

## **Revista Longevidade: Uma Publicação Segmentada à População Idosa da Região Metropolitana de Aracaju<sup>1</sup>**

Jéssica Dayane Santos de FRANÇA<sup>2</sup>

Michele da Silva TAVARES<sup>3</sup>

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

### **RESUMO**

Este relatório apresenta a fundamentação teórico-conceitual e o relato técnico metodológico da Revista Longevidade, uma publicação jornalística desenvolvida como Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe, em caráter prático. O produto consiste em uma revista bimestral impressa, direcionada à população idosa da região metropolitana de Aracaju. A necessidade de produzir o periódico surgiu através da inquietação causada pela baixa disponibilidade de títulos dirigidos a esse público, apesar de seu elevado crescimento no Brasil. Este relatório também aborda o processo de elaboração da revista e dos projetos gráfico e editorial da publicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Entretenimento; Idosos; Informação; Jornalismo; Revista.

### **1 INTRODUÇÃO**

O papel do Jornalismo é informar. Mas também cabe a ele interpretar, traduzir e veicular a informação, de modo que ela se torne acessível a todos os públicos. Como expressa o art. 1º do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, “o acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade”. Para que essa disseminação aconteça de modo efetivo, muitas vezes é necessário segmentar os veículos de comunicação jornalística ao público que deseja atingir, fazendo com que a informação seja recebida da melhor maneira possível. Para Loose e Girardi (2009), as revistas são os meios de comunicação mais segmentados e os locais onde a abordagem contextualizada e analítica dos fatos encontram espaço privilegiado.

Segundo a Associação Nacional dos Editores de Revista (ANER), no Brasil existiam mais de 5,8 mil títulos<sup>4</sup> em circulação, até 2013. Ao analisar as principais

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade PT 12, Revista Customizada Avulso.

<sup>2</sup> Estudante do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo, email: jessicaf.1@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe, email: micheletavaresjor@yahoo.com.br.

<sup>4</sup> Entre revistas, guias, coleções, álbuns, edições especiais e pôsteres pagos. Disponível em <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/> (acessado em 02.05.2016)

publicações nacionais impressas, de acordo com o número de tiragens/edição, foi possível notar que o público – tanto o masculino, quanto o feminino – maior de 60 anos, é pouco prestigiado por esses veículos: quando não o excluem totalmente da pauta, idealizam um “jovem velho” e criam estereótipos que não se enquadram a todos os cidadãos idosos. Podemos, assim, dizer que o público idoso é participante da sociedade, mas está sendo excluído pelo mercado de títulos nacionais. Esse mercado parece ignorar o fato de que a expectativa de vida do brasileiro está aumentando e, como consequência disto, a população idosa está crescendo. De acordo com essa tendência de envelhecimento, o número de idosos no Brasil dobrou nos últimos 20 anos e, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é estimado que a população da terceira idade chegue aos 64 milhões até 2025, superando a quantidade de pessoas com idade inferior a 15 anos. Em Sergipe, esse segmento da população já era de 185.957 mil em 2010.

Percebida a deficiência no cenário editorial brasileiro e sergipano de revistas impressas voltadas à terceira idade, surgiu a necessidade de formular um periódico que reconheça e atenda às demandas de informação e entretenimento desse público, de modo a promover uma agenda de debates, a estimular sua participação e dar-lhe voz.

