

## Abordagens do Rádio Sobre a Velhice <sup>1</sup>

Ellis Regina Araújo da SILVA<sup>2</sup>

### Resumo

A investigação tem como problemática o uso do rádio como fonte de informações sobre a velhice. Realiza-se uma análise documental da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 e um estudo sobre temáticas e fontes do programa de rádio *50 Mais CBN*. Busca-se responder a perguntas tais como, quais são os usos do rádio pelos idosos, como o envelhecimento físico ou a idade legal torna-se um mecanismo de classificação sobre a pessoa e quais foram as mudanças nas representações do tema. A análise apoia-se em estudos sobre a construção social da velhice, na perspectiva da sociologia dos emissores e nas reflexões sobre segmentação. O rádio é um mediador de questões sobre a velhice. Para isso, utiliza fontes institucionais como definidoras primárias de informação e prioriza conteúdos sobre saúde, bem-estar e finanças pessoais com a partir da aceção de envelhecimento ativo.

Palavras-chave: Rádio; Velhice; *50 Mais CBN*, fontes, PBM.

### Introdução

A pesquisa procura identificar de que maneira o rádio aborda o envelhecimento, a partir da análise do Programa de rádio *50 Mais CBN*. Criada em março de 2015, a produção possui a proposta editorial de abordar assuntos que concernem ao envelhecimento. Para investigação, considerou-se relevante a introdução de duas variáveis: os temas e as fontes do programa. No primeiro caso, o estudo busca identificar como o rádio utiliza o envelhecimento físico ou a idade para classificar as ouvintes e se há algum tipo de homogeneização na representação dessa população. Quanto às fontes, observa-se a procedência dos conteúdos veiculados, como por exemplo, se são oriundos de sociedades científicas, de instituições privadas, de Organizações Não Governamentais (ONGs) ou de instituições do governo.

A investigação também busca medir qual é o padrão de uso do rádio pela população idosa tendo em vista a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (PBM 2015), *survey* elaborado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom). A análise pretende responder perguntas de ordem descritiva, qual é o padrão de uso do rádio por pessoas com 50 anos ou mais, e de ordem explicativa, sobre como esta exposição está associada a diferentes valores, comportamentos, atitudes. Avaliam-se os dados a partir dos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Professora adjunta da Faculdade de Comunicação da UnB, e-mail: ellis.regina@gmail.com.

seguintes questionamentos: os idosos ouvem rádio? Qual é o tempo de uso e nível de exposição? Qual a preferência de conteúdo?

Para isso, a análise fundamenta-se na perspectiva teórica da sociologia dos emissores, nos estudos sobre a construção social da velhice e em reflexões teóricas sobre o processo de segmentação do rádio e o impacto sobre a linguagem e conteúdo.

O envelhecimento populacional é um fenômeno mundial. Isso ocorre em razão de um crescimento maior da população idosa em relação a outras faixas etárias. Fatores como diminuição das taxas de mortalidade e de natalidade, além do acesso aos avanços da medicina, entre outros aspectos, são responsáveis por essa condição demonstrada especialmente nas últimas décadas.

Em pesquisa realizada ao longo de uma década no Brasil, a estudiosa Guita Grin Debert (1999, p.13) identificou aquilo que denomina como socialização progressiva da velhice. Durante muito tempo, de acordo com ela, a velhice foi considerada própria da esfera privada e familiar, uma questão de previdência individual ou de associações filantrópicas. Porém, especialmente a partir da década de 1980, tornou-se uma questão pública. O envelhecimento transformou-se em um objeto de saber científico que põe em jogo múltiplas dimensões como o desgaste fisiológico e o prolongamento da vida, o desequilíbrio demográfico e o custo financeiro das políticas sociais. De fato, a velhice e as questões relacionadas com o envelhecimento passaram a ocupar cada vez mais espaço entre os temas que preocupam a sociedade brasileira.

Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)<sup>3</sup>, em pesquisa sobre o envelhecimento da população brasileira (2002), no país, nos últimos 30 anos, a população teve a sua expectativa de vida aumentada. A pessoa idosa reduziu níveis de deficiência física e mental, passou a chefiar famílias e a viver menos na casa de parentes e alcançou um melhor nível de rendimentos. Em uma série de estudos publicados na revista médica *The Lancet*, a Organização Mundial de Saúde (OMS) estimou que, em 2020, pela primeira vez na história, o número de pessoas idosas vai ultrapassar o de crianças com menos de cinco anos. Uma em cada sete pessoas será idosa<sup>4</sup>.

