

A construção e representatividade da terceira idade na mídia televisiva¹

Beatriz Vieira Damásio FELICIANO²
Anne Christine DAMÁSIO³
Universidade Potiguar – UnP, Natal, RN

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a imagem dos idosos na cidade de Natal, no Rio Grande do Norte, junto a mídia. Nos tempos hodiernos, pode-se observar que os idosos passaram a ser um grande nicho de consumo tanto por seu crescimento na sociedade quanto pela busca de qualidade de vida e consequente modificação em seus hábitos. Deste modo, eles ganharam mais visibilidade na mídia e uma nova representação social, diferente da que era abordada anteriormente pela mídia televisiva. O artigo em questão será desenvolvido através de metodologia qualitativa, utilizando ferramentas da etnografia, tais como: entrevista semiestruturada, diário de campo, e observação participante.

PALAVRAS-CHAVE: idosos; mídia televisiva; envelhecimento

A partir da constatação do aumento do número de idosos no Brasil, é possível analisar que eles ganharam maior visibilidade na mídia sendo vistos como um grande nicho de consumo, tanto por seu crescimento na sociedade quanto pela busca de qualidade de vida e modificações em alguns hábitos que são parte da vida moderna.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de idosos a partir dos 80 anos pode passar de 19 milhões em 2060. Caso seja confirmada a projeção, o Brasil chegaria em 2060 com 19.111.509 idosos. Se comparado aos casos atuais, a estimativa da quantidade de idosos, perderia apenas para a população total de Minas Gerais e São Paulo. Isto é resultado da melhoria da esperança de vida ao nascer da população brasileira, que em 1980 era de 62,58 anos e pode chegar conforme a projeção de 2060 aos 81,2 anos.

A partir dos dados descritos acima é possível constatar o aumento da longevidade no Brasil. Isto resulta em uma maior representatividade desta população, sendo possível

¹Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação 5º. período do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Potiguar.
Email: beatrizvdf24@gmail.com

³ Orientadora do artigo. Doutora em Ciências Sociais – UFRN. Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte; Campus da FACISA-UFRN. Email: annedamasio@yahoo.com.br

que este grupo tenha mais visibilidade nos veículos midiáticos. É importante salientar que esta longevidade está relacionada principalmente a uma busca de vida saudável conquistadas através de hábitos alimentares e práticas de esportes, como também nas novas maneiras de entretenimento e lazer.

Uma das inferências do aumento significativo desta longevidade é a construção da imagem da terceira idade apresentada pela mídia, como também a discussão sobre um fenômeno social com reflexos culturais, políticos e econômicos de grande porte.

Este artigo tem como objetivo analisar a reconstrução e a representatividade da imagem da terceira idade, na mídia televisiva nos tempos hodiernos. Como também observar que os idosos passaram a ser parte significativa do mercado de consumo, por conta do seu crescimento na sociedade, resultando em uma maior visibilidade na mídia com uma nova notabilidade, diferente da que era abordada anteriormente. Este trabalho irá abordar também o crescimento desta população, tanto pela busca de qualidade de vida e adequações aos hábitos da vida moderna. Para tanto, foram entrevistados ainda três idosos, uma nutricionista esportiva e um Personal Trainer que irão abordar a melhora da qualidade de vida da terceira idade.

A televisão tem presença incessante no cotidiano das pessoas, este meio comunicacional é reconhecido por ser um fenômeno tanto social quanto cultural que influencia diretamente nos comportamentos, valores e opiniões dos telespectadores.

É notório a maneira que a construção da imagem do idoso é representada pela mídia televisiva, a nova representação desta população é estereotipada a partir do momento em que a mídia passa a figura do “velho jovem”, praticante de atividades físicas que consequentemente adota um estilo de vida com hábitos saudáveis, delimitando demarcações próprias e imprescindíveis de uma nova maneira de envelhecer. Entretanto é preciso parar de limitar e estereotipar a imagem da terceira idade como um envelhecimento saudável proporcionado por um estilo de vida saudável.

