

Não me sinto vítima da sociedade. Acho que são outros tipos de idosos. Acho que as diferenças dependem de vários fatores: nível social, escolaridade, ambiente familiar, entre outros (José, 66 anos).

Não, pois hoje, com a divulgação cada vez maior de novas leis em benefício e direitos dos idosos acima de 60 anos, a sociedade está aprendendo a respeitar estes direitos, principalmente no que se refere a serviços e lazer. No âmbito de assistência à saúde, o caos em nossa sociedade não atinge somente aos idosos, mas sim a população em geral. Sabemos que os idosos ao completar 60 anos, começam a pagar mais caro os planos de saúde privado, isto sim poderemos colocar como discriminação (Sônia, 64 anos).

Um contexto a ser analisado no âmbito familiar, cultural e das próprias raízes de qualquer pessoa. Estas violências e humilhações acontecem também com crianças, jovens, mulheres, doentes etc. O que realmente conta é a estrutura, a bagagem genética, as experiências vividas que cada um traz em sua história de vida (Sônia, 64 anos).

Conceber idosos de forma homogênea, como frágeis, merecendo atitudes e uma linguagem infantilizada, reforça a fragilidade correspondente à velhice. A concepção do “eu idoso”, vitimado pela sociedade pode torná-los impotentes, pois uma circulação de vozes sociais, possivelmente, provoca um afastamento da participação cívica e das responsabilidades sociais.

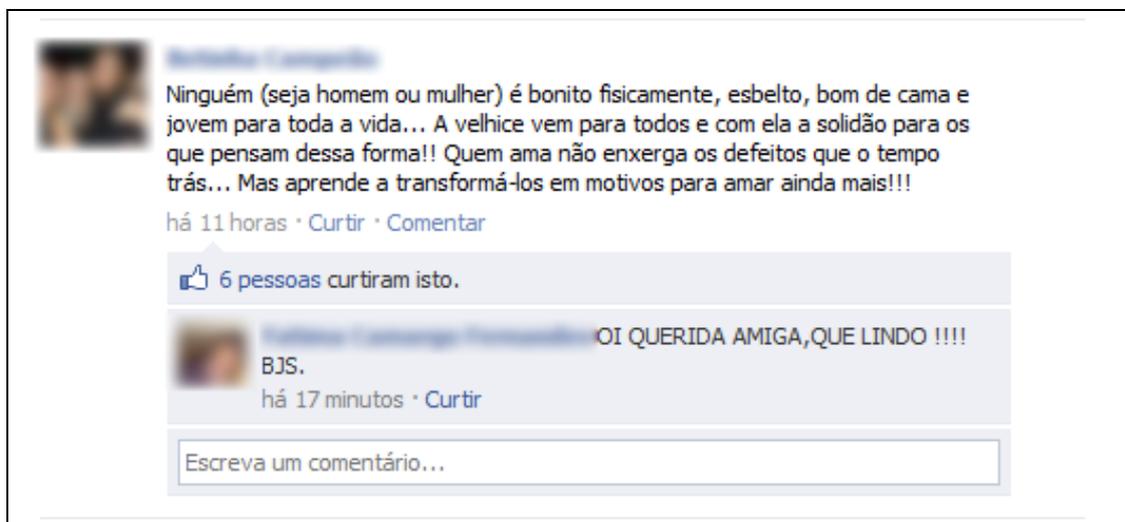
Elias (2001, p. 83) argumenta sobre a forma de adaptação de alguns idosos frente à velhice:

Uma das formas de adaptação a essa situação é a regressão ao comportamento infantil. Não tentarei decidir se isso é simplesmente um sintoma de degeneração física ou uma fuga inconsciente da crescente fragilidade desses idosos em direção aos padrões de comportamento da primeira infância. De todo modo, também representa uma adaptação a uma situação de dependência total que tem seu sofrimento, mas também tem suas vantagens. Há pessoas em muitos asilos hoje que têm que ser alimentadas, postas no vaso sanitário e limpas como crianças pequenas. Também enfrentam o poder como crianças. Uma enfermeira noturna que os trata um pouco bruscamente pode ser chamada de hora em hora durante a noite inteira. Este é apenas um dos muitos exemplos de como a experiência das pessoas que envelhecem não pode ser entendida a menos que percebamos que o processo de envelhecer produz uma mudança fundamental na posição de uma pessoa na sociedade, e, portanto, em todas as suas relações com os outros.

No Facebook, entre as unidades comunicativas analisadas se encontra a publicação, já citada, na figura 11 (ref.81). Essa foi a única publicação analisada na rede social digital que apresenta algum contexto sobre solidão: “a velhice vem para todos e com ela a solidão para os que pensam dessa forma”.

No entanto, percebe-se que na própria publicação há um movimento de resistência em relação à vitimização do envelhecimento, ao sugerir uma busca de solução: “Quem ama não enxerga os defeitos que o tempo trás. Mas aprende a transformá-lo em motivos para amar ainda mais”!!

FIGURA 11 - DEGENERANÇA FÍSICA E ISOLAMENTO SOCIAL (REF.81)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE ROBERTA – 2011.

Como afirma Agra do Ó, Souza, Costa e Almeida (2010, p. 122), “principalmente a partir dos anos 1990, tem havido na imprensa brasileira – mas não só nela – um maior empenho na divulgação de situações de violência envolvendo pessoas idosas”.

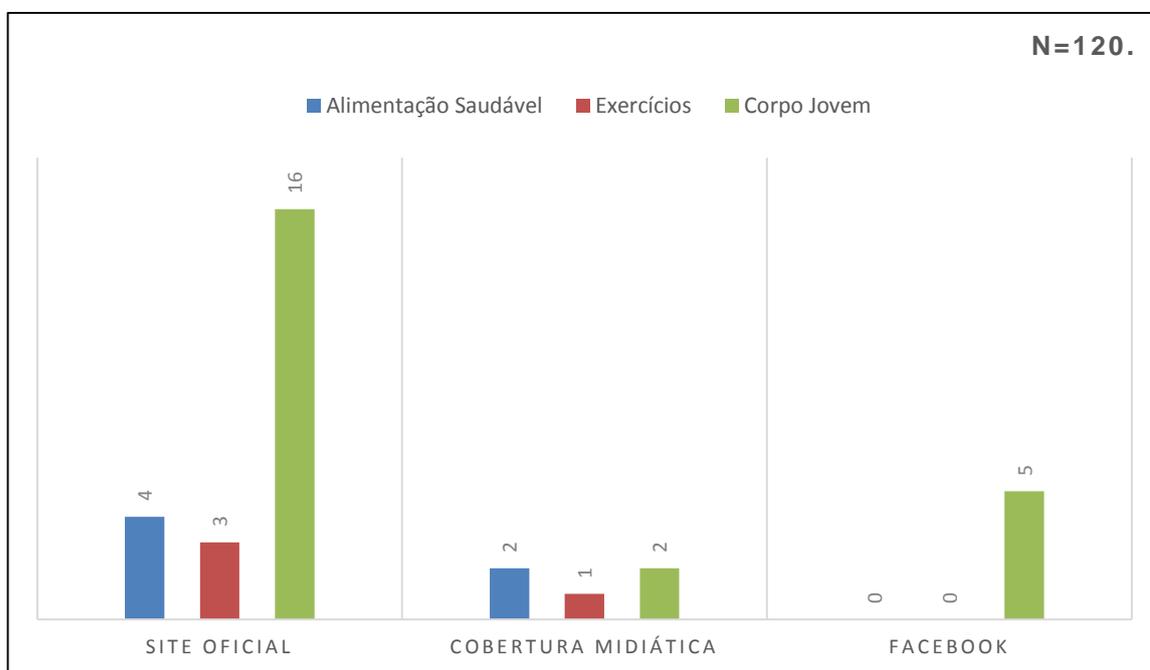
Em parte, essa visibilidade ocorre pelas mudanças demográficas – mais velhos, mais possibilidades de violência. Entretanto, é importante lembrar que, a partir dos anos 1990, no Brasil, criou-se um conjunto de instrumentos legais que emprestam outro sentido ao envelhecimento, na medida em que o sujeito idoso se constituiu, também, em portador de novos direitos. Portanto, uma nova configuração legal das pessoas mais velhas fez com que começassem a surgir expressões e experiências relacionadas com a velhice (AGRA DO Ó, SOUSA, COSTA, ALMEIDA, 2010).

## **Categoria: O Envelhecimento e a Responsabilidade do Idoso Frente à Velhice.**

Nesta temática, das 120 unidades analisadas, encontraram-se 06 referências para “alimentação saudável”, 04 para “exercícios físicos e mentais”, 23 para a “manutenção de corpo jovem/cuidados individuais”, conforme ilustra o gráfico 04.

A maior parte dos trechos registrados desta representação social está no *site* oficial do Ministério da Saúde, no qual se localizaram 04 registros da variável “alimentação saudável”, 03 registros da variável “exercícios físicos e mentais” e 16 registros na “manutenção do corpo jovem/cuidados individuais”.

GRÁFICO 04 - RESPONSABILIDADE DO IDOSO FRENTE À VELHICE



FONTE: AUTORA (2013)

O número de referências encontradas neste enquadramento é consideravelmente menor do que nos registros das categorias de degeneração biológica e fragilidade social do idoso. Acredita-se, no entanto, que essa representação seja uma tendência ao processo de convergências das representações sociais do envelhecimento – e, que, se analisados objetos empíricos em outras sociedades – como, por exemplo, nos Estados Unidos, a visão social de responsabilidade, frente à velhice, poderia ter maior expressão devido às condições socioeconômicas e culturais.

O envelhecimento nessa visão se transforma em responsabilidade individual. Viver bem, agora, depende do sujeito, de suas ações e atividades. Debert (1999, p. 20) questiona sobre a responsabilidade que a sociedade impõe a cada indivíduo à possibilidade de envelhecer de forma saudável. E afirma que os meios de comunicação de massa contribuem para essa formação ideológica:

A publicidade, os manuais de autoajuda e as receitas de especialistas estão empenhados em mostrar que as imperfeições do corpo não são naturais, nem imutáveis e que, com esforço e com trabalho corporal disciplinado, pode-se conquistar a aparência desejada; as rugas e a flacidez se transformam em indícios de lassitude moral e devem ser tratadas com a ajuda dos cosméticos, das ginásticas, das vitaminas, da indústria do lazer.

Os sujeitos não são apenas incentivados para exercer uma vigilância constante sobre seu corpo, mas, são responsabilizados pela sua própria saúde, por meio da ideia de doenças autoinfligidas - que é resultado de abusos corporais, como a bebida, o fumo e a falta de exercícios (DEBERT, 1999).

Os *media*, assim, por meio de um sistema de interação, podem ser considerados como “um palco no qual se encena uma textualização complexa da vida social – e da vida dos seus personagens – na qual se enredam, eventualmente, preconceitos, estereótipos, formas congeladas de se ver e dizer o mundo” (AGRA DO Ó, SOUSA, COSTA, ALMEIDA, 2010, p. 124). Esses dados sinalizam para a construção de uma

imagem social<sup>37</sup>. A manutenção de um corpo jovem é, nesta representação, vinculada ao bem-estar. Assim àqueles que conservam seus corpos pelas dietas, exercícios e outros cuidados, viverão mais. Esta concepção demanda de cada indivíduo uma boa quantidade de “hedonismo calculado”, encorajando a autovigilância da saúde corporal e da boa aparência. Disciplina e hedonismo são características exigidas pela coletividade aos sujeitos dentro desta categoria. Com a concepção do corpo plástico, os sujeitos são responsabilizados pelo seu físico, pela sua aparência e pela sua saúde.

O *site* oficial do Ministério da Saúde traz a ilustração desta argumentação em uma das notícias publicadas:

(...) o encontro abordará o combate à denominada “medicina *anti-ageing*”, terapia que promete aos pacientes reverter ou minimizar os sintomas da idade avançada, principalmente os relacionados à estética e ao organismo saudável. (ref.1).

Existe um movimento na área de saúde que promete aos pacientes “reverter ou minimizar os sintomas da idade avançada”. Para Debert (1999), geriatras e gerontólogos são agentes ativos para disseminar práticas, crenças e atitudes que indicam a eterna juventude, sendo um bem para todos os sujeitos, desde que os comportamentos adequados (alimentação, exercícios, tranquilidade etc.) sejam seguidos. No entanto, os idosos que não se envolvem em programas de rejuvenescimento, ou se vivem no isolamento ou na doença, é porque se recusaram a adotar as formas de consumo e os estilos de vida, atualmente ofertados para não envelhecer, e, por isso, não merecem crédito ou nenhum tipo de solidariedade (DEBERT, 1999).

Barreto (1992) também denuncia a ideologia do espírito jovem. Segundo a autora citada, o idoso para ser valorizado tem que negar a própria velhice e identificar-

---

<sup>37</sup>Há, também, como apresentado adiante – outras imagens sociais vinculadas ao envelhecimento no sistema de interação midiático.

se com o jovem e os hábitos da juventude, em busca da fórmula da eterna juventude. A comparação entre o idoso e o jovem exemplifica formas de representação do corpo envelhecido na sociedade, como afirma Barreto (1992):

O corpo burguês é bonito, bem cuidado, recebe todo tipo de cuidado, tanto mais quanto mais próxima a velhice. (...) O corpo burguês é “produzido”, termo que já passou à gíria entre os jovens dessa classe. Beleza é o seu valor máximo, o corpo é a aparência do corpo. Para os ricos, especialmente entre as mulheres, a velhice surge, de início, como uma ameaça (perda de atrativos); depois, como um alívio, pois permite e justifica o abandono do controle excessivo sobre o corpo, com tanta dieta, tanto exercício, tanto modismo (BARRETO, 1992, p. 22).

A seguir, outra unidade comunicativa da cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito” que apresenta iniciativas para os sujeitos idosos vinculadas às questões de cuidados individuais.

O registro abaixo demonstra essa questão “serviços de verificação de pressão arterial e glicemia, sondagem de nível de estresse e memória, realização de atividades físicas”.

A programação envolveu, ainda, panfletagem, serviços de verificação de pressão arterial e glicemia, sondagem de nível de estresse e memória, realização de atividades físicas e apresentação de banda de música. (ref.44).

As campanhas publicitárias do *site* oficial do Ministério Saúde se enquadram também nesta categoria, pois incentivam e conscientizam o idoso em sua busca individual para o exercício físico, a qualidade de vida, a prevenção de doenças (ressalta-se que as campanhas também trazem diversos registros em relação ao envelhecimento bem sucedido, abordado adiante – vozes que se contradizem e se completam). Ilustra-se:

Campanha do Dia Mundial da Promoção da Qualidade de Vida (ref.37):

A campanha busca incentivar que os sujeitos pratiquem atividades que lhes ofereçam qualidade de vida.

Campanha do Dia Mundial da Atividade Física (ref.38):

Campanha procura chamar a atenção para a importância da atividade física no dia-a-dia das pessoas: no caminho para o trabalho, em caminhadas e como brincadeira.

Assim, se o idoso não seguir uma cartilha de bons costumes, bem como as ordens sociais vigentes, ele adoecerá, o que se caracteriza como culpa do próprio sujeito (MINAYO, 2008), que não propiciou para si mesmo, condições ideais de qualidade de vida. É a governança de si mesmo ou, como chama Debert (1999), a reprivatização do envelhecimento.

Reforça-se que as doenças e as debilidades físicas não são um castigo no envelhecimento: são fatos naturais que acontecem em qualquer momento da existência, na infância, na idade adulta ou na velhice.

A imagem do envelhecimento pela perda de papéis sociais e da precariedade das condições de vida, hoje, não se sustenta mais (MAIA, 2008). Discursos, com uma nova representação aos idosos, associados à produtividade, compõe as representações sociais da velhice. Para acompanhar essa modificação, surgem estilos de vida inovadores: um “ser velho” diferente. Esse processo, para Maia (2008, p. 706), “acaba por recodificar a experiência de envelhecer na sociedade contemporânea”. Constroem-se novos espaços de estratégias de combate à deterioração e à decadência do corpo. Uma negação do corpo envelhecido, juntamente com a tentativa de retardar a velhice.

### **Categoria: O Envelhecimento e a Nova Geração Consumidora.**

Nesta temática, em 120 unidades, encontraram-se 13 registros no Facebook e no *site* oficial do Ministério da Saúde, 05 registros. Na cobertura midiática não se

localizou nenhuma unidade de registro, conforme gráfico 05. Esta é a categoria que teve menor representação em todas as unidades comunicativas analisadas.