## **2 OBJETIVO**

Lançar no mercado sergipano uma publicação bimestral impressa que atenda às necessidades do público idoso dessa região. A revista deve ser espaço para tematizar e discutir dilemas, direitos e questões de interesse desse público de uma maneira informativa, leve e prazerosa, através de uma diagramação simples e atraente. Além disso, a Longevidade objetiva promover a valorização do idoso, através de uma publicação que atenda suas necessidades de informação e entretenimento; o estímulo à participação desse cidadão nas pautas da revista, a fim de dar-lhe voz; uma agenda de discussão que questione e debata as necessidades, os direitos e os problemas enfrentados pelo idoso e; o fomento ao desenvolvimento de pesquisas e produtos jornalísticos que atendam às demandas dessa parcela da população.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A motivação para elaborar uma revista impressa, com proposta editorial e gráfica voltada para homens e mulheres idosos, que moram na região metropolitana de Aracaju, surgiu através da percepção do crescente aumento desse segmento da população no país. A

percepção teve ainda mais significação após ser verificada a carência de títulos com temática semelhante no mercado jornalístico brasileiro. A essa constatação, soma-se o fato de que, segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, os profissionais da imprensa não podem ignorar as mudanças ocorridas na sociedade, na qual se baseia a principal área de atuação do Jornalismo.

A mídia é o espaço para formar opiniões e reforçar valores dentro de um sistema e dar lugar a teorias espontâneas, além de versões da realidade carregadas por significações (JODELET, 2001). Constatação semelhante faz Mascaro (2004) ao observar matérias veiculadas na imprensa, bem como seus títulos, e relatar que estes são responsáveis por formular e pautar interpretações concebidas no leitor, despertando emoções e temores, que, nesse caso, são em relação ao envelhecimento e, conseqüentemente à morte.

Quando os idosos são retratados pela mídia, estão enquadrados em padrões de juventude e beleza que formulam estereótipos muitas vezes inatingíveis. Isso pode ser observado nos recortes feitos no jornal *O Estado de S. Paulo*: “‘Barnard promove a eterna juventude’; ‘Enzima pode evitar a velhice’, ‘Ciência ainda procura as fontes da juventude’; ‘Hormônio pode reverter a velhice’; ‘Brasil domina técnica de rejuvenescimento’” (MASCARO, 2004, p. 22).

Além de tratar o envelhecimento como algo a adiar, os veículos de informação ainda deixam lacunas que são preenchidas com a propagação dos estereótipos, quando não criam agendas que debatam o tema da maneira como ele realmente se apresenta em sociedade. Analisando as principais revistas em circulação no mercado brasileiro, foi possível perceber a falta de publicações direcionadas à pessoa idosa. Os títulos não se atentam às carências iminentes de informação e entretenimento. Negligenciar as necessidades da população de idosos que, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), deve chegar aos 64 milhões daqui a nove anos, é ignorar a sociedade atual em si. Além do mais, com as políticas públicas permitindo que a expectativa de vida aumente a cada ano, não incluir tais anseios nas abordagens jornalísticas é negligenciar, também, o futuro iminente da sociedade.

De acordo com os princípios apontados pelo Código de Ética e pelo Estatuto do Idoso, é necessário colocar em pauta as discussões e anseios do cidadão idoso, de modo que este venha a ser tratado como sujeito social ativo e não apenas como mero objeto de análise ou como seres que não se inserem em local algum, pois “nega-se o envelhecimento

combatendo, encobrendo e recalçando seus sinais, mediante inúmeras estratégias e disfarces” (MASCARO, 2004).

Diante dos fatos, é necessário o desenvolvimento de políticas públicas de amparo e proteção às pessoas idosas, além da promoção de agendas e debates acerca desse e dos temas intrinsecamente ligados ao envelhecimento. A Constituição Federal já prevê direitos especiais aos cidadãos com mais de 60 anos. Fundamentada sob esse pilar legal, o Estatuto do Idoso (Lei Nº 10.741, de 1º de outubro de 2003) reitera o pleno gozo das garantias fundamentais à pessoa humana. Entre as garantias, está dar voz a essa parcela da população – papel que o Jornalismo deve tomar para si e tornar concreto, de acordo com as diretrizes.