Nesse contexto, prioriza-se o material radiofônico, como objeto de análise, em razão de o rádio ser um veículo de comunicação de massa com amplo acesso da população. Trata-se de um veículo ágil em que a transmissão de um acontecimento ocorre

<sup>3</sup> Disponível em: [http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/TDs/td\\_0858.pdf](http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/TDs/td_0858.pdf). Acesso em 19 abr 2015.

<sup>4</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2014/11/envelhecimento-populacional-dominara-politicas-de-saude-diz-oms.html>. Acesso em 25 abr 2015.

de maneira rápida e instantânea. Devido a essas características, o veículo alcança grande parte da população ao utilizar discurso assinalado pela clareza, precisão e concisão com o uso do repertório do público que se deseja atingir (FERRARETTO, 2001).

Para análise, escolheu-se uma emissora modelar em termos de cobertura jornalística. A *Central Brasileira de Notícias* (CBN) é do segmento jornalístico *all news*, ou seja, dedicada à veiculação de conteúdo informativo durante as 24 horas de programação. A produção da emissora engloba os mais variados programas, com destaque para reportagens, e a cobertura intensiva de acontecimentos culturais, econômicos, políticos e sociais. A rede alcança 34 cidades em todas as regiões do país. A audiência é de 122.170 ouvintes por minuto. O tempo médio de audiência é de duas horas. O alcance mensal é de 1,8 milhão de ouvintes. A maioria identificada como pertencente à classe social AB (73%). A faixa etária de 50 a 59 anos corresponde a 23% da audiência e as pessoas com 60 anos ou mais equivalem a 35% do público. Desse modo, verifica-se que a audiência da emissora entre pessoas a partir dos 50 anos de idade é de 58%.<sup>5</sup> Tem-se a hipótese de que esse número teve reflexo na proposta editorial da CBN, quando esta passou a apresentar o programa *50 Mais CBN*.

## O envelhecimento

O artigo busca responder, entre outras questões, como o envelhecimento físico ou a idade legal tornou-se um mecanismo de classificação sobre as pessoas. O processo de envelhecimento é estabelecido mediante as leis da nação moderna que estipulam idades para a escolarização, para o casamento, para a entrada e saída do mundo do trabalho, para a responsabilidade por atos civis, políticos, sociais e por direitos. Desse modo, as idades são institucionalizadas política e juridicamente e tornam-se uma dimensão fundamental na organização social.

Nessa institucionalização cronológica de ciclos de vida, a definição do que é ser velho acaba por envolver uma discussão sobre as fronteiras etárias. Para Mochis (apud CASOTTI; CAMPOS, 2011, p.115), há uma diferenciação do que se chama de mercado maduro – aqueles acima de 50 ou 55 anos – e mercado de idosos, aqueles com mais de 65 anos de idade. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), os idosos, em países desenvolvidos, são aqueles que têm 60 anos ou mais e, nos países em desenvolvimento, os que têm 65 anos ou mais. No Brasil, a Política Nacional do Idoso e o Estatuto do Idoso

---

<sup>5</sup> Disponível em : <http://s.glbimg.com/pv/an/media/documentos/2015/06/25/CBNmai15.pdf>. Acesso em 05 de jul 2015.

também assumem como idoso a população que tem 60 anos ou mais (CASOTTI; CAMPOS, 2011, p. 115).

Sobre a construção social da velhice Debert (1999, p.46) estudou que essa classificação cronológica, fundamentada em um sistema de datação, está ausente da maioria das sociedades não-ocidentais e são, nas sociedades ocidentais, um mecanismo básico de atribuição de maioridade legal, de definição de papéis ocupacionais como a entrada no mercado de trabalho, e de formulação de demandas sociais como o direito à aposentadoria.

No entanto, o envelhecimento corporal não é vivenciado de forma monolítica (CORADEC, 2011, p.25). Ele ocorre por meio de três registros: do corpo orgânico, da aparência e da energia. O sentimento de envelhecer envolve, entre outros aspectos, a percepção e interpretação desses sinais do corpo, da aparência e da energia. O registro do corpo orgânico remete à saúde e às capacidades físicas. A debilitação dessas capacidades e mesmo as limitações funcionais e doenças são consideradas sinais de envelhecimento. O registro da aparência, por sua vez, faz referência às dimensões plásticas do corpo que adquire sinais possíveis de envelhecimento como rugas ou cabelos grisalhos. O registro da energia diz respeito à vitalidade do corpo, ao se sentir bem, sem fadiga ou fraqueza. Assim como descreve Debert (1999, p.39), trata-se de um processo biológico que é investido culturalmente, elaborado simbolicamente com rituais marcando fronteiras entre as idades pelas quais as pessoas passam.

A visão cronológica e institucional apresenta a velhice como problema social, com a perda da autonomia física e psíquica e, simultaneamente, indica alternativas para se viver esta fase positivamente, com um equilíbrio entre qualidade de vida e longevidade (BARROS, 2011, p.51).