Acredita-se que esta representação, também, é uma tendência no Brasil com o aumento da população idosa, conforme experiências em outros países. Nos Estados Unidos, por exemplo, estatísticas demonstram o poder aquisitivo/consumo de idosos - de acordo com o documento do Departamento de Serviço Social e Saúde dos Estados Unidos, “*A Profile of Older Americans: 2011*” (U.S. Department of Health and Human Services, 2011, p. 10):

*The median income of older persons in 2010 was \$25,704 for males and \$15,072 for females. From 2009 to 2010, median money income (after adjusting for inflation) of all households headed by older people fell 1.5% but this was not statistically significant. Households containing families headed by persons 65+ reported a median income in 2010 of \$45,763 (\$47,584 for non-Hispanic Whites, \$32,338 for Hispanics, \$37,037 for African-Americans, and \$42,986 for Asians). About 6.3% of family households with an elderly householder had incomes less than \$15,000 and 64.1% had incomes of \$35,000 or more<sup>38</sup>.*

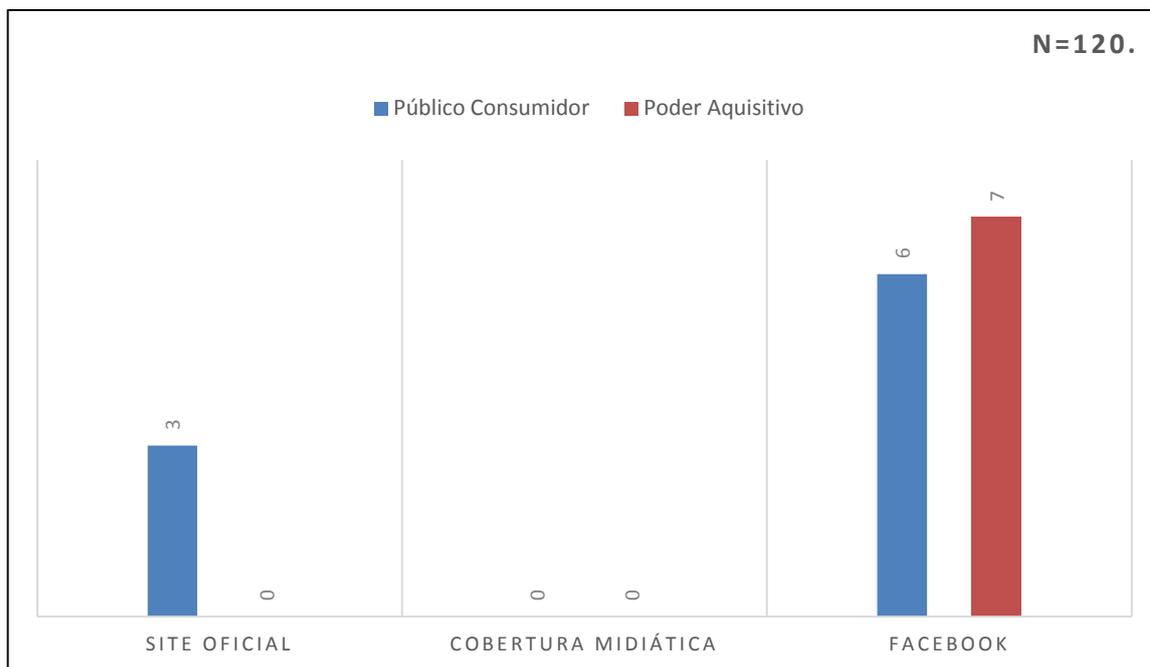
Os dados representam idosos ativos com poder aquisitivo e com estilos de vida que originam consumos que apresentam aspectos para a compreensão social (MILLER, 2010).

O maior número de registros se localizou nas expressões dos atores individuais no Facebook, que denotam suas experiências de consumo no envelhecimento (MILLER, 2010), pelas quais tentam dar sentido e significações para as representações do envelhecimento.

---

<sup>38</sup>Tradução livre da autora: “A renda média das pessoas idosas em 2010 foi de \$ 25.704 para o sexo masculino e 15.072 dólares para o sexo feminino. De 2009 a 2010, a renda mediana (após ajuste da inflação) de todas as famílias chefiadas por pessoas mais velhas caíram 1,5%, mas este não foi estatisticamente significativa. Famílias que contêm as famílias chefiadas por pessoas com 65 + relataram uma renda média em 2010, de 45.763 dólares (47.584 dólares americanos para não-hispânicos brancos, 32.338 dólares para os hispânicos, 37.037 dólares para Africano-americanos, e 42.986 dólares para os asiáticos). Cerca de 6,3% dos agregados familiares com um chefe de família idosos tinham renda inferior a US \$ 15.000 e 64,1% tinham renda de US \$ 35.000 ou mais”.

GRÁFICO 05 - IDOSO COMO PÚBLICO CONSUMIDOR



FONTE: AUTORA (2013).

No *site* oficial do Ministério da Saúde tem-se, por exemplo, a proposta da “Casa Segura” como uma frente de consumo, um nicho de mercado: são móveis, acabamentos e construções de casas, destinados às pessoas idosas. Percebe-se a concepção de produtos comercializados para um segmento populacional. Segue ilustração:

FIGURA 12 - ESPECIFICIDADES CASA SEGURA



FONTE: “PORTAL DA SAÚDE (SUS): IDOSOS” (2012).

A “Casa Segura” oferta fechaduras, trincos, portas especiais, maçanetas, entre outros. No *site* oficial do Ministério da Saúde se encontra um *link* com acesso aos parceiros desse projeto.

Apresenta-se, assim, como no exemplo acima, um novo mercado de consumo voltado a idosos, detentores de certa posição social e que consomem bens, especialmente destinados a eles. O objetivo é aproveitar os privilégios e benefícios advindos da aposentadoria, agora não mais percebida como um marco para a velhice, mas, um meio de aproveitar a vida (STUCCHI, 2007).

Além de produtos destinados à população idosa, há uma tendência contemporânea em rever os modelos associados ao envelhecimento, esquecer os antigos estereótipos e criar novos. Como exemplo de frente de consumos por idosos registrados no Facebook, segue imagem da festa a fantasia promovida por Glória, 62 anos:

FIGURA 13 - FESTA DE HALLOWEEN (REF.92).



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE GLÓRIA (62 ANOS), 2011.

Nessa perspectiva, a velhice é um estágio da vida mágico, no qual os idosos

aproveitam a liberdade de horários e as possibilidades financeiras para que “curtam a vida”. Debert (1999, p. 13) acrescenta palavras às novas significações: “as experiências vividas e os saberes acumulados são ganhos que oferecem oportunidades de realizar projetos abandonados em outras etapas e estabelecer relações mais profícuas com o mundo dos mais jovens e dos mais velhos”.

Idosos com pensamentos e ações positivas assumem cada vez mais um espaço privilegiado de consumo. O surgimento do mercado de consumo para idosos estabelece que as pessoas de mais idade não devam viver com os mesmos hábitos antigos, pois a coletividade atual, nesse julgamento de valor, redefine novos espaços criados para envelhecer.

Pode-se discutir esta representação social a partir de dois aspectos: novos lugares para que os idosos gerem tipos de controles sociais pelo seu comportamento e formas diferenciadas de consumo para garantir um envelhecimento saudável - ou melhor - para garantir a ideia de “não envelhecimento” (STACHESKI; MASSI, 2011); ou, pela concepção do consumo de Miller (2010), na qual a cultura material, de forma antropológica, é uma busca de compreensão social bem como de posicionamento de identidade na sociedade.

Surge um novo mercado de consumo voltado aos idosos, detentores de certa posição social e que consomem bens, especialmente destinado a eles, com o objetivo de aproveitar os privilégios e benefícios advindos da aposentadoria (STUCCHI, 2007).

As empresas, a indústria e o *marketing* identificam, assim, uma sensibilidade crescente e um potencial de novos mercados para pessoas de meia-idade e idade avançada (FEATHERSTONE; HEPWORTH, 2005). Constitui-se de um grupo que, até então, não dispunha de recursos financeiros ou motivações para atrair as estratégias de consumo. Era visto como financeiramente incapaz e não se vinculava aos sujeitos idosos, o desejo de engajamento a um estilo de vida baseado em práticas de consumo. No entanto, essa concepção se altera com o surgimento de gerações de aposentados de classe média que se torna um público ainda inexplorado.

A visão do novo velho consumidor se fortalece com o fato de idosos constituírem um grupo que tem maior disponibilidade para o consumo, transformando a velhice em uma das etapas da vida que mais geram momentos de realização pessoal. As aposentadorias e as pensões garantem os direitos sociais ao consumo.

Na figura 14 (ref.44), de Bárbara (78 anos), encontra-se, também, uma significação de entretenimento, relacionamentos intergeracionais, interações sociais e consumo. Nesta unidade comunicativa apresenta-se uma idosa, com vigor físico, em um bar, com pessoas de outras gerações, segurando uma cerveja. Esses elementos representam uma idosa ativa, inclusa socialmente, com hábitos vinculados à juventude.

FIGURA 14 -NO BAR (REF.94)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE BÁRBARA (78 ANOS), 2011.

Mas, é relevante salientar que “não nos mostramos do mesmo modo aos nossos companheiros de clube, nem aos nossos clientes, como aos nossos empregados”, conforme Goffman (1993, p. 45). Isto é, a multiplicidade de papéis dos sujeitos faz com que diversos posicionamentos valorativos sejam elaborados e apresentados, até mesmo nas interações virtuais e nas redes sociais digitais e, de modo semelhante, transportam em suas interações, as mesmas complexidades e expectativas. A

perspectiva mais produtiva é a de perceber e aceitar a existência de vários “eus”: representações dos sujeitos em diferentes contextos. Se para Goffman (1993) o sujeito se apresenta a partir do exercício de papéis em várias situações do dia a dia, pode-se dizer que ele também constrói uma imagem nas redes sociais digitais.

Assim, sujeitos idosos se apropriam das redes sociais digitais como estratégia para potencializar seus canais de visibilidade e de expressão, por meio das práticas comunicacionais atuais e, com isso, constituem um efeito de pertença e de inclusão social. Toda evolução tecnológica também é a evolução do próprio homem e de sua cultura (SILVA, 2007). As redes sociais digitais não excluem a importância dos outros meios de interação e de diálogo, contudo, são consideradas como novos ambientes sociais.

Nesse contexto social, surgem os *pleasure growers* como uma forte tendência nas referências de estilos de vida de sujeitos a partir dos sessenta anos. Esta conceituação se origina em Morace (2009) que propõe dez perfis de consumidores, analisados ao longo de dez anos, em grandes cidades do mundo. Entre eles, os *pleasure growers* – que são homens e mulheres com idade acima de sessenta anos. Este grupo corresponde aos *baby boomers* que se tornaram seniores e propõem uma nova concepção da terceira idade, pela retomada aos estudos, pelo comportamento de espírito jovem, que praticam esportes, desfrutam de horas de lazer, viajam, entre outros (MORACE, 2009). E, principalmente, se tornam mais exigentes pela maturidade alcançada, segundo Morace (2009, p. 112). Ainda para o autor:

O prolongamento do tempo de vida média determina a amplitude das faixas etárias e o crescimento estatístico de uma geração que, regenerada, redescobre uma nova posição na sociedade, novas potencialidades (econômicas, sociais e culturais) e muito “espaço vazio” onde exercê-las. A coragem de quem não tem que conquistar mais nada é o traço vencedor de uma geração que possui muito a oferecer e ainda muito para “pretender”: é o núcleo geracional que tem as ideias mais claras sobre o próprio futuro. Os *pleasure growers* são então um grupo de idosos vitais que, além da idade, procuram viver experiências felizes. “Fazer algo que nunca tenha feito antes” é o lema desse grupo para o qual envelhecer significa oportunidade de ter mais tempo para dedicar a si mesmo e, principalmente, a tudo o que sempre sonhou, mas para o qual nunca teve tempo suficiente.

Outro exemplo relacionado ao consumo é a viagem de Cruzeiro de Jerônimo, 65 anos:

FIGURA 15 - VIAGEM DE CRUZEIRO (REF.93)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK, JERÔNIMO (65 ANOS), 2011.

Nesta unidade comunicativa encontra-se o seguinte diálogo que caracteriza o idoso como um público consumidor:

A: Tio, vamos voltar?

Jerônimo: Já estou preparando \$ para o ano que vem. (ref.93).

Visualiza-se um diálogo intergeracional que propõe uma relação de consumo e significação frente a uma visão do envelhecimento.

Os *pleasure growers*, como o idoso referenciado acima, participam de um movimento social que revaloriza a memória, as origens, as raízes, o tempo denso e lento, o território, as narrações, o étnico, além do compartilhamento e a experimentação expressiva (MORACE, 2009). Surge, assim, uma proposta de um novo ciclo em que as etapas educação, trabalho e tempo livre se sucedem e se sobrepõem em diferentes idades, modificando os mecanismos de motivação e da

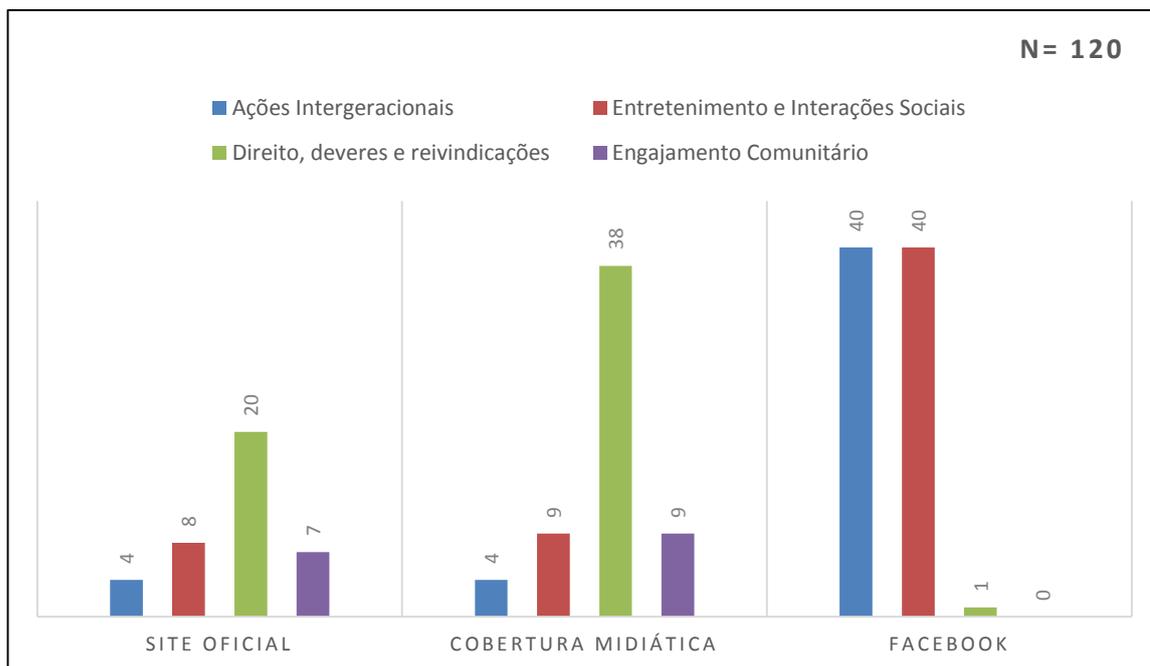
felicidade pessoal (MORACE, 2009). Anteriormente, a palavra descanso definia o velho na condição de aposentadoria. Hoje, o idoso, para esta representação social, passou de um sujeito desocupado e despreocupado para um cidadão com envelhecimento ativo, o que garante sua expectativa de vida, envolvido em outros projetos sociais e/ou pessoais (MORACE, 2009). Portanto, eles se compreendem como pertencentes a um enquadramento do envelhecimento bem sucedido.

### **Categoria: O Envelhecimento Bem Sucedido.**

Nesta temática, nas 120 unidades comunicativas analisadas, encontraram-se 48 que apresentam variáveis em “ações intergeracionais”; 57, “entretenimento e interações sociais”; 59, “direitos, deveres e reivindicações” e 16, “engajamento comunitário”, conforme gráfico 06.

A maior parte das ocorrências se encontra no Facebook, emitidas pelos próprios idosos. Nas 40 unidades comunicativas analisadas, 40 apresentam registros de “relacionamentos intergeracionais” e 40 de “entretenimento e interações sociais.”

GRÁFICO 06 - ENVELHECIMENTO BEM SUCEDIDO



FONTE: AUTORA (2013).

No entanto, de acordo com o gráfico 06, constata-se que todos os objetos empíricos apresentam referências ao envelhecimento bem sucedido. Existem, assim, movimentos nos quais vozes positivadas do envelhecimento estão presentes em promotores de políticas e produtores midiáticos.

A qualidade de vida na velhice é um fenômeno complexo e com múltiplas interfaces que tem como referências os critérios biológicos, sociais e psicológicos que, de forma conjunta, com os relacionamentos atuais, passados e as prospecções futuras, constituem os sujeitos. Além desses aspectos, existem os valores individuais e sociais dos idosos, pois constroem, subjetivamente, as expectativas de como viver bem a velhice, posto que a avaliação dos aspectos objetivos e subjetivos se modifica durante o tempo de vida. A concepção do que é ter qualidade de vida, portanto, por si só, já é uma questão subjetiva que se insere na construção cultural e social dos sujeitos.