No Brasil, o segmento da população que mais aumenta é o de idosos. A taxa de crescimento desse grupo, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é de mais de 4% ao ano no período de 2012 a 2022. O número de homens e mulheres com mais de 60 anos de idade passou de 14,2 milhões, em 2000, para 19,6 milhões, em 2010, devendo atingir 41,5 milhões, em 2030, e 73,5 milhões, em 2060. Em Sergipe, atualmente, cerca de 9% da população é formada por pessoas com mais de 60 anos, o que corresponde a um total de 185.957, segundo o censo de 2010 do mesmo Instituto.

Essa reconfiguração no mapa do país é consequência das melhorias dos serviços básicos e da conquista de direitos relacionados à aposentadoria, bem como ao desenvolvimento da medicina aliada à tecnologia, que auxiliou no diagnóstico e no tratamento de doenças nocivas à vida humana. Entretanto, a mudança começou a ser gerada no século anterior, quando a mulher entrou no mercado de trabalho e passou a adiar o casamento, colocando a maternidade em segundo plano. Outro fator – não menos importante – foi a regulação contraceptiva, que permitiu o controle no número de filhos. Este número, que era de 7,8 filhos por mulher, em 1970, caiu para 2 em 2010 – uma redução de cerca de 73% da taxa de fecundidade em 40 anos (MENESES, 2013).

Os dados das pesquisas do IBGE também mostram que a principal fonte de rendimento dos idosos de 60 anos ou mais é a aposentadoria ou a pensão, equivalendo a 66,2%, e chegando a 74,7% no caso do grupo de 65 anos ou mais.

Segundo os dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no contexto atual, a população idosa é participativa nas decisões eleitorais, mesmo que o voto seja obrigatório apenas entre brasileiros de 18 a 70 anos de idade. Os idosos com mais de 70 anos representam 6,5 milhões de eleitores. Em Sergipe, esse número significa 158,5 mil votos – ou 11,4% do eleitorado.

Outro fator que demonstra a importância crescente do idoso é em relação ao poder de compra, pois, segundo Menezes (2013), muitos idosos retardam a aposentadoria ou, mesmo aposentados, retornam ao mercado de trabalho. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD) 2011, cerca de 35% dos idosos brasileiros estão presentes em postos de emprego.

Apesar do crescente envelhecimento da população brasileira e sergipana e de seus poderes econômicos, há carência de mercado editorial no que diz respeito a esse público. Se compararmos as publicações de revistas existentes, poderemos perceber uma quantidade considerável de títulos destinados a outros públicos e faixas etárias, em contraste com um mercado deficiente de publicações para a faixa da população idosa, que apresenta tão notável crescimento nas últimas décadas.

Essa parcela em ascensão na população brasileira vem ganhando peso político, social, econômico e cultural. É possível notar isso não apenas através dos números dos censos, mas nas novas decisões que o Governo Federal vem tomando para suprir as necessidades da pessoa idosa no Brasil. Um bom exemplo são as mudanças na Previdência Social, que, atenta a essa reconfiguração do mapa, transformou as regras de aposentadoria para atender atuais e futuras demandas, estabelecendo o modelo “85/95 progressiva”, que leva em conta a soma da idade e do tempo de contribuição do segurado e que devem subir um ponto a cada dois anos, estabilizando apenas em 2026. A justificativa do Ministério da Previdência é que já que nas próximas décadas haverá menos contribuintes para cada idoso.

O próprio Estatuto do Idoso, sistematizado com a Constituição Federal, reitera que os idosos têm plenos direitos fundamentais à pessoa humana e traz normas específicas que priorizam o direito à saúde, à alimentação, à educação, à cultura, ao esporte, ao lazer, ao trabalho, à cidadania, à liberdade, à dignidade, ao respeito e à convivência familiar e comunitária.

Enquanto políticas públicas – sejam elas advindas de iniciativas governamentais ou privadas – tentam se adequar a essa nova realidade, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros prevê, no art. 6º, item XI, a defesa dos direitos do cidadão através da “promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, adolescentes, mulheres, idosos, negros e minorias”.