Em uma análise conceitual, Barros (2011, p.46-47) pondera que envelhecer é um processo que envolve dimensões subjetivas e intersubjetivas, em contextos socioculturais e em situações interativas, nas quais são relevantes as distinções de classe, gênero, geração e raça/etnia. As idades, de acordo com a autora, são apreendidas como etapas que definem estilos que podem ou não ser adotados, e delimitam fronteiras entre indivíduos e segmentos sociais, como um modo de ser e de estar no mundo.

Conforme pesquisa da autora, as interferências no corpo envelhecido e o aprendizado de um modo de viver a velhice, a partir da ideia de atividade e de responsabilidade pessoal, constituem as bases de uma ideologia da terceira idade (2011,

p.49). Traduzidos em termos dos ideais da terceira idade, independência, liberdade e capacidade de agir significam a reprivatização da velhice que consiste na responsabilização do indivíduo pelo próprio cuidado e bem-estar. Por isso, diante dos sinais próprios do envelhecimento, recorre-se a uma gama de práticas, esportivas, cosméticas, médicas e cirúrgicas, alimentares ou medicamentosas (CORADEC, 2011, p.27).

De acordo com Debert (2011, p.79), essa responsabilização do indivíduo transforma a velhice em uma questão de descuido pessoal e de negligência corporal, e os indivíduos são convencidos a assumir a responsabilidade pela própria aparência. Isso estimula as pessoas a adotarem estratégias instrumentais para combater as marcas do envelhecimento, sem levar em conta que, efetivamente, existem constrangimentos dados pelos limites biológicos do corpo. As pessoas são monitoradas para exercer uma vigilância constante do corpo, e são também responsabilizadas pela própria saúde (DEBERT, 1999, p.21).

A velhice passa a ser vista como consequência da falta de envolvimento em atividades motivadoras e da adoção de formas de consumo e estilo de vida inadequados. Na avaliação de Debert (2011, p.80), essa projeção de um corpo jovem na materialidade de um corpo envelhecido e a negação de que a senilidade progressiva pode ser um aspecto da idade cronológica impedem a criação social de uma estética da velhice. Segundo Debert (1999, p.227), as técnicas de manutenção corporal com ênfase no corpo mais jovem “transformaram a meia idade em uma espécie de platô que pode ser eternamente mantido”.

Para Barros (2011, p.50), a construção social do conjunto de ideias e práticas sobre a terceira idade se opõe ao estigma da velhice que é percebida como fim da vida ou como doença. Esses dois modelos de envelhecimento coexistem na sociedade como formas incorporadas nas trajetórias de vida e como referências para a ação. Sobre o assunto, Sibilia (2011, p.86-87) se pergunta, por que ainda é tão difícil ser velho ou velha no mundo contemporâneo? A escritora lembra que até a palavra é considerada, em certo aspecto, ofensiva e foi suavizada com o uso de expressões mais politicamente corretas e carregadas de eufemismo tais como terceira idade ou melhor idade.

Em sua reflexão, Debert (1999, p.18) pondera que se assiste hoje a emergência de etapas intermediárias na velhice, como meia-idade, terceira idade, aposentadoria ativa. Trata-se de uma nova linguagem para alocar as passagens de tempo da idade adulta

avançada. A terceira idade substitui a velhice; a aposentadoria ativa se opõe à aposentadoria, o asilo passa a ser centro residencial e os signos do envelhecimento são invertidos e assumem novas designações como nova juventude, idade do lazer, entre outros (1999, p.61).

### **Os usos do rádio pelos idosos**

A investigação possui como um dos objetivos analisar dados correspondentes à Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (PBM 2015), encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) e realizada pelo Instituto IBOPE Inteligência, com mais de 18 mil entrevistas, com o objetivo de levantar os hábitos de informação dos brasileiros<sup>6</sup>.

A análise busca pensar sob a perspectiva dos ouvintes que fazem uso do veículo. Para isso, os números foram observados com os seguintes questionamentos: os idosos ouvem rádio? Qual é o tempo de uso e nível de exposição? Qual é a preferência de conteúdo? Essas questões oferecem noções sobre a frequência e formas de escuta e os benefícios procurados pelos ouvintes. Embora a PBM não seja específica sobre esse segmento, certos dados foram agrupados a partir de particularidades na conformação do público. Isso permite determinadas interpretações sobre a segmentação por faixa etária.