A partir dessa concepção de envelhecimento, não há como afirmar de maneira generalizada que envelhecer é sinônimo de doença e inativação. Novos valores e

conceitos são construídos na coletividade atual e são difundidos globalmente (LIMA, SILVA e GALHARDONI, 2008), experiências de envelhecimento vivenciadas por um grupo de idosos que não se sente vitimado pela sociedade.

No *site* oficial do Ministério da Saúde, por exemplo, visualizam-se imagens com registros de envelhecimento ativo, principalmente, nas campanhas publicitárias. Os textos das campanhas, conforme analisado anteriormente, enquadram-se na visão do idoso e sua responsabilidade frente à velhice. Mas, as imagens se enquadram no envelhecimento bem sucedido.

Ilustra-se esse dado nas figuras 16, 17,18,19 e 20.

FIGURA 16 -CAMPANHA DE VACINAÇÃO DO IDOSO (REF.36)



FONTE: PORTAL DA SAÚDE (2012).

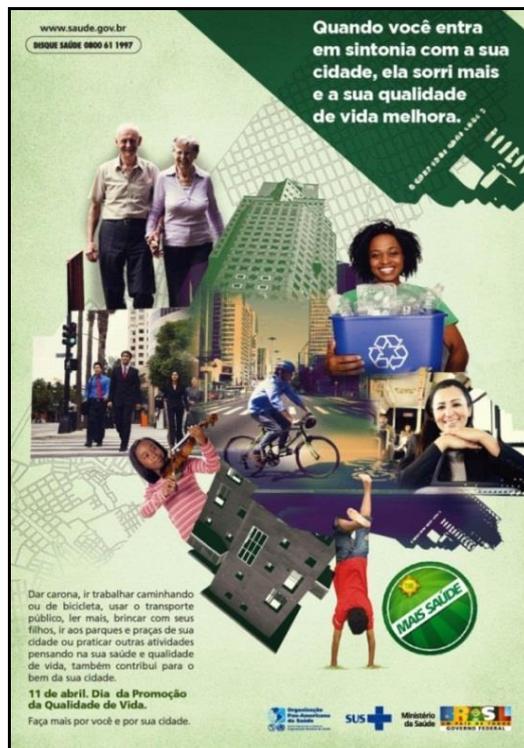
Nesta unidade encontram-se dois idosos sorrindo, com vigor físico, acompanhados de crianças – possíveis netos – em frente a uma unidade de saúde brasileira, para receber seu direito: a vacinação, o que reflete a imagem de idosos ativos e saudáveis. As crianças visualizadas na imagem também têm o direito à vacinação, o que caracteriza um momento intergeracional.

As relações intergeracionais contribuem, certamente, para que a sociedade perceba o envelhecimento de forma mais tranquila, pois o convívio com diversas formas de experienciar a vida ajuda a desconstruir, muitas vezes, representações idadistas. “A promoção de ações intergeracionais que permitam aumentar as oportunidades de contato positivo entre as pessoas idosas e os outros grupos etários são muito importantes para diminuir atitudes idadistas” (MARQUES, 2011, p. 97).

Essas iniciativas proporcionam interação entre as gerações envolvidas, com o objetivo de fomentar conexões, trocas, diálogos e experiências. Os relacionamentos intergeracionais proporcionam, assim, um caminho para o envelhecimento bem sucedido (MARQUES, 2011). Ressalta-se, no momento, que as redes sociais digitais possibilitam as trocas intergeracionais.

Outra imagem encontrada no *site* Oficial do Ministério da Saúde é da “Campanha do Dia da Promoção da Qualidade de Vida (ref.37), de 2010”. A proposta do Ministério da Saúde é agregar ao “Dia da Promoção da Qualidade de Vida”, à atividade física e outros conceitos como direito ao lazer, à cultura, à acessibilidade, entre outros.

FIGURA 17 – “CAMPAÑA DO DIA DA PROMOÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA”  
(REF.37)



FONTE: PORTAL DA SAÚDE – IDOSOS (2012).

Nesta unidade comunicativa encontram-se dois idosos, vestidos com roupa jovem, sorrindo, com vigor físico, acompanhados de outras imagens que demonstram desenvolvimento, dinâmica das cidades, relacionamento intergeracional e crianças em aprendizado. Um conjunto de valores que leva à significação de qualidade de vida, entrelaçando as gerações com o cotidiano da cidade.

Também se localizou a imagem da “Campanha do Dia Mundial da Atividade Física” (ref.38), do ano de 2009. Essa evento é uma ação do Ministério da Saúde, por meio da Política Nacional de Promoção da Saúde, que visa a melhoria da qualidade e vida da população brasileira, uma das principais metas do SUS.

FIGURA 18 - CAMPANHA DO DIA MUNDIAL DA ATIVIDADE FÍSICA (REF.38)



FONTE: PORTAL DA SAÚDE – IDOSOS (2012).

Nesta unidade encontra-se um idoso, sorrindo, com aparência sadia, segurando uma bola esportiva, acompanhado de crianças. Visualiza-se, ainda, um desenho de uma “amarelinha” – brincadeira infantil – com tarefas que mesclam obrigações cotidianas, como cuidar do jardim, limpar a casa e atividades de entretenimento como dançar e brincar. A campanha traz o *slogan*: “Eu sou do time que se movimenta pela saúde” para chamar a atenção para a importância da atividade física no dia-a-dia das pessoas.

Visualizam-se, portanto, aspectos de envelhecimento bem sucedido em todas as campanhas publicitárias expostas no *site* “Portal da Saúde (SUS)”: idosos em ações intergeracionais, na participação em grupos sociais ou realizando atividades físicas, entre outros. São vozes que contradizem as representações de degeneração biológica e fragilidade social e formam o tecido das imagens sociais do envelhecimento no Brasil.

Na “Campanha Nacional de Vacinação do Idoso”, de 2009 (ref.39), tem-se a seguinte imagem:

FIGURA 19 -CAMPANHA NACIONAL DE VACINAÇÃO DO IDOSO (REF.39).

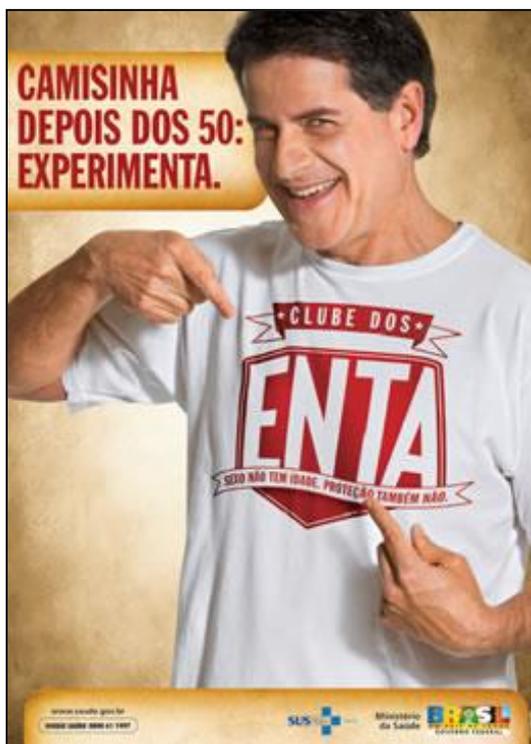


FONTE: PORTAL DE SAÚDE (2012).

Nesta unidade encontram-se quatro idosos, sorrindo, com aparência saudável, conversando alegremente, se divertindo e sugerindo amizade entre eles. Um dos idosos segura com os braços, uma bicicleta – demonstrando que realiza atividade física. É a imagem da “11ª Campanha Nacional de Vacinação do Idoso” do Ministério da Saúde. Com o *slogan* “Deixe a gripe na saudade”, a ação teve o objetivo de reduzir os óbitos e as internações causadas pela gripe e suas consequências. A imagem traz apelos para a importância do convívio social, da amizade, das interações sociais com colegas da mesma geração.

Na “Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids” (ref.40), de 2008, tem-se a seguinte figura:

FIGURA 2 - CAMPANHA DO DIA MUNDIAL DE LUTA CONTRA A AIDS (REF.40)



FONTE: PORTAL DA SAÚDE (2012).

Nesta unidade vê-se um idoso com vigor físico, que sorri, mostrando o logotipo da camiseta do “Clube dos Enta” com o seguinte *slogan*: “Sexo não tem idade. Proteção também não”. A campanha trata de assuntos ligados à relação sexual, como o uso do preservativo, além de oferecer dicas para melhorar o sexo depois dos 50. O conteúdo se enquadra na categoria envelhecimento bem sucedido, pois se refere às práticas sexuais, sem vitimização devido à idade dos sujeitos.

Seguem informações, publicadas do *site* oficial do Ministério da Saúde (ref.35), sobre a “Campanha do Dia Mundial de Luta contra a AIDS”, que acompanham a imagem acima observada:

Campanha do Dia Mundial de Luta contra a AIDS. Camisinha depois dos 50: experimenta. Quem disse que idoso não pode ter vida sexual? Pelo contrário, não só podem, como devem. Sexo na terceira idade pode ser um aliado ao bem estar.

E na hora do sexo também é importante se prevenir das Doenças Sexualmente Transmissíveis com o preservativo.

Em 2008, a Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids teve como público-alvo a população heterossexual com mais de 50 anos de idade. A escolha desse público ocorreu por conta da incidência de aids praticamente ter dobrado nessa população nos últimos dez anos (de 7,5% em 1996 para 15,7% em 2006).

Dados de um estudo revelam que as pessoas acima de 50 anos de idade têm uma vida sexualmente ativa, 73,1% fez sexo no último ano e apenas 22,3% usaram preservativo na última relação, ao contrário da população de 15 a 24 anos, onde 57,3% usaram na última relação. A Campanha Clube dos Enta, que tem como slogan “Sexo não tem idade. Proteção também não”, trata de assuntos ligados à relação sexual, como o uso do preservativo, além de oferecer dicas para melhorar o sexo depois dos 50.

A unidade comunicativa (ref.35), acima, demonstra de forma positiva, o sexo depois dos 50 anos. “Quem disse que idoso não pode ter vida sexual”? ou “(...) não só podem, como devem”.

Reforça-se que o entendimento do que é o envelhecimento acontece na conjuntura cultural, no sistema de valor social, nas relações e nos julgamentos entre os sujeitos idosos e os demais segmentos populacionais. Para Ramos (2003, p. 794):

Na verdade, o que está em jogo na velhice é a autonomia, ou seja, a capacidade de determinar e executar seus próprios desígnios. Qualquer pessoa que chegue aos oitenta anos capaz de gerir sua própria vida e determinar quando, onde e como se darão suas atividades de lazer, convívio social e trabalho (produção em algum nível) certamente será considerada uma pessoa saudável. Pouco importa saber que essa mesma pessoa é hipertensa, diabética, cardíaca e que toma remédio para depressão – infelizmente uma combinação bastante frequente nessa idade. O importante é que, como resultante de um tratamento bem-sucedido, ela mantém sua autonomia, é feliz, integrada socialmente e, para todos os efeitos, uma pessoa idosa saudável.

O perfil do idoso saudável é ter autonomia, poder de decisão, sentir-se integrado socialmente e produzir. Esses elementos se sobressaem em relação ao envelhecimento bem-sucedido.

Na cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito”, encontram-se os seguintes exemplos:

(...) realização de atividades físicas e apresentação da banda de música “De Bem com a Vida”, formada por idosos do Centro Comunitários Santa Terezinha. (ref.44).

Para a inauguração da delegacia, a secretaria levou um grupo de idosos que fez uma encenação para mostrar como a terceira idade é maltratada. (ref.41).

Vestindo verde e amarelo, um grupo de idosos que vive na Casa do Ancião de Porto Velho compareceu à palestra. À tarde assistiram a estreia da seleção brasileira no mundial, que teve torcedores fiéis como Celina Pinto da Silva de 120 anos. (ref.65).

Salienta-se que muito além de aspectos como engajamento com a vida, habilidades funcionais e cognitivas, hábitos saudáveis, o envelhecimento bem-sucedido tem relação direta com as dimensões socioculturais e coletivas, com as subjetividades no âmbito individual e particular. Outro fator importante frente ao envelhecimento bem sucedido é o contato com as redes de relações sociais, com amigos de longa data, com situações que favorecem um suporte emocional, que proporcionem o engajamento cívico do idoso.

A manutenção de contatos sociais com antigos amigos preservam emoções positivas nas interações de idosos, possibilitando um suporte quando há o distanciamento dos filhos, netos e demais parentes. Após a aposentadoria, o tempo de idosos se torna normalmente mais livre, favorecendo a busca pelo engajamento em instituições religiosas, trabalhos voluntariados ou grupos de discussão (ERBOLATO, 2006).

A unidade comunicativa da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito” ilustra esse procedimento:

Durante a manhã, turmas de pessoas da melhor idade de Taguatinga, Ceilândia, Guará e outras cidades irão participar das atividades elaboradas

pelo Conselho de Defesa dos Direitos dos Idosos, Defensoria Pública e Central Judicial do Idoso. Esses órgãos irão oferecer orientação na área jurídica, psicológica e social. O encontro terá ainda aulas de capoterapia, aferição de pressão e nível de glicose. (ref.67).

O engajamento de idosos reforça os vínculos de amizades antigas e a criação de novas que, geralmente, despertam a necessidade de integração social e de possibilidade para reivindicar seus direitos. Alguns títulos apresentados da cobertura midiática da “Campanha de Conscientização sobre a Violência contra a Pessoa Idosa no Trânsito” trazem essas questões:

Idosos reivindicam direitos e respeito em manifestação. (ref.43).

Campanha combate desrespeito ao idoso no transporte público. (ref.46).

Dia de combate a violência. (ref.52).

Caminhada alerta sobre a violência contra idosos. (ref.54).

Os títulos acima possuem unidades de contexto que geram a significação de um envelhecimento bem sucedido, de interação social, de direito, deveres e participação cívica (“campanha combate”, “combater a violência”, “caminhada alerta”).

Conforme gráfico 06, a variável de “direitos, deveres e reivindicações” teve maior incidência na cobertura midiática, com 38 variáveis; no *site* oficial 20, e no Facebook, apenas 1 registro. Considera-se que a cobertura midiática apresenta um número elevado dessa variável por se tratar de uma campanha que discute a violência contra a pessoa idosa. No entanto, percebe-se que há um movimento, tanto de produtores midiáticos quanto de promotores de políticas que se direciona para a “causa” de idosos brasileiros. Existe uma expressão de resistência à voz homogênea da velhice fragilizada, mesmo que ela se apresente dessa forma, inicialmente.

Outros exemplos retirados do enquadramento de direitos e deveres:

No Brasil, a sanção do Estatuto do Idoso, em outubro de 2003, garantiu uma série de benefícios aos brasileiros dessa faixa etária. A legislação, que ficou

em discussão por sete anos no Congresso, confirmou diversos direitos, como o atendimento preferencial no Sistema Único de Saúde (SUS). (ref.42).

Dinar afirma que é muito importante que o idoso denuncie, mesmo que o agressor seja um membro da família. (ref.47).

Os dados do gráfico 06 também demonstram que a rede social digital não é utilizada, nesta amostra, por este grupo de idosos para debater questões públicas.

Rodrigues e Soares (2006) afirmam que os fatores socioculturais conduzem o olhar que a sociedade tem em relação aos idosos e o tipo de relação que ela estabelece com esse segmento populacional. Os autores argumentam:

É importante assinalar que o envelhecimento, por ser um fato biológico e cultural, deve ser observado sob uma perspectiva histórica e socialmente contextualizada. O tratamento dispensado à velhice dependerá dos valores e da cultura de cada sociedade em particular, a partir dos quais ela construirá sua visão dessa última etapa da vida. A estratégia aqui utilizada para pensar essa questão é buscar, nas representações sociais e no imaginário social, o entendimento das relações de poder estabelecidas entre os indivíduos considerados idosos e o restante da sociedade (RODRIGUES; SOARES, 2006, p. 03).

No Facebook, por meio dos atores individuais, todas as imagens deste objeto empírico, se enquadram no envelhecimento bem-sucedido. Seguem alguns exemplos:

FIGURA 21- IDOSA ELEGANTE (REF.86)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK – FRANCISCA (85 ANOS) - 2011.

Nesta unidade comunicativa vê-se uma idosa (ref.86), de 85 anos, sorrindo, saudável, maquiada, elegantemente vestida, junto aos filhos, netos e bisnetos. Ela aparece em eventos sociais da família e em todas as fotos, a senhora aparece abraçada com um filho, neto ou bisneto. Essas imagens se referem ao seu perfil no Facebook.

O grupo de idosos se auto referencia positivamente na rede social digital. Esse idoso pode, por exemplo, pelo Facebook, definir sua audiência, compartilhar determinada tendência, postura, ou valor do que está exposto no Facebook. Como consequência, se constitui a partir dos valores compartilhados nesse universo, ao se posicionar por meio de voz social em um espaço público que pode modificar suas referências frente ao envelhecimento e seu engajamento com as questões de sua coletividade.