De acordo com Guita Debert, “transformações relevantes ocorridas no curso da vida explicam as novas formas de gestão da velhice e as novas imagens do envelhecimento. As idades, são tidas como mecanismos privilegiados na criação de atores políticos e na definição de mercados de consumo” (DEBERT GUIDA APUD BEZERRA)

Analisando a representatividade desta população na mídia televisiva, é possível observar as mudanças que ocorrem na construção desta imagem.

Segundo Ada Bezerra, uma consequência dessa nova imagem do “velho jovem”, é esclarecida pela antropóloga Guita Grin Debert (1997), “é o que ela denominou de “reprivatização da velhice”, transformando-a em uma responsabilidade individual, o que por sua vez tende a desobrigar o Estado da elaboração e manutenção de políticas sociais”.

Francisco Medeiros, tem 67 anos e é Engenheiro Mecânico, ele afirma que “a mídia muitas vezes busca passar para a sociedade a necessidade do respeito ao idoso, entretanto é preciso que a imprensa trate com maior frequência as reportagens voltadas a este assunto.” E continua, “É possível verificar que a sociedade está devendo ao idoso o respeito e acabam tratando com indiferença várias situações do cotidiano. Quando a pessoa reconhece que o idoso tem uma profissão valorizada, dão uma maior atenção mas se for apresentado de forma anônima, não tem a mesma atenção nem o mesmo respeito”.

No Estatuto do Idoso publicado em 2003, há uma alusão a mídia e aos meios comunicacionais - Capítulo V, Art.24: “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.”

No meio televisivo existe uma grande representatividade do idoso como personagens de telenovelas, temos como exemplo de finalidade artística, a telenovela “Mulheres apaixonadas” do autor Manoel Carlos, exibida em 2003 pela emissora da Rede Globo,

que abordou através da personagem Dona Flora, interpretada pela atriz Carmem Silva, a difícil realidade da rejeição sofrendo maus tratos pela neta. A atriz Regiane Alves interpretava a personagem Dóris, e afirma ter ficado feliz por a personagem ter mexido tanto com os telespectadores, alcançado o principal objetivo, da conscientização do cuidado com os idosos.

Em uma entrevista para o Terra, a atriz Regiane Alves distingue a ficção da realidade e destaca como foco principal da mídia e discussões políticas que é de grande relevância a quantidade de idosos que são vítimas de maus-tratos. "Estatísticas apontam em torno de 15 mil idosos que sofrem agressão. A polêmica existe para conscientizar a população. Eles precisam de cuidados", disse.

É bem verdade que a televisão tem características tem proximidade com o presente, proporcionando assim com que esse meio comunicacional seja considerado o mais poderoso de transmissão de ideais, informações, e ideias. Em suma, faz-se necessário que a mídia televisiva possibilite que a população compreenda o envelhecimento como um processo natural, marcado por mudanças e perdas, entretanto favorável a novas conquistas, mostrando deste modo de fato a realidade do grupo.

Pode-se considerar a partir disto que os idosos estão cada vez mais representados na mídia televisiva, seja por meio de noticiários e reportagens ou por meio de telenovelas e anúncios publicitários, cumprindo deste modo o Artigo 24 do Estatuto do idoso. Entretanto, como já foi dito anteriormente, nos tempos hodiernos é passado uma imagem estereotipada do idoso, deixando de lado, outras questões relevantes a serem abordadas desta população, e exaltando somente a imagem do “velho jovem”. Desta maneira a mídia busca conscientizar a população da importância deste grupo mas aborda a parte relativa ao consumo deste grupo, enfatizando, saúde, estética e bem estar. Luzimar Marcelino, tem 68 anos, e afirma estar notando que os idosos estão cada vez mais ausentes na mídia televisiva. Deste modo ela discorda de que a mídia representa de maneira ativa esta população.

Para se discutir sobre as implicações no progresso do envelhecimento individual, a problemática reflete-se em dois aspectos. Primeiro, seria como já mencionado anteriormente, que as limitações adquiridas com a velhice são tidas como negligências, pelo idoso não buscar um estilo de vida saudável, sendo abonado, desta maneira o direito natural de envelhecer.

Diante desta representação social existe uma desigualdade entre as classes socioeconômicas, tratando idosos de baixa condição como excluídos e condenados ao isolamento social, sendo assim considerados como negligenciados.