O estudo é pertinente porque a quantidade e a qualidade da programação de rádio a que se ouve na velhice é uma fonte de informação sobre as necessidades, motivações e atitudes e os interesses nesse período da vida. Isso ocorre porque, quando se pensa em um programa de rádio, trabalha-se tanto com os parâmetros de identidade de quem o produz, quanto com aquilo que se julgam ser os anseios, necessidades e motivações do segmento para quem se fala. Essa identificação é conformada no processo de segmentação, quando algumas modalidades são aplicadas. Ferraretto (2014, p.49) estabelece essas categorias em padrões de consumo, o que o ouvinte compra e com que constância; vantagens procuradas, ou seja, que tipo de gratificações ou de utilidades determinado conteúdo oferece à audiência; estilos de vida, parâmetros de comportamento identificados no modo como as pessoas ocupam o tempo, enxergam o contexto em que vivem ou utilizam dinheiro; e o tipo de personalidade, como a influência de líderes de opinião.

---

<sup>6</sup> O trabalho de campo da PBM 2015 ocorreu entre os dias 5 e 22 de novembro de 2014, por meio de entrevistas domiciliares pessoais face a face, quando 300 entrevistadores aplicaram 85 perguntas a 18.312 pessoas maiores de 16 anos, em 848 municípios. A amostra retrata cada um dos 26 estados e o Distrito Federal. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 01 jul 2015.

A pesquisa demonstra que o rádio é o meio de comunicação mais usado pelos brasileiros depois da televisão. O levantamento registra que 30% ouvem o veículo todos os dias da semana com o tempo de exposição de 3h42min, por dia, de segunda a sexta-feira. Durante a semana, as pessoas se expõem mais ao meio que aos sábados e domingos, quando o tempo de exposição é de 2h33. Isso é natural que ocorra, conforme assinala Ferraretto (2014, p.56), nos fins de semana, a audiência pode tanto crescer, no caso específico de uma transmissão esportiva de um jogo de futebol de destaque, como ser bem menor, o que normalmente acontece.

Sob o ponto de vista de padrão de consumo e nível de exposição entre os idosos, segundo a investigação, 34% das pessoas entrevistadas com mais de 46 anos de idade têm o hábito de ouvir rádio diariamente. O percentual aumenta para 36% quando considerada a faixa etária de 56 a 65 anos. A média de uso aumenta com o passar da idade. As pessoas na faixa etária de 56 a 65 anos ouvem rádio 4h04min por dia de segunda a sexta-feira. No entanto, este número cai entre os que têm mais de 65 anos que ouvem em média 3h40min.

No que se refere às vantagens procuradas ou tipo de gratificações e utilidades buscado, os dados da PBM 2015 não estão organizados por faixa etária, mas indicam que os principais motivos pelos quais as pessoas ouvem o veículo são a busca por informação (63%), diversão e entretenimento (62%) e como uma forma de passar ou aproveitar o tempo livre (30%).

Segundo Ferraretto (2001, p.30), como cada meio de comunicação de massa atende necessidades específicas da população, há entre eles também um sentido de complementação das mensagens transmitidas, sejam informativas, de entretenimento ou de difusão comercial de produtos e serviços. De acordo com o pesquisador (2014, p.26), há ainda uma particularidade do rádio a marcar o meio em relação aos demais e a garantir sua sobrevivência em um processo que ganhou força com a transistorização, tecnologia responsável pela consolidação da portabilidade dos aparelhos receptores exacerbada nos últimos anos com os celulares, tocadores de áudio, *tablets*, entre outros. Trata-se de uma característica que pode ser traduzida a partir do rádio como uma espécie de companheiro do ouvinte. Essa ideia de companheirismo é reforçada pelo caráter basicamente regional das estações, apesar da existência de redes de emissoras, em especial, desde a década de 1980.

O rádio pode ser classificado – ao lado da televisão e da internet – como um meio de comunicação de utilidade híbrida, voltado tanto para o lazer quanto para o conhecimento sobre assuntos de interesse coletivo e importantes para o dia a dia das pessoas. Esta natureza híbrida buscada pelos ouvintes está presente desde o surgimento do veículo, e constituiu, historicamente, boa parte do repertório do rádio. Destaca-se que o veículo possui uma comunicação afetiva que mobiliza a esfera emocional do ouvinte (KAPLÚN, 2008, p.88).

O rádio é também um meio de comunicação que permite às pessoas realizarem outras atividades enquanto escutam a programação. Como escreve Ferraretto (2001, p.28), ver algo, além da aptidão visual, exige a disposição do indivíduo para tal. O mesmo não ocorre com o som que pode ser escutado mediante uma atenção concentrada em que o ouvinte dedica seu foco a prestar atenção, ou simplesmente com uma escuta ambiental em que o rádio é um fundo musical ou de palavras.