Salienta-se que as redes sociais digitais se caracterizam como um processo de comunicação baseado no que cada um quer mostrar de si mesmo, o melhor. Com esse proceder procura o reconhecimento que transcenda as fronteiras domésticas e institucionais, como afirma Winocour (2009). Esta autora argumenta que as redes sociais digitais novelizam os relatos da vida cotidiana e os fazem com formatos multimídias, com fotos, vídeos e demais artifícios midiáticos. Assim, os sujeitos mostram o melhor de sua vida, momento a momento – como se fosse um diário íntimo – e se constituem por meio de suas interações e experiências (WINOCOUR, 2009).

Os idosos envolvidos no diálogo a seguir, figura 22 (ref.82), relembram a amizade de velhos tempos o que gera o efeito de pertença quando o idoso pertence a um grupo de sujeitos que trabalhou em um lugar comum onde existiam fortes vínculos emocionais em momentos passados.

FIGURA 22 - REENCONTRO DE AMIGOS (REF.82)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK: GIOVANNI (69 ANOS), (2011).

Idosos nas redes sociais digitais, com o reencontro de amigos ou comunidades

após anos, lembram estilos de vida, lugares e situações comuns e constroem uma narrativa do “eu”, de quem sou “eu”, de como o “eu” cheguei até ali, sobre o que “eu” vivi e o que “me” tornei. Há, em suas publicações, uma busca pelo passado que também é reorientado por meio de vínculos estabelecidos e de julgamentos morais, como o “curti” e “não curti” do Facebook.

As interconexões digitais possibilitadas pelo espaço da rede virtual podem alterar positivamente a rotina de idosos em busca de uma melhor qualidade de vida, como afirma Miller (2011, p. 115): *“rather the tendency is to seize upon it in order to finally realize some desire that was already present, but so far had been frustrated, because people didn’t have the means to full fit it”*<sup>39</sup>. São experiências que idosos trocam, ativam, desenvolvem em sua rede de contatos.

No grupo pesquisado há relatos sobre as vantagens e as possíveis modificações que o Facebook proporcionou em suas vidas. Entre eles, destaca-se o depoimento de Roberta, 64 anos, de Curitiba (2011):

No Facebook posso reencontrar amigos e posso conversar sempre, estar sempre em contato com amigos e familiares. Já usava o Orkut e assim que descobri o “face” abandonei o Orkut. Bem a Internet mudou tudo na minha vida, fiquei viúva e tenho duas filhas. Elas têm a vida delas e ficava muito sozinha. Daí meu genro me deu de presente um notebook. Menina, você nem imagina que revolução que foi, encontrei amigos que não tinham notícias há uns 30 anos. Foi a melhor coisa que me aconteceu, hoje tenho companhia de milhares de pessoas e não me sinto só (Roberta, 64 anos).

Constata-se na fala da pesquisada que estar em contato com diversas pessoas faz com que se sinta incluída na sociedade, afastando a solidão de seu cotidiano: “hoje tenho a companhia de milhares de pessoas e não me sinto só”, o que confirma que idosos se reconstituem através de relacionamentos virtuais. O espaço da rede virtual onde há interação e trocas coletivas resulta, portanto, em novas concepções a respeito

---

<sup>39</sup> Tradução livre da autora: “Pelo contrário, a tendência é apoderar-se dela (da velhice) para finalmente realizar um desejo que já estava presente, mas que até agora havia sido frustrado, porque as pessoas não têm os meios para executá-lo”.

do idoso e por consequência, do processo de envelhecer, justamente, pelo efeito de pertença em que se baseia.

As trocas interacionais de amizade e vínculo familiar, no aniversário de Francisca, 85 anos, no Facebook, demonstram um efeito de pertença – um estar junto social. Em um dos comentários, observa-se o adjetivo “*cyber sogra*”, em um tom de carinho e admiração. Outro comentário postado: “fico muito feliz de vê-la aqui no Facebook”. Em seguida, a idosa responde às publicações e agradece a todos os comentários postados (figura 23, ref.84), a seguir:

FIGURA 23 - FELICITAÇÕES DE ANIVERSÁRIO VIA FACEBOOK (REF.84)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE FRANCISCA, 85 ANOS (2011).

Tem-se, portanto, a situação social facilitada por um interativo como a plataforma baseada em textos, fotos e imagens que exigem o controle da divulgação de

informações pelos sujeitos, a fim de estabelecer sua presença de maneira a definir, de alguma maneira, sua identidade.

Vale reforçar que as interações sociais e as experiências advindas das práticas comunicacionais do cotidiano se relacionam ao “eu”, com as auto referências. Vive-se em um mundo de hipersensibilidades e com isso, pode existir uma ressignificação do que é ser idoso, dentro de uma rede social digital. Segue a publicação de Roberta (64 anos) que enuncia seu estado de felicidade por meio do Facebook, exteriorizando o seu “bem-estar” com a vida.

FIGURA 24 - ESTADO DE FELICIDADE (REF.85)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE ROBERTA (64 ANOS) – 2011.

Possibilitam interações de amizade ou lúdicas pelas quais os sujeitos interagem consigo e com os outros por meio de um processo contínuo de interpretação do mundo

em que vivem, pelos processos e práticas de comunicação. Compartilham maneiras de ver o mundo e de agir nele, por meio dos juízos de valores aferidos.

Outro exemplo que se analisa, o juízo de valor, exposto pela publicação de Glória, 62 anos:

FIGURA 25 - JUÍZO DE VALOR (REF.87)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE GLÓRIA, 62 ANOS, (2011).

Assim como as interações sociais, o interindividualismo também está presente na construção axiológica dos sujeitos (BAKHTIN, 1997). Existem múltiplas e heterogêneas formas de compreensão das enunciações realizadas. O perfil construído, as qualidades enaltecidas pelo próprio sujeito, parecem corresponder ao que se espera de uma auto referência on-line, de uma possibilidade de criar uma imagem de si - como se fosse um currículo profissional, mas, sem os constrangimentos associados à possibilidade de verificação real (FONSECA, 2010).

A definição do “eu” virtual permite um exercício de construção que obriga a uma reflexão identitária, ou a uma reflexão sobre o que deve ser ou não valorizado nesse perfil. A seguir, interação entre pais e filhos, na figura 26:

FIGURA 26 - INTERAÇÃO ENTRE PAIS IDOSOS E FILHOS NO FACEBOOK(REF.88).



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE ROBERTA, 64 ANOS, AGOSTO (2011).

Algumas vezes, no entanto, familiares constroem as páginas de idosos no Facebook para prestigiar ou agregar parentes em um único perfil. Os amigos e os parentes conversam e dialogam a partir de experiências adquiridas com o idoso citado.

É o caso do perfil abaixo, de Joana, 85 anos, na figura 27 (ref.83).

FIGURA 27 - PERFIL DO IDOSO NO FACEBOOK (REF.83)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE JOANA, 85 ANOS, AGOSTO (2011).

A apropriação das redes sociais digitais por idosos pode marcar a estrutura cognitiva do indivíduo como todas as tecnologias e meios de interconexões sociais e afetar sua participação cidadã, sua atuação na coletividade, da qual participa como cidadão.

Salienta-se que esta representação social do envelhecimento depende dos contextos sociais, econômicos e culturais dos sujeitos. Como afirma Félix (2010): o ideal do idoso que mora em Copacabana (Rio de Janeiro), que consegue desfrutar de sua aposentadoria integral, que caminha no calçadão da praia e toma sua água de coco não reflete de forma homogênea, as condições de todos os idosos. Félix (2010) argumenta que as tecnologias de informação e comunicação podem gerar ainda mais desigualdade e isolamento social de idosos.

Autores como Czaja (2005) também teorizam que quando pessoas mais velhas não têm acesso às tecnologias ou não sabem usá-las, se veem em desvantagens para

viveram independentes. São argumentações que fortalecem as diversas formas de vivenciar o processo de envelhecimento. A autora afirma<sup>40</sup>:

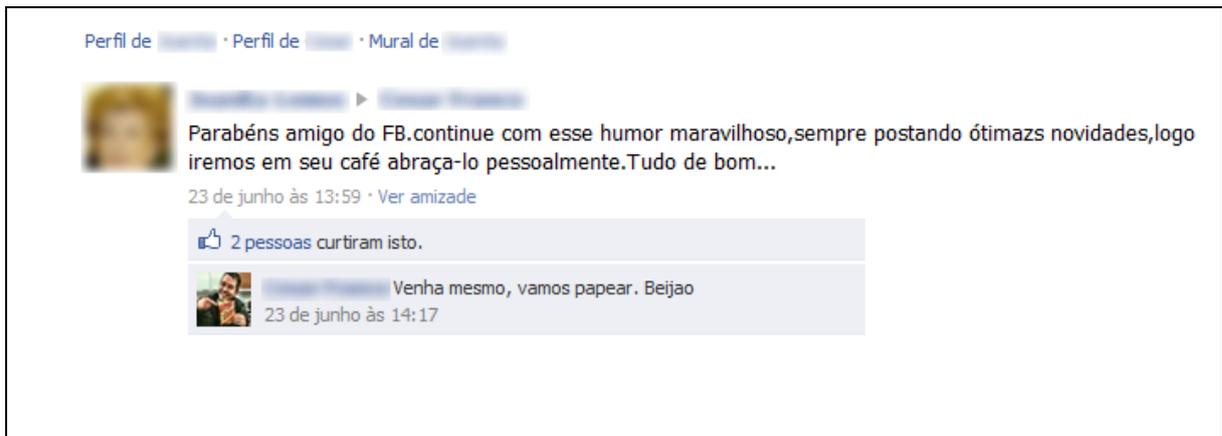
*Not having access to and being able to use technology will increasingly put older adults at a disadvantage in terms of their ability to live and function independently and successfully negotiate the built environment. Furthermore, the full benefits of technology may not be realized by older populations. Technology holds the promise of enhancing the quality of life and independence of older people by augmenting their ability to perform a variety of tasks and access information and services. However, unless we have an understanding of why older adults have difficulty adapting to new technologies and older adults are perceived as active users of technology by system designers successful use of technology will continue to be a challenge for future generations of older people. Given that technology is not static people will continually confront the need to learn new systems or activities at multiple points during their lives (CZAJA; 2005, p. 1).*

No entanto, o idoso deste grupo analisado no Facebook, cria relações de amizade, se constitui intelectualmente ao fazer juízos de valor sobre os textos/músicas/vídeos postados de amigos de sua rede (FONSECA, 2010), como se nota na figura 28, com a publicação de Glória (78 anos), no mural de seu amigo. A pesquisada reforça o fato de que a amizade em questão se constitui pela plataforma midiática e elogia a atuação do amigo na rede social digital.

---

<sup>40</sup> Tradução livre da autora: “Não ter acesso ou ser capaz de usar a tecnologia cada vez mais, coloca os adultos mais velhos em desvantagem em termos de sua capacidade de viver e funcionar de forma independente e negociar com êxito no ambiente construído. Além disso, os benefícios da tecnologia não podem ser obtidos por populações idosas. Tecnologia mantém a promessa de melhora de qualidade de vida e independência de idosos, aumentando a sua capacidade de executar uma variedade de tarefas e acessar informações e serviços. No entanto, a menos que tenhamos uma compreensão de por que os adultos mais velhos têm dificuldade em se adaptar às novas tecnologias e adultos mais velhos são percebidos como usuários ativos de tecnologia pelos projetistas de sistemas de uso bem sucedido, a tecnologia continuará a ser um desafio para as futuras gerações de pessoas mais velhas. Dado que a tecnologia não é que as pessoas estáticas continuamente confrontarm a necessidade de aprender novos sistemas ou atividades em vários pontos, durante suas vidas”.

FIGURA 28 - TECNOLOGIA E IDOSOS (REF.89)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE GLÓRIA ,78 ANOS, (2011).

Outro exemplo apresentado se refere aos juízos de valores realizados como na publicação de Roberta (64 anos):

FIGURA 29 - JUÍZO DE VALOR II (REF.90)



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE ROBERTA, 64 ANOS, AGOSTO (2011).

A experiência do grupo pesquisado, inclusive, perpassa a vida cotidiana ao possibilitar mundos e visões diferentes sobre significações estigmatizadas já aceitas

sobre o que é ser velho. A auto referenciação do que é ser idoso para este grupo, se refere à experiência pessoal que acontece no dia-a-dia, na relação entre refletir e refratar as vozes sociais do envelhecimento que circulam na sociedade, inclusive no Facebook.

Ressalta-se que ao se perguntar na entrevista semiestruturada, em novembro de 2012, aplicada pela rede social, sobre a possibilidade de debater questões públicas e políticas pelo Facebook, o grupo demonstrou interesse.

Seguem algumas respostas do grupo de idosos:

Concordo plenamente. Seria um ótimo canal de troca de ideias. Abraços (Giovanni, 69 anos).

Dentro dos meus limites gostaria de participar agradeço pelo convite. Beijos. (Jerônimo, 65 anos).

Com certeza, conte comigo, bjuss. (Roberta, 64 anos).

(...) como fui professora o Face veio para eu encontrar os meus ex-alunos e saber o que estão fazendo na vida adulta. Fiz novas amizades e as pessoas que já conhecia, a amizade ficou mais forte. Hoje aqui em Foz do Iguaçu tudo é comunicado pelo Face, festas, reuniões, lançamentos e etc. Quem não tem é esquecido. Como sempre fui muito moderninha e curiosa, comecei no Orkut logo que ele chegou no Brasil, depois como todos, passei para o Face. O debate via Internet vai ter, como tudo, o lado bom e o lado ruim, porque tem pessoas que acham que podem escrever tudo, sem ser responsável (...). Bjs. (Glória, 62 anos).

Sim, pois não, com muito prazer. (Bárbara, 78 anos).

Os 10 entrevistados observaram positivamente a deliberação pública, a partir de seus interesses por meio da rede social digital. Deve-se considerar, portanto, a existência de um sujeito ativo nesse processo, capaz de analisar criticamente as informações recebidas e de assumir o papel de emissor da comunicação, sem o fortalecimento da vitimização social. Concebê-lo como um idoso coparticipante no processo de comunicação pública é necessário. Em outra unidade comunicativa do Facebook, figura 30 (ref.91), publicada por Bárbara (78 anos), para seus amigos do Facebook, demonstra o efeito de pertença, de estar incluso, de fazer parte:

FIGURA 30: AMIGOS DO FB (REF.91).



FONTE: PERFIL DO FACEBOOK DE BÁRBARA, 78 ANOS, JULHO (2011).

Bárbara (78 anos), na entrevista semiestruturada, também argumenta o motivo pelo qual utiliza o Facebook:

Estou no Facebook para realizar contato com o mundo e principalmente o mundo jovem, intelectualizado (nem sempre), enfim ficar por dentro dos fatos, que nem só a imprensa divulga. Comecei a usar por brincadeira e quando erro muito, digo que vou sair, mas não saio. Contato com pessoas agradáveis que você pode escolher e interagir (BÁRBARA, 78 anos).

A entrevistada afirma que, além de conversar e interagir com pessoas agradáveis, ela se atualiza e fica em contato com o mundo jovem, inclusive, adquire informações que a imprensa não divulga. Assim, propicia relacionamentos por meio das práticas de comunicação atuais e define o posicionamento social de idosos.

O entendimento do que é o envelhecimento acontece na conjuntura cultural, nos processos de comunicação, nas relações e nos julgamentos entre os sujeitos idosos e os

demais segmentos populacionais. Há uma nova geração que está em um processo de convergência sobre as representações sociais da velhice. Sujeitos de 60 anos estão no auge de sua capacidade intelectual, de seu trabalho e desenvolvimento social. Por que, então, enfatizar o conteúdo da vitimização do idoso? Por que não buscar uma maior participação dos idosos no diálogo público? Em sua participação cidadã?

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Realizam-se, nesta parte da tese, constatações oriundas do estudo finalizado, perpassando pelas dificuldades metodológicas até às novas propostas de pesquisas suscitadas.

Salienta-se, primeiramente, que a condição do idoso depende da coletividade em que está inserido e, nesse ambiente, vozes ecoam e se integram para formar diferentes valorações da velhice. Transforma-se num sistema de interação de valores que constrói as referências do envelhecimento.

Neste estudo, a partir da premissa acima, se analisaram três vertentes de um sistema de interação midiático que permeia a comunicação pública brasileira: promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais.

### **6.1 CONSIDERAÇÕES CONCEITUAIS**

A comunicação pública, abordada na tese, se refere à vida em comunidade. São as interações recíprocas constituídas pelos sujeitos sociais, a partir de temas de interesse comum, relevantes e que levam à participação social. Isto é, uma busca coletiva de soluções para problemas e melhorias da qualidade de vida na comunidade.