Do mesmo modo, o artigo 24 do Estatuto do Idoso determina que “os meios de comunicação manterão espaços ou horários especiais voltados aos idosos, com finalidade

informativa, educativa, artística e cultural, e ao público sobre o processo de envelhecimento”.

Como formulado pelo Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e o Estatuto do Idoso, o acesso à informação é direito fundamental do cidadão. Mascaro (2004) defende a restauração das relações humanas, através da transformação e recriação da vida, alegando, inclusive, que, como verdadeiro cidadão, o idoso deve ter seus direitos respeitados para que vivam com dignidade (BOSI citada por MASCARO, 2004).

Mascaro (2004) também relata que é necessário suspender as idealizações em relação ao envelhecimento, pois, percebeu, através de pesquisas que “o adiamento da velhice está na moda e se tornou uma verdadeira obsessão. Basta ler os jornais, assistir a TV para perceber que o assunto rejuvenescimento mobiliza a atenção e a emoção do público”. O mesmo fator é atenuado pelo Guia Mídia e Direitos Humanos do Intervezes, em abril de 2014 – dez anos depois da publicação de Mascaro – quando afirma que essas imagens veiculadas na mídia colaboram para a criação de estereótipo de juventude, além de dificultar a aceitação social dessa fase da vida e fazer da terceira idade um modelo artificial e inatingível.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A construção da Revista Longevidade começou em meados de julho de 2015. Para o desenvolvimento da proposta editorial, considerando as peculiaridades de uma produção impressa destinada a idosos e as atribuições necessárias ao seu desenvolvimento, foi necessário estabelecer algumas etapas de produção:

A) Pesquisa Bibliográfica: a pesquisa bibliográfica permite ao pesquisador conhecer o que já foi estudado sobre o tema (FONSECA citado por CÓRDOVA e SILVEIRA, 2009). Parte essencial e primária, ela foi feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios como livros, artigos científicos, páginas de *web sites*, etc. Para o início do desenvolvimento do trabalho, foi necessário acompanhar a função do Jornalismo como meio de inclusão e significação. Tendo ciência desta etapa, foi iniciada a busca pelos estudos do envelhecimento, para afunilar os desdobramentos do trabalho. Nesse processo, foi necessário estudar mais profundamente o jornalismo de revista, suas peculiaridades e modos de fazer, bem como o jornalismo segmentado.

B) Pesquisa de Mercado: esta etapa, iniciada em meados de agosto de 2015, também foi parte importante do trabalho experimental, pois possibilitou conhecer os principais títulos existentes e suas linhas editoriais, além de perceber como e quando o público idoso é

incluído ou excluído dos temas e debates vinculados nas principais revistas nacionais. As revistas foram analisadas a partir do Estudo Mídia Dados, que elencou as publicações mais influentes do Brasil, de acordo com seu número de tiragens por edição.

C) Pesquisa de Opinião: Essa pesquisa foi fonte essencial para obtenção de dados gerais e específicos sobre o público-alvo da revista. De acordo com Novelli (2006), a pesquisa de opinião tem tanta importância para a sociedade atual que passa a ser a própria opinião pública e não apenas uma técnica para obtenção desta. Nesta etapa, realizada em novembro de 2015, foram aplicados 20 questionários a homens e mulheres com idade a partir dos 50 anos. Através do levantamento dos dados, foi possível conhecer os interesses do público alvo e organizar o editorial da revista.

D) Produção Jornalística: Essa etapa, imprescindível ao projeto, foi desenvolvida a partir das outras três descritas acima. Conhecendo o meio revista e seu Jornalismo, além das especificidades do perfil do público alvo, foi possível delinear o processo jornalístico pelo qual o periódico passou. A pesquisa de opinião foi necessária para desenvolver editorias e suas respectivas pautas, a partir dos interesses elencados pelo leitor. Para a elaboração das matérias, foram feitas entrevistas com fontes e personagens pertinentes aos assuntos abordados por cada uma delas, bem como infográficos, fotos e ensaios fotográficos. A parte seguinte à produção das matérias exigiu o desenvolvimento do design das editorias e da diagramação, formulados a partir dos projetos editorial e gráfico da Revista Longevidade.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A linha editorial da Revista Longevidade terá como demanda as necessidades de informação e entretenimento do público sergipano acima dos 60 anos de idade. Seus anseios, buscas e interesses serão sempre perseguidos a fim de fazer da Longevidade um espaço de confiabilidade, segurança, compartilhamento e prazer.