A partir dessa perspectiva de que o público está mais acostumado a ouvir do que a escutar rádio, ou seja, de que é baixo o nível de atenção e concentração ante a mensagem radiofônica (KAPLÚN, 2008, p.86), a PBM 2015 demonstra que, dentre as diferentes formas de recepção, apenas 16% disseram ouvi-lo exclusivamente. Entre os ouvintes, 34% escutam rádio enquanto realizam alguma atividade doméstica e 33% o fazem enquanto se alimentam. Se por um lado, essa atenção compartilhada com outras atividades pode limitar a compreensão da mensagem ou as possibilidades de recepção, de outro, favorece o componente social e aglutinador do veículo, já que a programação serve como pano de fundo para conversas entre as pessoas.

### **A abordagem do Programa *50 Mais CBN***

Historicamente, a maioria das rádios buscou atingir públicos extensos com uma programação baseada em uma média de gosto. No entanto, a partir da década de 1980, o veículo passou a vivenciar um período de segmentação que trouxe diferentes critérios de abordagem, considerando a heterogeneidade do público (FERRARETTO, 2001, p.52). Isso significa proporcionar um serviço com interlocutores definidos, buscando também anunciantes adequados a ouvintes específicos, já que que a procedência dos modelos de programação segmentada e especializada possui relação direta com o mercado e a publicidade.



Define-se segmentação como um processo em que, a partir da combinação entre anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos do emissor e do receptor, além da identidade construída pelo primeiro, centra-se o rádio, em qualquer uma de suas manifestações comunicacionais, em determinado segmento da audiência (FERRARETTO, 2014, p.49).

O *50 Mais CBN* é um produto radiofônico segmentado. Trata-se de uma reprodução concreta das propostas de formato radiofônico que apresenta as regras de utilização de elementos sonoros (BARBOSA FILHO, 2009, p.71). O programa traz a perspectiva de uma audiência com interesse em temas relacionados com o envelhecimento. A chamada de abertura demonstra essa conotação, na qual determina-se a idade como critério na escolha da audiência:

“Sejam todos muito bem-vindos ao *50 Mais CBN*, o programa dedicado a como ser cinquentão, sessentão e por aí vai, cheio de energia e planos. Estamos aqui para discutir o que mudou no conceito do envelhecimento e o que é ter cinquenta anos hoje, as expectativas, as armas da medicina, a longevidade profissional. Vamos falar de sexo, finanças, lazer, condicionamento físico e planos, muitos planos para o futuro”.

A produção radiofônica pode ser classificada como um programa de entrevista, na medida em que a interpelação de convidados ocupa a maior parte da emissão. O formato é caracterizado como entrevista-diálogo (MORIN, 1968), com a presença de um convidado e de três âncoras<sup>7</sup>, a jornalista e diretora nacional de jornalismo da *CBN*, Mariza Tavares, o médico especialista em envelhecimento, Alexandre Kalache, e a jornalista especializada em finanças pessoais, Mara Luquet. Estes conduzem a entrevista e emitem opiniões e realizam comentários, sempre de forma coloquial, com o esquema de perguntas e respostas, em uma conversação. Reúnem-se, então, para apresentação tanto o jornalista quanto o especialista. Como define Mcleish (2001, p.143), utilizar ambos traz credibilidade, que é um fator-chave para que um programa desta natureza tenha audiência. O autor destaca que o conhecimento sobre o assunto é fundamental para que haja impacto sobre o público e a produção seja mais aceitável.

A entrevista tem caráter informativo e de opinião, pois os apresentadores buscam não apenas extrair informações do entrevistado sobre o assunto escolhido para a edição, mas também colher o ponto de vista do convidado. O formato adota o esquema básico de uma abertura na qual se cumprimenta o público e se apresentam o tema e o convidado, e depois iniciam-se as perguntas até o encerramento com os cumprimentos finais.

---

<sup>7</sup> Termo originalmente cunhado na TV norte-americana para designar o jornalista que apresenta programa noticioso. O âncora também redige notícias ou participa de sua elaboração e as apresenta com interpretação pessoal, acrescentando informações e angulações (BARBOSA&RABAÇA, 2001, p.28).

O programa *50 Mais CBN* é transmitido aos sábados das 9h30 às 10h, com reprise aos domingos das 22h às 22h30. A produção também está disponível na íntegra no sítio eletrônico da emissora. A transmissão no sábado de manhã compõe a política editorial de se dedicar faixas horárias, nesse período, a públicos mais específicos.

A análise contemplou 16 edições do programa *50 Mais CBN*, no período de 14 de março de 2015, quando começou a ser transmitido, a 27 de junho de 2015. O material foi observado a partir do sítio eletrônico da emissora e identificou-se a edição, o tema focado e a fonte entrevistada. Considerou-se a temática e fontes como pontos focais de análise em razão da produção radiofônica apresentar uma definição clara de segmento.