Outro aspecto a salientar são as expressões midiáticas contempladas. Em uma sociedade de massa, as relações são mediadas por meios de comunicação, de acordo com Thompson (1998). Portanto, verificou-se a importância das redes sociais digitais na constituição de um lugar de fala, de voz para uma comunicação mais dialógica e participativa, entre o governo e os idosos. Considerando-se que a comunicação pública é um processo que se centra no cidadão, não apenas por meio da garantia à

informação, mas através do diálogo e do estímulo à participação, é fundamental ativar idosos em suas corresponsabilidades sociais. É imprescindível proporcionar um diálogo constante entre os cidadãos, o governo e o Estado - ao articular promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais.

O tema capital social discutido na tese está ligado à questão da governança local e da participação da sociedade civil. Permeia as normas, os valores e as redes que permitem às pessoas atuarem de maneira coletiva. Como afirma Oliveira (2010, p.31), “democracia e cidadania adquirem na atualidade novos sentidos ao passar por mudanças que qualificam o nosso modo de fazer a política e de compreender o papel do Estado”. Parte-se de uma simples representação política de idosos para propositores e avaliadores de políticas. A comunicação se torna, assim, um processo em que as distinções entre emissor, meio e receptor se confundem e se trocam até estabelecerem outras formas e outras dinâmicas de interação (DI FELICE, 2008, p. 23).

Em muitos aspectos, contatou-se, com o estudo, que a sociedade brasileira não está preparada para administrar as novas concepções culturais e significações sociais da velhice. Há, por exemplo, replicações homogêneas de fragilidade social de idosos na comunicação pública, tanto em promotores de políticas, quanto em produtores midiáticos, e, até mesmo, nos atores individuais.

Segundo Felix (2010, p. 166), “o grande risco, atualmente, no Brasil, com a perspectiva do envelhecimento populacional, é transformarmos a conquista do envelhecimento em uma derrota para a sociedade”.

Segundo o documento do “Ano Europeu do Envelhecimento Ativo” (2012), é necessário trabalhar com diversas dimensões sociais articuladas com as representações sociais da velhice como: o reforço do papel das famílias; o reforço das relações intergeracionais; a valorização do papel da pessoa idosa na sociedade por mecanismos que favoreçam a sua participação ativa e o exercício dos seus direitos; a facilitação do acesso ao mercado de trabalho e na sua permanência; o investimento na aprendizagem ao longo da vida; a promoção do voluntariado social; a permanência no meio habitual de vida, o mais tempo possível; e uma maior e melhor prevenção e cobertura das

situações de dependência.

## 6.2 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

As análises de conteúdo inicialmente tiveram como base um número total de 45 unidades comunicativas: 15 de promotores de políticas; 15 de produtores midiáticos e 15 de atores individuais. No entanto, para que houvesse uma representação maior quantitativamente das temáticas envolvidas, aumentaram-se as unidades comunicativas para 120: 40 de promotores de políticas; 40 de produtores midiáticos e 40 de atores individuais. Salienta-se que o aumento das unidades comunicativas e suas análises apenas confirmaram as constatações já obtidas anteriormente. Muito além de estatísticas, a análise quantitativa teve um suporte qualitativo que permeou uma análise dialógica das expressões da comunicação pública e de seus conteúdos manifestos.

A maior dificuldade encontrada foi compreender que as representações sociais do envelhecimento se entrelaçam, muitas vezes, em uma única unidade comunicativa. A abordagem dialógica se apresenta em todas as vertentes analisadas – promotores de políticas, produtores midiáticos e atores individuais – que constituem um sistema circular nas expressões midiáticas, refletindo e refratando as significações postas em sociedade.

Não considerar representações positivas ou negativas na sociedade foi um exercício bastante difícil, já que as concepções estão arraigadas nos contextos e nos próprios pré-conceitos. Nenhuma escrita é imparcial. No entanto, fez-se um esforço no sentido da imparcialidade, embora, nem sempre bem sucedido.

Amadurecer a tese em Portugal, na Universidade Nova de Lisboa, com a orientação da Professora Doutora Cristina Ponte, tornou-se fundamental para aprofundar a sistematização metodológica. Destaca-se, também, a importância do conhecimento de um novo contexto social, de um arsenal de textos, artigos e iniciativas públicas voltadas ao idoso europeu.

Outra característica marcante foi compreender que os estudos sobre os idosos brasileiros, hoje, se referem a pessoas a partir de 60 anos, as quais fazem parte uma nova geração, de novos contextos sociais. Mas, eles são diferentes de idosos com 80 anos ou 90 anos. Essa constatação é um desafio para próximas pesquisas, pois demonstrou a necessidade de separar metodologicamente, as fases da velhice e suas heterogeneidades culturais.

### 6.3 CONSIDERAÇÕES DAS HIPÓTESES

Hipótese 01: A vitimização de idosos está presente nas exposições midiáticas analisadas da comunicação pública brasileira, entre promotores de políticas e produtores midiáticos.

Sim, existe um forte apelo vitimador nos produtores midiáticos e sobre a ausência do papel social do idoso. Observa-se nas análises desta tese que a comunicação pública brasileira não consegue oferecer o suporte necessário para que o envelhecimento seja um processo tranquilo socialmente. Há o isolamento social do idoso, há o estigma, há a vitimização. Existe uma voz homogênea que fortalece a fragilidade social de idosos.

A representação do envelhecimento que mais se destaca nas unidades comunicativas dos promotores de políticas corresponde à degeneração das funções biológicas dos idosos. Os pontos comunicativos do *site* oficial “Portal da Saúde (SUS): Idosos” acontecem pelo repasse de informação de serviços e sistemas públicos voltados aos idosos, tendo como base a visão social da degeneração biológica.

Em relação às violências, o *site* oficial pouco se pronuncia. No entanto, no objeto empírico dos produtores midiáticos percebe-se que a representação do envelhecimento mais homogeneizada é a da fragilidade social do idoso por meio da violência que sofre de seus familiares.

No entanto, ressalta-se que os sujeitos diferenciam o processo do envelhecimento, considerado único, de acordo com cada sujeito. Acredita-se que este é um dos paradigmas para quebrar nos julgamentos de valores que ecoam na sociedade: a velhice não é homogênea e, por isso, estabelecer padrões engessados a respeito do envelhecimento apenas produzem ações superficiais na constituição do envelhecer. Citam-se alguns elementos que interferem e constituem o processo de envelhecimento: o gênero do idoso, a classe social, a saúde, a educação, os fatores de personalidade, as práticas de comunicação e interações sociais, a história passada e o contexto socioeconômico.

O processo da velhice é, antes de tudo, o reflexo da experiência individual. Cada sujeito vai elaborar esquemas e estratégias de adaptação pessoal à velhice. Esses esquemas serão o reflexo de toda a sua história de vida, de suas significações, portanto, poderão ser mais ou menos construtivos e socialmente positivos. Os idosos pesquisados e entrevistados, para este estudo, confirmam que considerar a heterogeneidade é fundamental para compreender as representações sociais do envelhecimento.

Com isso, a comunicação pública brasileira precisa encontrar caminhos para trabalhar a elevação da autoestima e do reconhecimento do idoso brasileiro no seu papel como cidadão, na reivindicação plena de seus direitos, na adoção de uma postura autônoma e na busca de uma percepção ampliada da comunidade onde vive, a partir da heterogeneidade no envelhecimento.

Hipótese 02: Existe uma ressignificação do “eu” idoso no Facebook, por um grupo de sujeitos, através da auto representação positiva do envelhecimento entre atores individuais.

Na comunicação pública há uma vitimização muito forte do ser idoso, mas nas redes sociais digitais o grupo de idosos já se posiciona intensamente, de forma diferenciada, com novas maneiras de conceber o envelhecimento, como se constata nas análises do capítulo 5. Também, nos produtores midiáticos já se apresentam iniciativas envolvendo a busca pelos direitos e deveres de idosos.

Nas análises realizadas, em números que até surpreendem, aparecem representações do envelhecimento bem sucedido, remediando o idoso fragilizado socialmente. Percebe-se que a sociedade vive um momento de convergência entre as vozes sociais da velhice e do que é ser idoso. Uma nova geração de idosos constitui o processo de envelhecimento por meio de diferenciadas concepções, como os *pleasure growers* de Morace (2009). Caracteriza-se como um grupo de idosos que não se identifica mais com a fragilidade social expressa pelos produtores midiáticos. E, como complemento, um estado de felicidade e de ativação não percebido pelos promotores de políticas, que parecem não constatar a relação de idosos com as tecnologias de informação e comunicação.

Portanto, o quadro se materializa com públicos diferenciados; idosos no Facebook, inseridos - e no transporte público; idosos excluídos. Vozes sociais do envelhecimento que se entrelaçam – que se contradizem – e que constituem a população de idosos no Brasil.

O idoso no Facebook apresenta suas experiências de vida e se constitui por meio de suas narrativas ao relembrar seus acontecimentos. Empregou-se na tese, a fundamentação de Goffman (2008), quando afirma que um sujeito, que pertence a um grupo, tem como referência categorias de ações e valores, deverá comportar-se de acordo com elas, manifestando, assim, uma ordem na interação cotidiana. Aqui, percebe-se que o grupo de idosos se reconstitui pela partilha de suas experiências, pelas narrativas no Facebook, a partir de relacionamentos digitais os quais possibilitam um aumento de seu capital social e um maior reconhecimento entre os pares.

Portanto, os padrões comunicativos e de atuação na esfera pública podem se transformar no decorrer da convergência midiática, em novas configurações da comunicação pública e das formas de sociabilidade. Observou-se que idosos realizam uma ressignificação do que é ser idoso pelo Facebook, por que não, então, ativar a participação dessa população para questões públicas, a partir das redes sociais digitais?

Hipótese 03: Promotores de políticas não se apropriam das novas mídias para fomentar um diálogo com a população idosa.

Nas unidades comunicativas dos promotores de políticas analisadas, constata-se que a interface do *website* e os conteúdos não dialogam diretamente com os idosos, mas com outro elemento – o cuidador, a família ou a população em geral. Não existem canais interativos, incentivos para acessibilidade, ações aproximativas com os idosos ou redes sociais específicas, que fomentem um diálogo direto, *on-line*, com idosos. Portanto, há a possibilidade de que os promotores de políticas não considerem existir um grupo de idosos usuário das tecnologias de informação e comunicação. Mas, como visto, há. E, eles estão dispostos a se inteirar nos processos da comunicação pública pela rede social digital, conforme respostas do grupo de idosos, citadas no capítulo 5.

Acredita-se que a Internet e as redes sociais digitais são espaços da esfera pública empregáveis para que os idosos expressem aspectos de sua coletividade, como se verificou nas iniciativas europeias, expostas no capítulo 4. No entanto, o fomento de participação dos idosos, de discussões ou de proposição de debates não é utilizado no *site* oficial do Ministério da Saúde analisado. Verifica-se assim, que o que prevalece em relação aos idosos, é o repasse de informação e a explicação do funcionamento das instituições e de seus serviços.

#### 6.4 CONSIDERAÇÕES GERAIS

Ressalta-se que as redes sociais digitais podem contribuir no processo de comunicação em busca da ampliação da cidadania do idoso, considerando-se a existência de um sujeito ativo nesse processo, capaz de analisar criticamente as informações recebidas e de assumir o seu papel social. Quer dizer, um idoso coparticipante no processo de comunicação pública.

Não é suficiente apenas liberdade em relação aos meios de comunicação para receber informações midiáticas que circulam na coletividade, a partir dos promotores de políticas e dos produtores midiáticos. É imprescindível que a cidadania perpasse, principalmente, pelo fato de que cidadão seja um emissor nos processos

comunicacionais de sua sociedade e uma peça chave no sistema de interação midiático.

Acredita-se que a comunicação pública, pelas práticas comunicacionais das redes sociais digitais, possibilita maior aproximação entre representantes e representados idosos ao estabelecer uma nova relação entre cidadãos e políticas, um diálogo entre os promotores de políticas, os produtores midiáticos e os atores individuais.

Matos (2010) assevera que na medida em que se promove a interação, a participação da sociedade nas decisões políticas ocorre de forma ativa, pois o cidadão busca não somente os direitos de pertencer ao sistema sociopolítico, mas o direito de participar na (re)elaboração do sistema como um todo.

Nas redes sociais digitais, idosos têm um canal de expressão que permite a emissão e a visibilidade de múltiplos pontos de vista. Uma discussão com interesses distintos, com um potencial de manifestação pública e política de idosos comuns que poderiam dialogar com o governo, com o Estado, dos seus lares, sem a necessidade de mediações. Uma maior participação cidadã dos idosos faria com que outras significações de mundo circulassem na coletividade frente ao envelhecimento.

Há, também, a necessidade de criar uma cultura cívica e política para a comunicação pública específica de cada coletividade para que se obtenham melhores resultados em cada comunidade.

Existem argumentos contrários a respeito das mídias digitais e da democratização, como os de Sampaio (2010) que defende sete pontos negativos, entre eles: a amplificação das desigualdades socioeconômicas; a expansão do comércio no espaço virtual; o efeito de panoptificação (monitorar e controlar a população); o afastamento da realidade que as mídias digitais levam ao usuário; a falta de censura existente nos canais da Internet; a fragmentação da esfera pública e o próprio excesso de informações políticas que circulam na rede digital.

No entanto, há defensores do uso das mídias digitais e suas apropriações para fomentar a deliberação pública, nas quais políticos e cidadãos podem interagir diretamente, sem a mediação direta da mídia de massa, de grupos de pressão e de partidos políticos (SAMPAIO, 2010). São viáveis canais de comunicação com condições para que os sujeitos idosos - em redes - participem das discussões públicas e registrem as atitudes políticas e inclinações do público.

Ressalta-se, diante de todas as argumentações, que as mídias digitais não são neutras e que os fatores socioeconômicos e tecnológicos influenciam no uso, na operação e na apropriação das mídias. É preciso, antes de tudo, uma conjunção de fatores para que se possa fomentar valores democráticos, entre eles, a vontade política para o estabelecimento de uma cultura cívica.

Salienta-se, também, que no estudo duas representações sociais do envelhecimento apareceram em pequenas frequências: “o envelhecimento e a responsabilidade do idoso frente à velhice” e o “envelhecimento e o idoso consumidor”. No entanto, acredita-se que são tendências que irão se fortalecer no contexto brasileiro diante das novas perspectivas econômicas e de desenvolvimento social para o consumo. Bem como, a responsabilidade individual, pela ideia da governança de si mesmo e da privatização dos problemas de ordem pública.

Importante afirmar que o objetivo do estudo não foi argumentar que, após os 60 anos, vive-se um momento mágico de prazer e de beleza de forma homogênea. Há problemas e dificuldades como em qualquer outro estágio da vida. O intuito foi identificar representações sociais e perceber que não há como considerar todo o processo de envelhecimento como doentio e frágil; a velhice é heterogênea.

Há idosos prontos para colaborar com a comunidade e é preciso incentivar, ativar e aproveitar as experiências que possuem. A vitimização de idosos, como apresentado na tese, não colabora para a ativação deste segmento populacional nas participações sociais, nas deliberações públicas, nas lutas por direitos e deveres.

## 6.5 FUTURAS PESQUISAS

No presente estudo verificou-se que há um grupo de idosos que, atualmente, utiliza as redes sociais digitais como instrumentos de produção, de acesso, de circulação de informações e de valorações sociais. Essas práticas comunicacionais viabilizam conteúdos e discussões de interesse público ao possibilitar, assim, um caminho para a ativação na deliberação pública por idosos. A partir daqui, novos leques de pesquisa e possibilidades se abrem, entre eles:

De que maneira a deliberação pública de idosos pode ser ativada pelas redes sociais digitais? Fomentar que práticas comunicacionais para que as redes sociais digitais sejam acessadas por um maior número de idosos? Em que medida a comunicação pública poderia desenvolver seus processos de diálogo para atingir os diferentes idosos da sociedade?

São apenas alguns questionamentos que proporcionam à temática uma vida longa.

## 6.6 CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO

Esta tese não teve como pretensão esgotar a temática das representações sociais do envelhecimento no sistema de interação midiático brasileiro. E, nem tem como ser considerado um estudo representativo.

O objetivo foi analisar três objetos empíricos que trouxeram subsídios para o início de uma compreensão social das imagens sociais da velhice, postas em sociedade. Também se abordaram aspectos da comunicação pública e da apropriação das redes sociais digitais por um grupo de idosos. Essas análises de conteúdos midiáticos, possivelmente, colaboram para uma busca maior: garantir a cidadania de pessoas idosas no Brasil.



## REFERÊNCIAS

ADD ME! *Activating Drivers for Digital Empowerment in Europe*, 2012. Disponível em: <http://www.addmecop.eu/>. Acesso em: jan./2013.

ADS NEWS. **Facebook: aumentano i profili degli over 65, fa bene ala salute**, 2010. Disponível em: <http://www.ads-news.com/Facebook-aumentano-i-profil-degli-over-65-fa-bene-alla-salute/6646>. Acesso em: mai./2011.

AGE PLATAFORM EUROPE. Disponível em: [www.age-platform.eu/](http://www.age-platform.eu/). Acesso em: dez./2012.