A Revista Longevidade terá como missão explorar as particularidades e desafios dessa fase da vida, promova o debate de forma a minimizar o preconceito e atue de maneira leve e dinâmica, mas acima de tudo, responsável. Seus valores estão baseados no Estatuto do Idoso, bem como no art. 230 da Constituição Federal, que estabelece direitos destinados aos idosos, por acreditar que essa camada da população merece e precisa ter os mesmos respeitados. Ela também está firmada pelo respeito ao Código de Ética do Jornalismo que objetiva promover as garantias individuais dos idosos. Além disso, segue seus princípios quanto à responsabilidade e ao compromisso pelos conteúdos divulgados pelo veículo. A

revista valorizará os critérios de noticiabilidade, as informações bem apuradas e o respeito ao cidadão.

A clareza e a precisão serão primordiais na produção do conteúdo, devendo sempre respeitar seu público. A linguagem explorará termos do cotidiano de modo que desperte a curiosidade e o interesse do leitor, sem desconsiderar a norma culta da língua portuguesa. Sua estrutura editorial está dividida em 10 editorias que separarão os assuntos por blocos temáticos, São elas: Atualidades, Tecnologia, Saúde e Bem Estar, Moda, Capa, Comportamento, Turismo, Cultura, Passatempo, Retrato Urbano.

O projeto gráfico da Longevidade é formulado para se adequar a seu público. Os tamanhos das fontes serão maiores que a da maioria dos periódicos para garantir a legibilidade dos textos, bem como a disposição dos elementos que direcionam o olhar. A cor branca será valorizada e utilizada para neutralizar os demais componentes visuais, impedindo que eles interfiram na apreciação da revista de maneira negativa. De modo geral, este projeto terá como alvo a facilitação da leitura sem perder o dinamismo.

A marca e o logotipo de uma revista revelam sua personalidade e a distinguem de tantos outros títulos. O nome “Longevidade” foi escolhido por representar a longa duração de algo – nesse caso, a vida humana, que vem aumentando sua expectativa a cada ano.

O formato 21x30 cm (margens de 20mm e 30mm) foi escolhido, assim como todos os itens da revista, por ter como principal finalidade a legibilidade, em relação à disposição de textos e imagens. A capa é impressa em papel couché brilho 115g, 4X4 cores. O miolo terá papel couché brilho 90g, dobrado e grampeado.

O grid tem 6 colunas e sangria de 5mm. As medidas do grid foram escolhidas para dar flexibilidade à diagramação, garantindo que os espaços em branco fossem valorizados. Esses espaços não devem aparecer em todas as páginas, evitando a monotonia, mas devem compor o visual de cores da Longevidade, para tornar a leitura agradável. Do mesmo modo, para evitar a monotonia, não há padrão para a disposição de imagens e textos. Eles devem seguir a proposta da pauta desenvolvida para a matéria e seus elementos visuais, como fotos e infográficos.

A cor base de todas as fontes da revista, desde o expediente, até as legendas é a preta. Seguindo a lógica da cor da marca, ela foi escolhida por ser clássica. Para contrastar com o preto e dar suavidade, garantindo a legibilidade, a cor branca é predominante na extensão da disposição das matérias. Porém, para quebrar a monotonia, todas as matérias têm fotos, imagens e/ou infográficos, que complementam o texto. A presença de outras

cores e texturas nas fontes também serão utilizadas como elemento de dinamicidade, de acordo com o assunto abordado na editoria.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Apesar da readequação por qual o jornalismo impresso vem passando, ele continua tendo importância para a sociedade, especialmente pelo modo personalizado como trata seu leitor. Entretanto, nem sempre o mercado está atento às mudanças demográficas da sociedade e deixa de informar todas as camadas da população. Sendo assim, é necessário que o jornalista consiga identificar as falhas na cobertura e na veiculação das informações, para que elas alcancem a todos.