A segmentação traz reflexos sobre a abordagem, na medida em que os temas devem condizer com aquilo que se estabeleceu como principais interesses e objetivos do destinatário e do emissor. A escolha dos assuntos mostra um modo de atuação e os parâmetros que foram escolhidos para articulação de conteúdo, e também para escolha das fontes. O mapeamento temático favorece a compreensão sobre como a emissora utiliza o envelhecimento físico ou a idade para classificar as ouvintes e se há algum tipo de homogeneização na representação dessa população, conforme proposto nos objetivos da investigação.

<b>Edição</b>	<b>Temática</b>	<b>Fonte</b>
14/03/2015	Gerotolcente é aquele que reinventa o ato de envelhecer. A expressão Gerontolescência caracteriza o envelhecimento ativo	Alexandre Kalache – médico, doutor em saúde pública por Oxford (Inglaterra) e ex-diretor da OMS. Idealizador do Centro internacional Longevidade
21/03/2015	Quando procurar um geriatra? A população deve evitar o preconceito e buscar especialistas que hoje focam no envelhecimento ativo	José Elias Soares Pinheiro, médico do instituto de neurologia da UFRJ
28/03/2015	“É possível sempre evoluir. Eu acredito na plasticidade do cérebro”. Gabeira fala sobre a experiência de envelhecer em plena atividade	Fernando Gabeira, jornalista e escritor da <i>Globo News</i> e <i>CBN</i>
04/04/2015	Sem o esquecimento, viveríamos em curto circuito. Como garantir uma memória afiada depois dos 50 anos. O envelhecimento pode ser a melhor fase da vida, um período em que as pessoas conseguem liberdade para inventar os próprios projetos	Tania Guerreiro, médica e diretora da oficina da memória. Especialista em geriatria e professora da UERJ
11/04/2015	Pele saudável, corpo fortalecido. Aos 50, com a perda da elasticidade e ressecamento, pele exige cuidado especial com a hidratação	Leandra Metsavaht, médica dermatologista, membro da sociedade brasileira de dermatologia
18/04/2015	O envelhecimento pode dar um poder libertador	Miriam Goldenberg, antropóloga, professora UFRJ

25/04/2015	Abraçar bandeiras ajuda no rejuvenescimento. As pessoas não devem pensar que já viveram tudo o que podiam	Cora Rónai, jornalista e escritora, fotográfica, colunista jornal <i>O Globo</i>
02/05/2015	Achar que os gastos diminuem após aposentadoria é um mito	Rogério Abreu de Araújo, corretor e consultor de seguros e benefícios, Superintendência de Seguros Privados
09/05/2015	Brasileiros ainda não têm acesso à educação financeira	Rogério Abreu de Araújo, corretor e consultor de seguros e benefícios – Superintendência de Seguros Privados
16/05/2015	Erotismo não tem prazo de validade – a relação entre envelhecimento e sexualidade	Flávio Gikovate, Psiquiatra e psicoterapeuta, colunista da <i>CBN</i>
23/05/2015	Cair de maduro é só para frutas. 30% das pessoas com mais de 60 anos caem ao menos uma vez por ano	Monica Ferrancini, especialista em quedas, professora da Universidade Cidade São Paulo
30/05/2015	A experiência nos torna mais capazes. Jornalista lembra das dificuldades e avalia como a separação a deixou mais forte	Jornalista e escritora Miriam Leitão da <i>Rede Globo</i> e <i>CBN</i>
06/06/2015	Negligência e violência financeira são os dois tipos de abuso contra idosos mais comum no Brasil. Uma das maiores armadilhas é o crédito consignado	Laura Mello Machado, representante da Associação Internacional de Geriatria e Gerontologia da ONU
13/06/2015	Cidades precisam otimizar oportunidades para um envelhecimento mais ativo. Com cidades pouco acolhedoras, toque de recolher chega mais cedo para idosos	Marilia Louvison, professora doutora de saúde pública da USP e presidente da Associação Paulista de Saúde Pública
20/06/2015	Perfil das doenças mudou nos últimos 30 anos. O envelhecimento da população fez com que as pessoas se vissem obrigadas a conviver com limitações e sequelas e apresenta o dado de que menos de 10% de todas as mortes ocorrem subitamente. A maior parte delas ocorre de forma lenta e progressiva.	Médica Claudia Burlá, especialista em geriatria, da Academia de Medicina do Rio de Janeiro
27/06/2015	Independente da idade, todos precisam participar das questões políticas do país. Atual momento político exige que todos se voltem para política	Marcelo Madureira, humorista, colunista da revista <i>Veja</i>