AGRA DO Ó, A. Norbert Elias e uma narrativa acerca do envelhecimento e da morte. **História, Ciências, Saúde**. Manguinhos, v.15, n.2, 2007.

AGRA DO Ó, A.; SOUZA, R. N.; COSTA, T; ALMEIDA, V. B. A violência contra idosos na mídia: uma reflexão sobre a produção dos sentidos. **Revista FAMECOS**, v. 17, 2010.

AGUIAR, S. **Redes sociais e tecnologias digitais da informação e comunicação**, 2006. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/55959244/AGUIAR-Sonia-Redes-sociais-e-tecnologias-digitais-de-informacao-e-comunicacao>. Acesso em: set./2011.

ALL FACEBOOK. Disponível em: <http://www.allFacebook.com>. Acesso em: mai./2011.

ANO EUROPEU DO ENVELHECIMENTO ATIVO. Ano Europeu do Envelhecimento Ativo e da Solidariedade entre Gerações. **Programa de Ação, 2012, Portugal**. Governo de Portugal, 2012.

ARTEN, F. A. C. **Poderes Legislativo e Executivo na Internet: da construção efetiva do contribuinte nos portais, rumo à pressuposta posição de cidadão**, 2009. Disponível em: [http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select\\_action=&co\\_obra=140396](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=140396). Acesso em: mai./2012.

ATHAYDE. M. E. **Aposentadoria ativa - quanto vale um projeto de vida**, 2009. Disponível em: [http://www.maisde50.com.br/editoria\\_conteudo2.asp?conteudo\\_id=7390](http://www.maisde50.com.br/editoria_conteudo2.asp?conteudo_id=7390). Acesso em: abr./2010.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1997.

\_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARBERO, J. Comunidades falsificadas. In: ESSENFELDER, R. **Jornal Folha de São Paulo**. Entrevista. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/19281108/Martin-Barbero-Entrevista-FSP-23809-Comunidades-Falsificadas>. Acesso em: mai./2012.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BARRETO, M. L. **Admirável mundo velho**. São Paulo: Ática, 1992.

BATESON, G. (1972). *Steps to an ecology of mind, Northvale, New Jersey, London, Jason Aronson Inc.* Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/horizon/files/teoria2/bateson.pdf>. Acesso em mai./2012.

BAUER, M; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

BAUMAN, Z. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2005.

\_\_\_\_\_. **Palestra ciclo de palestras fronteiras do pensamento**. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <http://poderaserodireitoemancipatorio.blogspot.com.br/2011/08/zygmunt-bauman-entrevista-para.html>. Acesso em: dez./2011.

BEAUVOIR, S. de. **A velhice**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1985.

BERSCH, L. J. **Internet e terceira idade: consumo e efeitos em usuários do extremo oeste do Paraná**. Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2009.

BOLTER, J.; GRUSIN, R. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT Press, 2006.

BORGES, A.P. **Representação da população idosa na luta por seus direitos no Brasil: O caso dos Conselhos Estaduais do Idoso**. Dissertação. Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Gerontologia da Universidade Católica de Brasília, 2009.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.

BRANDÃO, E. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.

CALDAS, C. P. C. Teorias sociológicas do envelhecimento. In: PAPALETTO NETTO, Matheus. **Tratado de Gerontologia**. 2ª ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atheneu, 2007.

CARRAMENHA, P; TORRES, H.G.; AGUIAR; L.. **O futuro de mercado da base da pirâmide no Brasil.** *GfK Custom Research* Brasil, 2011. Disponível em: <http://www.gfkcustomresearchbrasil.com/imperia/md/content/gfkcustomresearchbrasil/ofuturobop.pdf>. Acesso em: jun./2011.

CASTELLS, M.A **Sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CINU. *Envejecimiento.* Disponível em: [http://www.cinu.org.mx/temas/envejecimiento/p\\_edad.htm#2asa](http://www.cinu.org.mx/temas/envejecimiento/p_edad.htm#2asa), 2009. Acesso em: jan./2010.

CURRAN, J. *Democratic value of entertainment.* Disponível em [http://www.cimj.org/images/stories/docs\\_cimj/17\\_5-artigo.pdf](http://www.cimj.org/images/stories/docs_cimj/17_5-artigo.pdf). Acesso em: jan./2013.

CZAJA, S. *The impact of aging on access to technology,* 2005. Disponível em: [http://www.sigaccess.org/community/newsletter/september\\_2005/sep05\\_02.pdf](http://www.sigaccess.org/community/newsletter/september_2005/sep05_02.pdf). Acesso em: jan./2013.

DEBERT, G.G. **A reinvenção da velhice.** São Paulo: Edusp, 1999.

DEMO, P. **Pesquisa e informação qualitativa.** São Paulo: Papyrus, 2004.

DI FELICE, M. Das tecnologias da democracia para as tecnologias da colaboração. In: DI FELICE, M. (org.). **Do público para as redes:** a comunicação digital e as novas formas de participação sociais. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.

DISQUE DENÚNCIA (DDN). Secretaria de Direitos Humanos do Brasil. Disponível em: [http://www1.direitoshumanos.gov.br/clientes/sedh/sedh/pessoa\\_idosa](http://www1.direitoshumanos.gov.br/clientes/sedh/sedh/pessoa_idosa). Acesso em: dez./2012.

DONATO, A.; CANÔAS, C. Idoso e cidadania: a lógica da exclusão. In: PAPALETTO, Matheus. **Tratado de Gerontologia.** 2ª ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atheneu, 2007.

DUARTE, J. (org.). **Comunicação pública:** Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009a.

DUARTE, J.; VERAS, L. **Glossário de comunicação.** Brasília: Casa das Musas, 2006.

DUARTE, L. **Idade cronológica:** mera questão referencial no processo de envelhecimento, 1999. Disponível em: <http://www.seer.ufgrs.br/index.php/RevEnvelhecer/article/view/5473>. Acesso em: abr./2010.

DUARTE, M. Y. Comunicação e cidadania. IN: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública:** Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009.

ELIAS, N. **A solidão dos moribundos**. Seguido de "Envelhecer e morrer". Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

ERBOLATO, R.M.P.L. Relações sociais na velhice. In: FREITAS, E.V. et al. (eds.). **Tratado de geriatria e gerontologia**. 2.ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2006.

FACEBOOK FÁCIL. **A escalada continua**: Brasil registra 1,21 milhão de novos usuários no Facebook em abril. Disponível em: <http://www.Facebookfacil.com.br/Facebook-novos-membros-brasil-abril.html>. Acesso em: mai./2011.

\_\_\_\_\_. **Facebook ajuda idosos a não perderem a memória**. Disponível em: <http://www.Facebookfacil.com.br/Facebook-depressao-memoria-idosos-criancas.html>. Acesso em: mai./2011.

FARIA, T. **Potencial de consumo do público idoso é mal explorado**, 2009. Disponível em: <http://www.abril.com.br/noticias/brasil/especialistas-potencial-publico-idoso-mal-explorado-502408.shtml>. Acesso em: nov./2012.

FEATHERSTONE, M.; HEPWORTH, M. *Images of aging: cultural representations of later life*. In: JOHSON, M. L.; BENGSTON, V. L.; PETER, G.C. *The Cambridge Handbook of age and ageing*. New York: Cambridge University Press, 2005.

FELIX, J. **Viver muito**. Outras ideias sobre o envelhecer bem no século XXI. São Paulo, Leya, 2010.

FIDLER, R. *Mediamorphosis: understanding the new media*. Thousand Oaks: PineForge Press, 1997.

FONSECA, C.A.M. **Cartografias do Self no Facebook**. Dissertação de Mestrado em Sociologia. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 2010. Disponível em: <http://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/.../1/Tese%20Alexandre%20Final.pdf>. Acesso em: jun./2011.

GARROSSINI, A.; MARANHÃO, A.C. **A epistemologia da comunicação em Gregory Bateson: diálogos com o campo comunicacional**. CONFIBERCOM - *Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de la Comunicación*, 2011. Disponível em: <http://confibercom.org/anais2011/pdf/69.pdf>. Acesso em jan./2012.

GIACOMIN, K. O papel do Conselho Nacional dos Direitos do Idoso na elaboração e implementação de políticas públicas no Brasil. In: **Revista dos Direitos da Pessoa Idosa**. Governo do Brasil, Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República - SDH/PR, 2011. Disponível em: [http://portal.mj.gov.br/sedh/3cndpi/doc/Revista\\_DireitosPessoa\\_Idosa.pdf](http://portal.mj.gov.br/sedh/3cndpi/doc/Revista_DireitosPessoa_Idosa.pdf). Acesso em: jun./2012.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GOFFMAN, E. **Estigma**, 2008.

\_\_\_\_\_. **Representação do eu na vida cotidiana**, 1993.

GOLDMAN, S. N. **Internet e envelhecimento**: um estudo exploratório de salas de bate-papo, 2002. Disponível: [www.sbgg.org.br/profissional/artigos/Internet.htm](http://www.sbgg.org.br/profissional/artigos/Internet.htm). Acesso em: fev./2011.

GOMYLIFE. **Going online: my social life**, 2012. Disponível: <http://www.gomylife-project.eu/content/abstract-and-objectives>. Acesso em jan./2013.

GOULART, D. **Inclusão digital na terceira idade**: a virtualidade como objeto de reencantamento da aprendizagem. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2007. Disponível em: [http://tede.pucrs.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=1043](http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1043). Acesso em: mar./2011.

GROSSI, P.; SANTOS, A. Velho, eu? Pijama e chinelo só para dormir. In: DORNELLES, B; COSTA, Gilberto J. C. **Investindo no envelhecimento saudável**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

IBGE-Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Condição de vida**. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicossociais2010/SIS\\_2010.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicossociais2010/SIS_2010.pdf). Acesso em: jul./2010.

\_\_\_\_\_. Disponível em: [http://www1.ibge.gov.br/ibgeteen/datas/idoso/politica\\_do\\_idoso\\_no\\_brasil.htm](http://www1.ibge.gov.br/ibgeteen/datas/idoso/politica_do_idoso_no_brasil.htm). Acesso em: ago./2009

\_\_\_\_\_. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/datas/idoso/idoso\\_no\\_mundo.html](http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/datas/idoso/idoso_no_mundo.html). Acesso em: jun./2012.

INCLUSAGE. **Debating Older People's Need**, 2012. Disponível em: <http://www.age-platform.eu/en/age-policy-work/social-inclusion/transnational-project/651-inclusage-debating-older-peoples-needs>. Acesso em: jan./2013.

JARDIM, S. E. G. Aspectos socioeconômicos do envelhecimento. In: PAPALETTO NETTO, Matheus. **Tratado de Gerontologia**. 2ª ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atheneu, 2007.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JUNGES, J. R. Uma Leitura crítica da situação do idoso no atual contexto sociocultural. **Revista: Estudos Interdisciplinares do Envelhecimento**, Porto Alegre, v. 6, 2004. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/RevEnvelhecer/article/viewFile/4747/2667>. Acesso em:

out./2010.

KACHAR, V. A terceira idade e a inclusão digital. **Revista O mundo da Saúde**, São Paulo, v. 26, n. 3, 2002.

\_\_\_\_\_. **Internet**. Um território sem fronteiras para a terceira idade. Disponível em: <http://www.portaldoenvelhecimento.org.br/acervo/pforum/evve3.htm>. Acesso em: fev./2011.

KIRCKPATRICK, D. **O Efeito Facebook**. Rio de Janeiro Intrínseca, 2011.

LANA, L. C.C. Gregory Bateson e o processo comunicativo. **Revista Em Questão**, v. 14, nº 2, 2009. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/6439/4871>. Acesso em: jul./2010.

LATER LIFE. *Social networking for senior citizens*, 2012. Disponível em: <http://www.kolping-bildungswerk.de/en/eu-point-projects-more/past-projects/latelife-social-networking-for-senior-citizens/>. Acesso em jan./2013.

LEVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1999.

LEVY, P; LEMOS, A. **O futuro da Internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LIMA, A. M.; SILVA, H; GALHARDONI, R. **Envelhecimento bem-sucedido**: trajetórias de um constructo e novas fronteiras, 2008. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-32832008000400010&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-32832008000400010&script=sci_arttext). Acesso em: ago./2010.

LIMA, M. P. **O idoso aprendiz**, 2007. Divulgação eletrônica do Programa de Estudos Pós-Graduados em Gerontologia e do Núcleo de Estudo e Pesquisa do Envelhecimento (NEPE) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Disponível em <http://www.portaldoenvelhecimento.net/acervo/pforum/evve1.htm>. Acesso em: mar./2011.

LOCATELLI, C. A. **Comunicação e barragens**: O poder da comunicação das organizações e da mídia na implantação da usina hidrelétrica Foz do Chapecó. Tese de Doutorado da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, do Programa de Comunicação e Informação, 2011. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/37464>. Acesso em: mai./2012.

LONGEVIDADE BRASIL. Pesquisa longevidade Brasil. **Data Folha**. Bradesco Seguros, 2009. Disponível em: <http://www.slideshare.net/conex/pesquisa-longevidade-brasil>. Acesso em: mai./2011.

KERCKHOVE, D. **A pela da cultura**. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.

KIRCKPATRICK, D. **O efeito Facebook**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

MAIA, G. F. **Corpo e velhice na contemporaneidade**, 2008. Disponível em: <http://www.revispsi.uerj.br/v8n3/artigos/html/v8n3a11.html>. Acesso em: out./2012.

MAIA, G. F.; PERUENA, F. **Corpo, velhice e saúde: formas de viver e ser a velhice**, 2008. Disponível em: [http://www.fazendogenero8.ufsc.br/sts/ST47/Maia-Perurena\\_47.pdf](http://www.fazendogenero8.ufsc.br/sts/ST47/Maia-Perurena_47.pdf). Acesso em: 10 de abr./2010.

MAISDE50.com. **Amor virtual**. Disponível em: [http://www.maisde50.com.br/editoria\\_conteudo2.asp?conteudo\\_id=6316](http://www.maisde50.com.br/editoria_conteudo2.asp?conteudo_id=6316). Acesso em: fev./2011.

MANZINI-COVRE, M.L. **O que é cidadania?** São Paulo: Brasiliense, 1993

MARQUES, S. **Discriminação da terceira idade**. Lisboa: FFMS, 2011.

MATELLART, A. **A globalização da comunicação**. Bauru: EDUSC, 2000.

MATOS, H. **Capital social e comunicação**. Interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009.

\_\_\_\_\_. **O potencial do capital social na comunicação pública**. Observatório de Imprensa, ano 16, nº 698, 2010. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-potencial-do-capital-social-na-comunicacao-publica>. Acesso em: mai./2012.

\_\_\_\_\_. O declínio do capital social e comunicacional na terceira idade e a ausência de reconhecimento dos idosos. In: MARQUES, A.; MATOS, H. **Comunicação e política. Capital social, reconhecimento e deliberação pública**. São Paulo: Summus Editorial, 2011.

MEASSI, C. G. **A construção social do idoso a partir da representação midiática**, 2008. Disponível em: [http://64.233.169.104/search?q=cache:\\_DieYKLaEsIJ:www.faac.unesp.br/pesquisa/idosomidia/docs/carla/artigoconstrucaosocialidosocarla.doc+senilidade++senescencia&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=4&gl=BR](http://64.233.169.104/search?q=cache:_DieYKLaEsIJ:www.faac.unesp.br/pesquisa/idosomidia/docs/carla/artigoconstrucaosocialidosocarla.doc+senilidade++senescencia&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=4&gl=BR). Acesso em: jan./2012.

MENDONÇA, J. M. B. Estatuto do idosa. In: PAPALETTO NETTO, M. **Tratado de Gerontologia**. 2ª ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atheneu, 2007.

MILLER, D. *Media: imaterial culture and applied anthropology*. In: *Stuff*. Cambridge: Polity, 2010.

\_\_\_\_\_. *Tales from Facebook*, 2011.

MINAYO, M.C.S. Sobre humanismo e humanização de cuidados à pessoa idosa. **Revista Kairós**, n. 11, p. 49-858, 2008. Disponível em: <http://portal.revistas.bvs.br/index.php?issn=1516-2567&lang=pt>. Acesso em: jul./2009

MONTEIRO, M. G. F. M. **Ciência e risco: as controvérsias como procedimento da**

comunicação pública num contexto democrático. Tese de Doutorado da Universidade de Brasília. Programa de Comunicação. Disponível em: [http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/4412/1/2009\\_MariadaGracaMirandaFMonteiro.pdf](http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/4412/1/2009_MariadaGracaMirandaFMonteiro.pdf). Acesso em: mai./2012.

\_\_\_\_\_. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, J. (org.). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

MORACE, F. **Consumo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

MORAES, J.; SOUZA, V. *Factors associated with the successful aging of the socially-active elderly in the metropolitan region of Porto Alegre*. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, n. 27 (4), p. 302-308, 2005. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1516-44462005000400009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1516-44462005000400009&script=sci_arttext). Acesso em: jan./2013

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: [http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise\\_de\\_conteudo\\_moraes.html](http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html). Acesso em: jan./2013.