O desafio a que esse trabalho se propôs foi atender a um desses segmentos da população, que está em pleno crescimento e carece de informação dirigida especialmente a ele. Do mesmo modo, o jornalista deve se sentir desafiado todos os dias a buscar se reinventar criativa e humanisticamente, colocando em pauta uma agenda de debates acerca dessas mudanças sociológicas e obtendo êxito em sua função de levar a informação, seguindo as recomendações do Código de Ética do Jornalista Brasileiro, que diz em seu artigo 1º que “o acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade”.

Durante o processo de produção da revista, pudemos perceber o quanto é necessário romper estereótipos, mitos e padrões de beleza, principalmente relacionados à idade e à valorização do corpo. Além disso, percebemos que, para a efetivação da Revista Longevidade como produto do mercado jornalístico sergipano, é necessária a formação de uma equipe de profissionais trabalhando de modo interligado. É essencial que jornalistas, fotógrafos e designers gráficos anseiem levar adiante a ideia de uma revista impressa e, principalmente, de um periódico que entenda a necessidade desse segmento da população de se manter informada, entretida e amparada por um veículo jornalístico feito especialmente para ela.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. **Métodos e Técnicas de Pesquisas em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. Lei n. 10.741 de 1º de out. de 2003.  
**Estatuto do Idoso.** Disponível em  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/L10.741.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.741.htm). (acesso em 29 de mar 2016)

\_\_\_\_\_. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília : Secom, 2014. 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 29 de jul 2015).

COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Guia Mídia e Direitos Humanos** 2014. Disponível em  
[http://www.fortaleza.ce.gov.br/sites/default/files/arquivoonline\\_guia\\_de\\_midia\\_e\\_direitos\\_humanos\\_intervozes1.pdf](http://www.fortaleza.ce.gov.br/sites/default/files/arquivoonline_guia_de_midia_e_direitos_humanos_intervozes1.pdf). Acesso em 29 de mar. 2016.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de Ética do Jornalista Brasileiro.** Disponível em  
[http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf). Acesso em 20 de jan. 2016).

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Mudança Demográfica no Brasil no Início do Século XXI:** Subsídios para as Projeções de População. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv93322.pdf>. (acesso em 13 de abr. 2016).

GIRARDI, Ilza; LOOSE, Eloisa. **A Segmentação das Revistas e a Temática Ambiental.** Revista Estudos da Comunicação, Curitiba (PR), 2009. Disponível em <http://www2.pucpr.br/reol/index.php/comunicacao?dd99=pdf&dd1=3581> (acesso em 07 de mai 2016)

JODELET, Denise (org). **Representações sociais.** Rio de Janeiro, Ed. UERJ, 2001.

MASCARO, Sonia de Amorim. **O que é Velhice.** Coleção Primeiros Passos. São Paulo. Brasiliense, 2004.

MENESES, Neilson S. **Um Perfil do Idoso Sergipano.** Trabalho Apresentado no VII Colóquio Internacional “Educação e Contemporaneidade”, 2013, São Cristóvão (SE). Disponível em  
[www.researchgate.net/publication/256979708](http://www.researchgate.net/publication/256979708) **Um Perfil do Idoso Sergipano.** Acesso em 28 de jan. 2016.

Mídia Dados Brasil 2015. Disponível em <https://dados.media/#/app/splash>. Acesso em 24 de jan. 2016.

TAVARES, Frederico de Mello; SCHWAAB, Reges. **A Revista e Seu Jornalismo.** São Paulo: Penso, 2013.