A velhice é retratada com duas temáticas dominantes: saúde e bem-estar e finanças. A primeira é exposta com questões sobre envelhecimento ativo (cinco edições), memória (uma edição), cuidados com a pele (uma edição), prevenção de quedas (uma edição), limitações e sequelas da velhice (uma edição). As finanças estão vinculadas a assuntos tais como gastos após aposentadoria (uma edição), falta de acesso à educação financeira (uma edição), violência financeira e crédito consignado (uma edição). Há ainda dois assuntos que

apareceram no programa: sexualidade (uma edição) e participação política (uma edição). Há também dois relatos pessoais, o da jornalista Miriam Leitão e o do escritor e jornalista Fernando Gabeira. Nessas entrevistas, o foco são os aspectos biográficos dos convidados.

As temáticas relacionam-se com a perspectiva apoiada na ideia de envelhecimento ativo. Sob esta ótica, os novos padrões de aposentadoria envolvem, entre os aposentados, um contingente cada vez mais jovem. Nesse caso, as idades são, também, um mecanismo eficiente na criação de mercados de consumo, na definição de direitos e deveres e na constituição de atores políticos. A própria escolha do nome do programa e a chamada de abertura contemplam esse ponto de vista de se falar para um público que se preocupa com questões relacionadas ao envelhecimento cada vez mais cedo, e de uma audiência que também se aposentou mais jovem.

A abordagem temática segue a conotação de se pensar nos novos padrões de velhice. O papel exercido pelo rádio, neste caso, vem apoiado em um contexto de institucionalidade do curso da vida existente na sociedade brasileira. Como descreve Coradec (2011, p.21), os meios de comunicação assumem hoje, sobretudo, formas de discurso sobre como se “envelhecer jovem” e como “lutar contra o envelhecimento”.

Essa acepção está presente na prevalência temática de saúde e bem-estar, ao se frisar a necessidade de um envelhecimento ativo. A abordagem ocorre em um contexto de programas voltados para velhice, de políticas públicas específicas sobre aposentadoria, e a existência de um mercado de consumo voltado para este segmento e de interesse do público pelas tecnologias de rejuvenescimento.

Uma das finalidades do artigo é identificar as fontes de informação utilizadas no programa *50 Mais CBN*. Enfatiza-se a questão da origem do conteúdo apresentado, tendo em vista a perspectiva teórica da sociologia dos emissores, área da teoria da comunicação que atribui especial importância ao estudo as fontes no processo de produção da informação jornalística. No programa, as fontes consistem em um elemento básico, já que são o cerne da abordagem temática. Nesse ponto, o ineditismo dos informantes constitui, ademais, um valor-notícia para realização da produção e para valorização do tema.

De acordo com a perspectiva da sociologia dos emissores, quem fornece dados, informações e declarações é definido como emissor, chegando a assumir, em determinados contextos, maior importância do que os próprios jornalistas (BARROS, 2003, p.43). Entende-se por fonte a procedência da informação. Todos os documentos e

pessoas de onde um autor de trabalho jornalístico, literário, técnico ou artístico extraiu as informações (BARBOSA&RABAÇA, 2001).

No programa e no período analisado, as fontes são primárias. Elas fornecem o conteúdo fundamental para o programa. Por isso, são especializadas com predominância em três grupos: médicos, professores e especialistas em finanças. As fontes também são institucionais com vinculação a organismos internacionais (Associação Internacional de Geriatria e Centro Internacional de Longevidade), universidades (UERJ, UFRJ, Universidade Cidade São Paulo, USP), veículos de imprensa (*Veja*, *Globo News*, *CBN*, *Rede Globo*, *O Globo*), entidades médicas (Sociedade Brasileira de Dermatologia, Academia de Medicina do Rio de Janeiro), entidades privadas (Superintendência de Seguros Privados).

No âmbito da sociologia dos emissores, essa predominância de fontes institucionais é abordada a partir do ponto de vista do *status* da origem da informação. As fontes institucionais ocupam um lugar central no processo de produção jornalística, pois estão em uma ordem de hierarquia de autoridade e correspondem melhor às necessidades organizativas das redações. São mais utilizadas por serem consideradas estáveis e credíveis (WOLF, 1985, p.202). A ênfase às fontes institucionais, no programa em análise, ocorre também porque elas se inserem em um contexto no qual estão relacionadas à própria dinâmica social do tema velhice e ao contexto e circunstâncias dos problemas relacionados ao assunto.