MOREIRA, M.M. **Envelhecimento da população brasileira**: aspectos gerais. Disponível em: <http://www.fundaj.gov.br/docs/text/pop2001-5.doc>. Acesso em: jan./2010.

NASCIMENTO, D.; BUNN, M. C. **O Estatuto do Idoso e a constituição da cidadania na terceira idade**: entre o documento e a prática. Disponível em: [http://www.sbpcnet.org.br/livro/58ra/SENIOR/RESUMOS/resumo\\_3478.html](http://www.sbpcnet.org.br/livro/58ra/SENIOR/RESUMOS/resumo_3478.html). Acesso em: jan./2010.

NERI, A.L.; YASSUDA, M. S. **Velhice bem sucedida**: aspectos afetivos e cognitivos. São Paulo: Campinas, 2008

NOGUEIRA, C. S. **Os “mais velhos” na Folha de S. Paulo**: uma análise crítica do discurso jornalístico sobre a velhice. Mestrado em Linguística da Universidade Estadual de Campinas, 2000.

NOGUEIRA, I. **Projeto Cidadania Ativa**: uma nova realidade para o idoso. SESC/Ceará, 2006. Disponível em: <http://www.cibs.cbciss.org/arquivos/PROJETO%20CIDADANIA%20ATIVA%20-%20UMA%20NOVA%20REALIDADE%20PARA%20O%20IDOSO.pdf>. Acesso em: abr./2012.

NORRIS, P. *Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University, 2001.

OLIVEIRA, D.C. **Análise de conteúdo temático – categorial**: uma proposta de sistematização, 2008. Disponível em: <http://www.facenf.uerj.br/v16n4/v16n4a19.pdf>. Acesso em: nov./2012.

OLIVEIRA, D.C. Análise de conteúdo temática: uma proposta de operacionalização. **Texto didático e instrumentos**. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2004.

OLIVEIRA, M. L. **Representações da velhice no site “Mais de 50”**, 2010. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós- Graduação em Linguística da Universidade de Franca. Disponível em: <http://www.mestradoemlinguistica.unifran.br/site/dissertacoes/arquivo.php?>. Acesso em: mai./2011.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Plano de ação internacional sobre o envelhecimento**, 2002. Disponível em: [www.cicts.uevora.pt/paienv.pdf](http://www.cicts.uevora.pt/paienv.pdf). Acesso em jan./2010.

\_\_\_\_\_. **O envelhecimento da população brasileira: perspectivas e desafios**, 2002. Disponível em: [http://www.tropicologia.org.br/conferencia/2002envelhecimento\\_populacao.html](http://www.tropicologia.org.br/conferencia/2002envelhecimento_populacao.html). Acesso em: jan./2010.

PANDA SECURITY. **Internet em mãos seguras**. Disponível em: <http://protectyourfamily.pandasecurity.com/pt/>. Acesso em: mar./2011.

PAPALEO NETTO, M.; CARVALHO FILHO, E.; GARCIA, Y. Biologia e teorias do envelhecimento. In: PAPALEO NETTO, Matheus. **Tratado de Gerontologia**. 2ª ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atheneu, 2007.

PAPALEO NETTO, M.; **Tratado de Gerontologia**. 2ª ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atheneu, 2007.

PAPALEO NETTO, M; YUASO, D. Interdisciplinariedade em Gerontologia: aspectos conceituais e objetivos. In: PAPALEO NETTO, Matheus. **Tratado de Gerontologia**. 2ª ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atheneu, 2007.

PASCHOAL, S.; FRANCO, R; SALLES, R. Epidemiologia do envelhecimento. In: PAPALEO NETTO, Matheus. **Tratado de Gerontologia**. 2ª ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atheneu, 2007.

PEIXOTO, C. Entre o estigma e a compaixão e os termos classificatórios: velho, velhote, idoso, terceira idade... In: BARROS, M. M. L. (org.) **Velhice ou terceira idade. Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

PIRES, A. **Velhos em revista - envelhecimento e velhice nas páginas de Cláudia e Playboy (anos 80 e 90)**. Dissertação de Mestrado IFHC, UNICAMP. Campinas, 1998.

PONTE, J. R. Aspectos psicanalíticos do envelhecimento normal. In: PAPALETTO NETTO, Matheus. **Tratado de Gerontologia**. 2ª ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atheneu, 2007.

**PORTAL DA SAÚDE (SUS): IDOSOS.** Disponível em: [http://portal.saude.gov.br/portal/saude/area.cfm?id\\_area=153](http://portal.saude.gov.br/portal/saude/area.cfm?id_area=153). Acesso em: mai.; jun./2012.

**PORTAL DE DETERMINANTES SOCIAIS.** Disponível em: <http://dssbr.org/site/wp-content/uploads/2012/03/Ind010104-20120130.pdf>. Acesso em: jan./2013.

**PORTAL DO ENVELHECIMENTO. Idosos representam 17% do poder de compra do país.** Disponível em: <http://www.portaldoenvelhecimento.org.br/artigos/z889.htm>. Acesso em: maio/2011.

**PREVIDÊNCIA SOCIAL DO BRASIL. Cobertura previdenciária brasileira atinge 82,1% dos idosos, 2012.** Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2012/10/31/cobertura-previdenciaria-brasileira-atinge-82-1-dos-idosos-em-2011/print>. Acesso em: dez. 2012.

**PUTNAM, R. Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2005.**

RAMOS, L. R. Fatores determinantes do envelhecimento saudável em idosos residentes em centro urbano: Projeto Epidoso, São Paulo. **Cad. Saúde Pública vol.19 no.3.** Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-311X2003000300011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-311X2003000300011&script=sci_arttext).

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

REUTERS. **Medo de envelhecer movimentou vendas de cosméticos para homens.** Disponível em: <http://www.olhardireto.com.br/noticias/exibir.asp>, 2010. Acesso em: jul./2011.

REVISTA VEJA. **A receita de quem não parece envelhecer. Especial da longevidade,** ed. 2121, 15 de jul./2009. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/150709/receita-quem-parece-nao-envelhecer-p-084.shtml>. Acesso em: jul./2010.

RIBEIRO, A. A. **Produção e distribuição de vídeos institucionais para transmitir conhecimento: a experiência do Ministério Público de Santa Catarina no Youtube.** Tese de Doutorado da Universidade Federal de Santa Catarina, do Programa de Engenharia e Gestão do Conhecimento, 2010. Disponível em: [http://www.aberje.com.br/monografias/%C3%82ngelo\\_Augusto\\_Ribeiro.pdf](http://www.aberje.com.br/monografias/%C3%82ngelo_Augusto_Ribeiro.pdf). Acesso em: mai./2012.

RIBEIRO, R. **A Construção da velhice positiva em propagandas televisivas**

**direcionadas ao público idoso.** Dissertação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, em Psicologia Social, 2007. Disponível no site: <http://www.pucsp.br/pos/pssocial/pso/nucleos/npdps/arquivos/Raquel.pdf>. Acesso em: nov./2009.

RODRIGUES, L. SOARES, G. Velho, idoso e terceira idade na sociedade contemporânea. **Revista Ágora**, Vitória, n.4, 2006, p. 1-29. Disponível em: [http://www.ufes.br/ppghis/agora/Documentos/Revista\\_4\\_PDFs/Lizete%20de%20Souza%20Rodrigues%20-%20C3%81gora\\_4.pdf](http://www.ufes.br/ppghis/agora/Documentos/Revista_4_PDFs/Lizete%20de%20Souza%20Rodrigues%20-%20C3%81gora_4.pdf)

RODRIGUES, N.C. **Política Nacional do Idoso - retrospectiva histórica.** Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/RevEnvelhecer/article/viewFile/4676/2593>. Acesso em: jan./2010.

ROSSO, G. **Processos comunicativos na perspectiva da comunicação pública: o caso do Ministério Público do Trabalho no Paraná.** Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2012.

RUBIM, A.A.C. Cidadania, comunicação e cultura. In: PERUZZO, CM.K.; DE ALMEIDA, F.F. (org.). **Comunicação para a cidadania.** São Paulo: Intercom; Salvador: UNEB, 2003.

SALOMÃO REIS, D. **Comunicação pública dos serviços de saúde para o idoso: análise da produção e percepção da cartilha “Viver Mais e Melhor”.** Tese de Doutorado da Universidade de São Paulo. Programa de Comunicação, 2005. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-03112009-231202/pt-br.php>. Acesso em: mai./2012.

\_\_\_\_\_. Desigualdades sociais na área da saúde: terceira idade, reconhecimento e capital social. In: MARQUES, A.; MATOS, H. **Comunicação e política. Capital social, reconhecimento e deliberação pública.** São Paulo: Summus Editorial, 2011.

SAMPAIO, R.C. Participação política e os potenciais democráticos da Internet. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 4, n.1, p. 29-53, jan., jun./2010. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/viewFile/12430/8297>. Acesso em out./2012.

SCHERER-WARREN, I. **Cidadania sem fronteiras – ações coletivas na era da globalização.** São Paulo: Hucitec, 1999.

\_\_\_\_\_. **Movimentos sociais: um ensaio de interpretação sociológica.** Florianópolis: UFSC, 2001.

\_\_\_\_\_. Redes sociais: trajetórias e fronteiras. In: DIAS, Leila Christina; SILVEIRA, Rogério Leandro Lima (org.). **Redes, sociedades e territórios.** 2.ed.

Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007

SCLIAR, M. História do conceito de saúde. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, 2007. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-73312007000100003&lng=pt&userID=-2](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312007000100003&lng=pt&userID=-2). Acesso em jul./2009.

SECRETARIA ESPECIAL DOS DIREITOS HUMANOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (SDH/PR). Presidência da República Federativa do Brasil. **Pessoa idosa**. Disponível em:

[http://www.presidencia.gov.br/estrutura\\_presidencial/sedh/Id\\_idoso/Idosos](http://www.presidencia.gov.br/estrutura_presidencial/sedh/Id_idoso/Idosos). Acesso em: 20 de set./ 2009.

\_\_\_\_\_. **Pessoa idosa**. Disponível em: <http://www.sedh.gov.br/clientes/sedh/sedh/sobre>. Acesso em: mai./2012.

\_\_\_\_\_. **Pessoa idosa**. Disponível em: <http://www.sedh.gov.br/clientes/sedh/sedh/conselho/idoso>. Acesso em: mai./2012.

\_\_\_\_\_. **Campanha nacional de conscientização sobre a violência contra a pessoa idosa**, 2010. Disponível em: <http://www.direitoshumanos.gov.br/2010/06/11-jun-2010-campanha-nacional-promove-conscientizacao-sobre-violencia-contra-idosos>. Acesso em: jun./2011.

SERASA EXPERIENCE. **Facebook dobra participação no ranking de redes sociais em dezembro**, 2012. Disponível em: [http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2013/noticia\\_01072.htm](http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2013/noticia_01072.htm). Acesso em dez./2012.

SESC/SP; FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Idosos no Brasil. Vivências, desafios e expectativas na terceira idade**, 2007. Disponível em: [http://www2.fpa.org.br/uploads/1\\_perfil\\_sociodemografico\\_idosos\\_brasileiros.pdf](http://www2.fpa.org.br/uploads/1_perfil_sociodemografico_idosos_brasileiros.pdf). Acesso em mai./2012.

SFEZ, L. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

SHAPIRA, N.; BARAK, A; GAL, I. **Promoting older adults' well-being through Internet training and use**, 2007. Disponível em: <http://construct.haifa.ac.il/~azy/S333-OlderAdultsInternetShapira.pdf>. Acesso em: mar./2011.

SIBILIA, P. **O show do eu** – a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira 2008.

SILVA, J. Q. S. **Comunicação pública e complexidade**: uma perspectiva das relações públicas como sujeito comunicacional e estratégico no cenário da midiaticização, 2007. Disponível em: [http://www6.ufrgs.br/infotec/teses07-08/resumo\\_7392.html](http://www6.ufrgs.br/infotec/teses07-08/resumo_7392.html). Acesso em: mai./2012.

SOUSA. J. Obrigado por/a ser feliz: as representações dos idosos nas telenovelas

brasileiras. In: **INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO**, XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, RN, 2 - 6 de set./2008. Disponível em:<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0342-1.pdf>. Acesso em nov./2012.

SOUSA, I. Idosos devem movimentar R\$ 402,3 bilhões em 2012. **Revista Exame.com**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/economia/noticias/idosos-devem-movimentar-r-402-3-bilhoes-em-2012>. Acesso em: jun./2012.

STACHESKI, D.R.; MASSI, G.A. Índices sociais de valor: *mass media*, linguagem e envelhecimento. **Revista Interface**, v. 15, 2011. Disponível em: <http://submission.scielo.br/index.php/icse/article/view/30699>. Acesso em: jun./2011.

STUCCHI, D. O curso da vida no contexto da lógica empresarial: juventude, maturidade e produtividade na definição da pré-aposentadoria. In: LINS DE BARROS, M. S. **Velhice ou terceira idade?** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2007.

TEIXEIRA, S. M. **Envelhecimento do trabalhador no tempo do capital**. Tese (Doutorado em Políticas Públicas), Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2006.

TEIXEIRA, V. A contribuição da Internet para os movimentos sociais e redes de movimentos sociais e o caso do “Movimento Internacional Pela Adoção ao Software Livre”. **Anais do II Seminário Nacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia**, 25 - 27 de abr./ 2007, UFSC, Florianópolis, Brasil. Disponível em: [http://www.sociologia.ufsc.br/npms/viviani\\_teixeira.pdf](http://www.sociologia.ufsc.br/npms/viviani_teixeira.pdf). Acesso em: mai./2011.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

TORRES, M.; SÁ, M. Inclusão social de idosos: um longo caminho a percorrer. **Revista de Ciências Humanas**. Universidade de Taubaté (UNITAU), Brasil, v. 1, n. 2, 2008. Disponível em: <http://periodicos.unitau.br/ojs-2.2/index.php/humanas/article/viewFile/454/419>. Acesso em: mai./2012.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

U.S. DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES. **A profile of older americans:** 2011. Disponível em: [http://www.aoa.gov/aoaroot/aging\\_statistics/Profile/2011/docs/2011profile.pdf](http://www.aoa.gov/aoaroot/aging_statistics/Profile/2011/docs/2011profile.pdf). Acesso em: jan./2013.

VIEIRA, T.; NASCENTES, C. **O idoso, a publicidade e o direito do consumidor**. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=4621>. Acesso em: mai./2010.

WINKIN, Y. **A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo**. Campinas: Papirus, 1998.

WINOUCCOUR, R. **Robinson Crusoe ya tiene celular**. México: Siglo XXI, 2009.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**, Lisboa, Editorial Presença, 1997.

WORLD HEALTH ORGANIZACIONAL – WHO (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE). **Envelhecimento ativo: uma política da saúde**. Brasília, 2005. Disponível em: [http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/envelhecimento\\_ativo.pdf](http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/envelhecimento_ativo.pdf). Acesso em: abr./ 2009.

WOTTRICH, L.H. **Envelhecer com *Passione*: a telenovela na vida de idosas das classes populares**, 2011. Dissertação do “Programa de Pós - Graduação em Comunicação” da Universidade Federal de Santa Maria. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/poscom/wp-content/uploads/2011/08/Laura-Wottrich-Disserta%C3%A7%C3%A3o-2009.pdf>. Acesso em jan./2013.

ZENAIDE, M. N.; VIOLA, S. A. Educação em direitos humanos na promoção de uma cultura de respeito aos direitos da pessoa idosa. In: **Revista dos Direitos da Pessoa Idosa**. Governo do Brasil, Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República - SDH/PR, 2011. Disponível em: [http://portal.mj.gov.br/sedh/3cndpi/doc/Revista\\_DireitosPessoa\\_Idosa.pdf](http://portal.mj.gov.br/sedh/3cndpi/doc/Revista_DireitosPessoa_Idosa.pdf). Acesso em: jun./2012.

## **APÊNDICE I – PRODUTORES MUDIÁTICOS**

TABELA 19 - PRODUTORES MIDIÁTICOS

<b>Ref.</b>	<b>Mídia<sup>41</sup>/ Localização</b>	<b>Breve Descrição e/ou Fonte</b>
41	Jornal O Globo – Rio de Janeiro	O jornal “O Globo” foi fundado em 29 de julho de 1925 por Irineu Marinho. Ainda hoje, o periódico pertence à família Marinho, mas agora trata-se de apenas uma fatia do conglomerado administrado pelas Organizações Globo.
42	Jornal Correio Brasiliense – Distrito Federal	Jornal brasileiro com sede em Brasília, Distrito Federal, pertencente ao Grupo Diários Associados, do qual faz parte outro jornal (Aqui DF), além da rádio Clube FM, a TV Brasília e os portais Correio Brasiliense e Correio Web. Fundado no dia 21 de abril de 1960 por Assis Chateaubriand, juntamente com a inauguração da cidade e a da TV Brasília.
43	Jornal do Tocantins – Palmas	Periódico diário da Organização Jaime Câmara (OJC), sendo o jornal de maior tiragem no estado brasileiro do Tocantins. Foi fundado em 18 de maio de 1979 por Jaime Câmara. No Tocantins, além do próprio jornal, a OJC também mantém a Rede Anhanguera de Televisão (afiliada da Rede Globo), através das retransmissoras: TV Anhanguera (Palmas), TV Anhanguera (Araguaína) e TV Rio Formoso; além da Rádio Araguaia FM, que é uma das rádios de maior audiência no estado. O Jornal do Tocantins circula em todos os municípios tocaninenses e em várias cidades de Goiás, além do Distrito Federal.
44	Jornal Diário do Nordeste – Ceará	Jornal escrito e publicado no Ceará. Pertence ao Sistema Verdes Mares. O jornal tem sua sede em Fortaleza e sucursais em Crato, Iguatu, Juazeiro do Norte, Limoeiro do Norte, Sobral (CE), Brasília (DF), e Recife (PE). Sua primeira edição circulou em 19 de dezembro de 1981.
45	Diário de Natal – Rio Grande do Norte	Jornal matutino brasileiro da cidade de Natal, no estado do Rio Grande do Norte. A partir de 2009, o jornal tem sido impresso na sede regional do grupo a qual o jornal pertence, na cidade do Recife. Mas a produção jornalística e edição permanecem em sua redação, localizada na Zona Norte de Natal.
46	Diário de Petrópole – Rio de Janeiro	Tem sua história iniciada em 1954, quando Antonio Calors Noronha Portella realizou o sonho de publicar um jornal. Mas apenas 17 anos depois de sua fundação, em agosto de 1971, quando a família Carneiro Dias assumiu seu controle acionário é que o Diário passou a ter um caráter profissional.
47	A Gazeta – Espírito Santo	Jornal brasileiro editado na cidade de Vitória, no estado do Espírito Santo. Atualmente é o jornal mais antigo em circulação no estado. O Jornal foi fundado em 11 de Setembro de 1928 pelo jornalista Thiers Vellozo. Em 17 de Julho de 2011, após 83 anos, o jornal A Gazeta passa a circular em tabloide.
48	Jornal Pioneiro – RS	Jornal fundado em 1948 na região nordeste do estado do Rio Grande do Sul, com sede em Caxias do Sul, RS e que desde 1993 pertence ao Grupo RBS. O jornal, inicialmente de circulação semanal passou a ser de circulação diária, desde o ano de 1981, possuindo também uma versão online desde 2008.
49	Correio do Povo – Santa Catarina	O jornal O Correio do Povo é uma publicação diária, com exceção das segundas feiras, que abrange a região do Vale do Itapocú e cinco municípios: Corupá, Guarimir, Jaraguá do Sul, Massaranduba e Schroeder. Fundado em 1919 pelos sócios Venâncio da Silva Porto e Arthur Muller. O Correio do Povo é o quarto jornal mais antigo em circulação no Estado de Santa Catarina. É um importante veículo de comunicação da região e esteve por cinco décadas nas mãos da família Schmöckel, fato mudado em 2008, quando da venda do jornal ao empresário Walter Janssen Neto.
50	Jornal Gazeta do Povo - Paraná	Jornal de circulação estadual diária, sediado em Curitiba. Foi fundado em 3 de fevereiro de 1919 e é considerado o maior jornal do Paraná. É publicado pela Editora Gazeta do Povo S.A., do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM), que também é proprietário do "Jornal de Londrina".
51	Diário de Natal – Rio Grande do Norte	Vide Ref.45.
52	Jornal de Brasília – Distrito Federal	Integrante do Grupo Jornal de Brasília, juntamente com o jornal Na Hora H! e o portal Clica Brasília, foi fundado em 1972 pela Organização Jaime Câmara. Se manteve

<sup>41</sup> O perfil de cada empresa foi retirado de suas páginas na Internet.

		a até poucos anos como o segundo maior jornal do Distrito Federal, ranking que atualmente pertence ao Aqui DF. No início de 2000 foi vendido pela primeira vez ao Grupo EQM. Desde de 2007, pertence ao empresário Marcos Pereira Lombardi, proprietário da rede de postos de combustíveis brasileira Gasolina. Em 2008, o Jornal de Brasília alcançou a marca de 177 mil leitores e circulação diária média de 16.857 jornais por dia.
53	Expresso MT – Mato Grosso	O ExpressoMT é um site sem vínculos partidários. Qualifica discussões nas suas áreas de maior abrangência, quais sejam: Política, Economia, Agronegócios, Esportes, Notícias do Estado entre outras, prestando serviços de qualidade com informações atualizadas constantemente. Tem o propósito de concentrar em uma única seção a divulgação de notícias de toda a região do Mato Grosso e focar matérias Nacionais e Internacionais.
54	Tribuna da Bahia – Salvador	A Tribuna da Bahia é um jornal que circula no estado da Bahia. É atualmente o terceiro jornal mais importante do estado, ficando atrás do diário A Tarde e do Correio da Bahia.
55	Tribuna do Brasil – Distrito Federal	Jornal diário fundado em 2001 pelo empresário de comunicações de Rondônia e ex-senador suplente Mario Calixto. Em 2005 foi vendido ao atual proprietário e presidente, Alcyr Duarte Collaço Filho. O impresso teve a circulação suspensa em março de 2011, quando alegou estar incapaz financeiramente de continuar a rodar diariamente.
56	Folha da Região – São Paulo	Folha da Região, também conhecido pela sigla FR, é um jornal brasileiro publicado pela Editora Folha da Região, nas cidades da região de Araçatuba. O jornal foi fundado em 11 de junho de 1972.
57	Jornal do Comércio – Rio Grande do Sul	O Jornal do Comércio é um veículo de mídia impressa brasileiro, editado em Porto Alegre. Foi fundado em 25 de maio de 1933 por Jenor C. Jarros e Zaida Jayme Jarros. A sua circulação é diária de segunda a sexta-feira, e é voltado para economia e negócios. Anualmente o Jornal do Comércio publica um caderno chamado <i>Marcas de quem decide</i> . A publicação abrange em torno de 100 categorias, e é vendido em todo o Rio Grande do Sul.
58	Coletivo – Distrito Federal	Jornal de Brasília, pertencente ao Grupo Comunidade de Comunicação.
59	Diário do Grande ABC – São Paulo	Jornal regional do Brasil. É o principal periódico do Grande ABC, em São Paulo. A empresa está localizada no centro de Santo André. Foi fundado em 1958 pelos sócios Edson Danillo Dotto, Maury de Campos Dotto, Angelo Puga e Fausto Polesi. Antigamente era o "News Seller". De acordo com a Associação Paulista de Jornais, o Diário do Grande ABC é o maior jornal regional do Brasil.
60	A Gazeta – Mato Grosso	Jornal de Cuiabá. Disponível em: <a href="http://gazetamt.com.br/">http://gazetamt.com.br/</a> .
61	Agora – Mato Grosso do Sul	Disponível em: <a href="http://www.agoramt.com.br/expediente/">http://www.agoramt.com.br/expediente/</a> .
62	Jornal de Tocantins - Tocantins	Vide Ref.43.
63	O Imparcial Online – Maranhão	O Imparcial é o maior portal com notícias e as últimas notícias de o estado do Maranhão. Sempre dedicado à política, cidades, saúde, eleições e concursos. Disponível em: <a href="http://www.oimparcial.com.br">http://www.oimparcial.com.br</a> .
64	Correio Braziliense (On-line)	Vide Ref.42. Disponível em: <a href="http://www.correioweb.com.br">http://www.correioweb.com.br</a> .
65	Rodônia Dinâmica (On-line) – Rondônia.	Disponível em: <a href="http://www.rondoniadinamica.com">http://www.rondoniadinamica.com</a> .
66	R7 (On-line) – São Paulo	R7 ou R7.com é um portal de notícias e entretenimento pertencente a Central Record de Comunicação. Possui conteúdo e vídeos da Record, Rede Record, Record Internacional e suas afiliadas (Correio do Povo e as rádios Cidade, Record, Sociedade da Bahia e Guaíba). São produzidas em média mais de mil notícias todos os dias pelo R7, elaboradas por 150 jornalistas e mais de 350 profissionais ao todo, divididos por equipes presentes em todo o território nacional. Dentre eles, a maioria vindos do UOL, filiado à Folha de S. Paulo, do G1, dos portais Abril, Terra, Yahoo, Reuters e do Jornal da Tarde.
67	ClicaBrasília (On-line)	Portal de notícias de Brasília. Integrante do Grupo Jornal de Brasília. Disponível em: <a href="http://www.clicabrasilia.com.br">http://www.clicabrasilia.com.br</a> .

68	JB Online – Rio de Janeiro.	O Jornal do Brasil é um tradicional jornal brasileiro, publicado diariamente na cidade do Rio de Janeiro e impresso até setembro de 2010, quando se tornou exclusivamente digital.
69	Pantanal News (On-line) – Mato Grosso do Sul.	Portal de notícias do Mato Grosso do Sul. Disponível em: <a href="http://www.pantanalnews.com.br">http://www.pantanalnews.com.br</a> .
70	Aquidauana News (On-line)	Portal de Notícias da cidade de Aquidauana: últimas notícias, esporte, política, economia, polícia, cultura, turismo, agropecuária, tempo, veículos, eventos etc. Disponível em: <a href="http://www.aquidauananews.com">http://www.aquidauananews.com</a> .
71	Gazeta do Povo (On-line)	Vide Ref.50.
72	Bom dia Sorocaba (On-line) – São Paulo	Presente em mais de 100 cidades paulistas e com um total de 10 jornais diários, o Jornal Bom Dia Sorocaba busca oferecer uma cobertura completa. Disponível em: <a href="http://www.bomdiasorocaba.com.br">http://www.bomdiasorocaba.com.br</a> .
73	Portal Piauiense (On-line)	Disponível em: <a href="http://www.portalappm.com.br">http://www.portalappm.com.br</a> .
74	Tribuna do Norte(On-line) – Amazonas	Jornal online com notícias e conteúdo de Esportes, Cultura, Saúde, Ciência, Economia, Educação, Tecnologia, Plantão, Natal, RN, Brasil e Mundo. Disponível em: <a href="http://tribunadonorte.com.br">http://tribunadonorte.com.br</a> .
75	Ceará Agora (On-line)- Ceará	O Grupo Cearasat é uma empresa de comunicação multimídia que opera no Ceará. Fundado pelos jornalistas Luzenor de Oliveira e Donizete Arruda em 1997, em Fortaleza, detém hoje a maior rede de emissoras de rádio via satélite do Estado em parceria com o Grupo SomZoom Sat. O Grupo administra quinze emissoras na Capital e nas principais cidades do Estado, incluindo ainda a Jovem Pan da Grande Sobral. Disponível em: <a href="http://www.cearaagora.com.br">http://www.cearaagora.com.br</a> .
76	A Tarde (On-line) - Bahia	Iniciou sua história em 1912, quando o jornalista Ernesto Simões Filho, aos 26 anos de idade, fundou seu próprio veículo de comunicação impresso. Disponível em: <a href="http://atarde.uol.com.br">http://atarde.uol.com.br</a> .
77	Central de Notícias (On-line) – Roraima	Portal de notícias de Roraima. Disponível em: <a href="http://www.roraimanoticias.com.br">http://www.roraimanoticias.com.br</a> .
78	Diário do Vale ( On-line) – Volta Redonda	Portal de notícias de Volta Redonda – RJ. Disponível em: <a href="http://diariodovale.uol.com.br">http://diariodovale.uol.com.br</a> .
79	O Povo (On-line) - Ceará	Fundado em 7 de janeiro de 1928 por Demócrito Rocha, em seu primeiro editorial, O Povo defendeu o propósito de um jornal "defender dos interesses da sociedade contra as oligarquias dominantes", da época, e capaz de "levar o desenvolvimento ao Ceará". O Povo passou por diferentes linhas editoriais. Instituiu, em 1997, o seu Conselho de Leitores, formado por representantes da sociedade civil, o Conselho se reúne bimestralmente para avaliar, criticar e sugerir pautas. O Povo é também o único jornal do Estado e um dos únicos do Brasil a ter ombudsman. Disponível em: <a href="http://www.opovo.com.br">http://www.opovo.com.br</a> .
80	O Fluminense (On-line) – Rio de Janeiro	O Fluminense é um jornal diário de notícias brasileiro publicado de terça-feira a domingo (a edição de domingo é revendida às segundas-feiras). Fundado em 8 de maio de 1878 em Niterói e instalado inicialmente no sobrado da Rua da Conceição, número 59, "O Fluminense" é o terceiro periódico mais antigo em circulação no estado do Rio de Janeiro e o sexto no país. Disponível em: <a href="http://www.ofluminense.com.br">http://www.ofluminense.com.br</a> .

FONTE: AUTORA (2012).

## **APÊNDICE II – TABELAS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO**

TABELA 20 -ANÁLISE DO “PORTAL DA SAÚDE (SUS): IDOSOS”

Categorias	Degeneração biológica			Fragilidade social				Responsabilidade frente a velhice			Idoso consumidor		Envelhecimento bem – sucedido				
	Unidades Comunicativas	Variáveis	Doenças ou Perdas Físicas	Morte ou fim biológico	Prevenção de doenças por políticas públicas	Abandono e Negligência	Discriminação	Violência	Usurpação de bens	Alimentação	Exercícios	Corpo jovem / Cuidados Individuais	Público consumidor	Poder aquisitivo	Ações intergeracionais	Entretenimento e interações sociais	Direitos, deveres e reivindicações
1		+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
2		+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
3		+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
4		+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-
5		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
6		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
7		-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	-
8		-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	-
9		+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
10		+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
11		-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
12		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
13		+	-	+	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	+	-
14		-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
15		+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16		+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
17		+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18		+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
19		-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
20		+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
21		+	-	+	-	-	-	-	+	-	+	-	-	-	-	-	-
22		+	-	+	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	+	+
23		+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
24		+	-	+	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	+	+	+
25		+	+	+	-	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	+	-
26		+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+
27		+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
28		+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
29		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
30		+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
31		+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
32		+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
33		+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-	+	-	-
34		+	+	+	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
35		-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	+	+	-
36		+	-	+	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-	+	+	-
37		+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	+
38		+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	+
39		+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	+
40		+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	+
NT		30	18	32	2	3	0	2	4	3	16	5	0	4	8	20	7

FONTE: AUTORA (2013).

TABELA 21 - ANÁLISE DE CONTEÚDO DA COBERTURA MUDIÁTICA

Categorias	Degeneração biológica			Fragilidade social				Responsabilidade frente a velhice			Idoso consumidor		Envelhecimento bem – sucedido			
	Doenças ou Perdas Físicas	Morte ou fim biológico	Prevenção de doenças por políticas públicas	Abandono e Negligência	Discriminação	Violência	Usurpação de bens	Alimentação	Exercícios	Corpo jovem / Cuidados Individuais	Público consumidor	Poder aquisitivo	Ações intergeracionais	Entretenimento e interações sociais	Direitos, deveres e reivindicações	Engajamento comunitário
41	+	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
42	+	-	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
43	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
44	+	-	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	-
45	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
46	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
47	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	+
48	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
49	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
50	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+
51	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
52	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	+	+	+
53	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
54	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+
55	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
56	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
57	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
58	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
59	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+
60	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
61	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
62	+	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
63	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
64	+	-	-	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	-
65	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	+
66	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
67	+	-	-	+	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+
68	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-
69	-	+	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
70	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
71	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
72	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
73	+	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
74	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
75	+	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	+
76	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
77	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
78	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+
79	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
80	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
NT	9	1	4	28	36	39	18	2	1	2	0	0	4	9	38	9

FONTE: AUTORA (2013)

TABELA 22 - ANÁLISE DE CONTEÚDO – IDOSOS NO FACEBOOK

Categorias	Degeneração biológica			Fragilidade social				Responsabilidade frente a velhice			Idoso consumidor		Envelhecimento bem – sucedido				
	Unidades Comunicativas	Variáveis	Doenças ou Perdas Físicas	Morte ou fim biológico	Prevenção de doenças por políticas públicas	Abandono e Negligência	Discriminação	Violência	Usurpação de bens	Alimentação	Exercícios	Corpo jovem / Cuidados Individuais	Público consumidor	Poder aquisitivo	Ações intergeracionais	Entretenimento e interações sociais	Direitos, deveres e reivindicações
81	+	+	-	-	+	-	-	-	-	-	+	-	-	+	+	-	-
82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	+	+	-	-
85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
86	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	+	+	-	-
87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
88	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
89	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	+	-	-
90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
93	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	-	-
94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	+	+	-	-
95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
101	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	-	-
102	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	-	-
103	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
104	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
105	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
106	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-
107	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-
108	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
109	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
110	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
111	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
112	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
113	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
114	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
115	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
116	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	-	-
117	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
118	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
119	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-
120	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-
N.T.	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	5	6	7	40	40	1	0

FONTE: AUTORA (2013).