Na análise estratégica das fontes, do ponto de vista jornalístico, a hierarquia de autoridade da fonte institucional traz credibilidade ao conteúdo e também atende às necessidades organizacionais da redação que precisa de quantidade e de qualidade na informação. Por outro lado, conforme diferentes estudiosos da comunicação já demonstraram, isso traz algumas distorções, já que o risco de privilegiar fontes por tais critérios é o da dependência de canais de rotina (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.82). Um dos efeitos colaterais sobre o programa resulta na ausência de fontes testemunhais com relatos biográficos. Elas foram usadas somente em duas edições, mas em ambas foram jornalistas com notoriedade na vida pública.

### **Considerações finais**

A velhice não é apenas uma forma de classificar os indivíduos de uma faixa de idade visivelmente determinada ou um indicador de longevidade na sociedade

contemporânea. Trata-se também de uma construção social responsável por gerar segmentos de mercado e estilos de vida.

O rádio, nesse contexto, exerce o papel de mediador entre os idosos e as questões relacionadas a este segmento de público específico. O programa *50 Mais CBN*, ao utilizar a entrevista como uma técnica de interação, pode interromper isolamentos individuais e sociais em relação ao tema, como também servir à distribuição democrática de informação e àquilo que, ao se referir à entrevista, Medina denomina como “pluralização de vozes” (1999). As temáticas são propostas a partir de uma competência informativa, em que especialistas são chamados a uma conversação, na qual predomina a busca de conceitos em um diálogo direto.

No entanto, as fontes utilizadas são, predominantemente, institucionais, sem a presença de relatos pessoais com as experiências individuais de pessoas comuns sobre a velhice. Ao assumir o papel de mediador, o programa apresenta intermediários com compreensão sobre o assunto, em um espaço institucionalizado de consulta a especialistas notórios. Estes, sob a perspectiva da sociologia dos emissores, com a exposição pública, tornam-se definidores primários da informação.

O rádio é um meio de massa com prevalência sobre a população com mais de 50 anos como demonstram os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 e as estatísticas de audiência da *CBN*. Para atuar de forma particular nesse segmento, o programa *50 Mais CBN* utiliza parâmetros gerais de conteúdo relacionados à saúde, bem-estar e finanças pessoais.

Esses conteúdos articulam-se num contexto no qual, conforme escreve Debert (1999, p.16), a mídia abre campos para demandas políticas e para formação de novos mercados de consumo, em que há uma ampla divulgação de medidas capazes de retardar o envelhecimento e que devem ser tomadas em idades cada vez mais prematuras. A idade torna-se, então, um mecanismo privilegiado na criação de atores políticos e na definição de novos mercados de consumo (DEBERT, 1999, p.42). Neste contexto, o rádio pode, ademais, permitir formas de interações do idoso com o espaço público e também propiciar importantes atividades de engajamento.

## Referências

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário da comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**. Os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2009.
- BARROS, Antonio Teixeira de. **As fontes no jornalismo ambiental no Brasil (1972-92)**. Brasília: Universitas - Vol 1, nº1, 2003.
- BARROS, Myriam Moraes Lins de. A velhice na pesquisa socioantropológica brasileira. In: GOLDENBERG, Miriam. (Org.). **Corpo, envelhecimento e felicidade**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2011, p.45-65.
- CASOTTI, Leticia; CAMPOS, Roberta. Consumo da beleza e envelhecimento. Histórias de pesquisa. In: GOLDENBERG, Miriam. (Org.). **Corpo, envelhecimento e felicidade**. p. 109-131. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2011.
- CORADEC, Vicent. Sexagenários e octogenários diante do envelhecimento do corpo. In: GOLDENBERG, Miriam. (Org.). **Corpo, envelhecimento e felicidade**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2011, p.21-44.
- DEBERT, Guita. A velhice e tecnologias do rejuvenescimento. In: GOLDENBERG, Miriam. (Org.). **Corpo, envelhecimento e felicidade**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2011, p.65-82.
- DEBERT, Guita. **A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento**. São Paulo: EDUSP, 1999.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio** – Teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Rádio** – O veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- KAPLÚN, Mario. A natureza do meio: limitações e possibilidades do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs.). **Teorias do rádio- textos e contextos**. Florianópolis: Insular, vol.II, 2008, p.81-90.
- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio** – um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista**. O diálogo possível. São Paulo: Ática, 1999.
- MORIN, Edgar. **A entrevista nas ciências sociais, no rádio e na televisão**. In: Cadernos de jornalismo e comunicação, nº11, Rio de Janeiro: 1968.
- SIBILIA, Paula. A moral da pele lisa e a censura midiática da velhice. O corpo e...In: GOLDENBERG, Miriam. GOLDENBERG, Miriam. (Org.). **Corpo, envelhecimento e felicidade**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2011, p.83-108.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1985.