Doracy Fernandes, é aposentada e têm 83 anos, para ela a imagem do idoso representada pela mídia televisiva depende muito do nível socioeconômico, “no nosso nível até que é razoável, mas por aí por fora deve ser sofrido, por que o povo não dá muita atenção ao idoso, é de acordo com o nível social. ”, disse.

“ a corrida aos inúmeros salões de beleza nasce, em parte, de preocupações existenciais, e o uso de cosméticos nem sempre é um luxo. Por medo de caírem em desuso como obsoletos, senhoras e cavalheiros tingem o cabelo, enquanto quarentões praticam esportes para se manterem esguios. “Como posso ficar bela?”, indaga o título de um folheto recém-lançado no mercado; os anúncios de jornal dizem que ele apresenta maneiras de “permanecer jovem e bonita agora e para sempre.” (KRACAUER SIEGFRIED APUD BAUMAN ZYGMUNT)

O jornalista americano George Gerbner pesquisou em estudo recente, de 1993, sobre o impacto da televisão em nossa cultura e acentuou que “a visão que a sociedade tem hoje do mundo da velhice é uma construção do marketing comercial.” A partir deste viés pode-se observar que os meios comunicacionais, principalmente a mídia televisiva categoriza a terceira idade como um novo mercado de consumo, e quando esta imagem é representada através do meio televisivo em sua maioria, é estereotipada. “De acordo com Beauvoir (1990), nas sociedades ocidentais, a velhice foi (e ainda é), ligada a uma imagem estereotipada.” (BEAUVOIR, DE SIMONE APUD BEZERRA)

É importante salientar que o Brasil, tratava os idosos no início das décadas com indiferença, todavia pode-se observar que a partir do momento que este grupo se torna um nicho de consumo, a mídia televisiva passa a dar tamanha importância social a terceira idade.

Entre as décadas de 80 e 90 observamos mudanças nessa representação, resultando na conquista de valores mais atuais, como exemplo de uma maior participação social, autoestima, segurança, entre outros. Todos esses valores são obtidos através da compra de novos eletrodomésticos e eletroeletrônicos, como também, serviços bancários, automóveis, aparelhos de telecomunicações, e de computação. Isto resultou em considerar os idosos como consumidores potenciais, esta visão foi mantida na virada do milênio na medida em que este grupo continuava a ser considerado consumidores assíduos. O ato de consumir nesse caso insere o idoso na mesma sociedade que o exclui, pois como afirma Le Breton: “A pessoa idosa resvala lentamente para fora do campo simbólico, transgride os valores centrais da modernidade: a juventude, a sedução, a vitalidade, o trabalho.” (p.224, 2011)

Ainda nesta época passa-se associar os idosos a partir de um outro conjunto de significados que submete a uma valorização de práticas subversivas aos valores tradicionais e inovadoras, principalmente no que diz respeito à sexualidade, ao uso de novas tecnologias e a vida familiar. Analisando neste viés, o personagem da terceira idade passa a competir de alguma forma com o que recentemente era visto como papéis exclusivamente da população jovem.

Exemplificando isto na mídia televisiva, temos a imagem do idoso em anúncios publicitários, telenovelas, matérias e reportagens jornalísticas. Ao observar os anúncios, é possível analisar que o segredo de um bom alcance e audiência dos comerciais, é o sucesso em que este conjunto de práticas inovadoras e subversivas a este grupo chocam e provocam a sociedade, pois inverte o que acontece na vida real. Nas telenovelas a terceira idade é representada tanto com valores e atitudes associadas a personagens jovens quanto a questão dos casos de abandono, solidão e desrespeito, como já foi discutido anteriormente.

É possível observar que as matérias e reportagens abordam diversos assuntos sobre este grupo, mesmo que a veiculação seja esporádica, são veiculados, a questão do abandono, entretendo após a exibição disto são transmitidas cenas em que a terceira idade desenvolve atividades criativas. A demora em que os idosos esperam para alcançar seus

direitos, a exemplo da aposentadoria. Como também retrata a imagem do idoso praticante de atividades físicas. Atualmente são mais presentes na mídia televisiva, o idoso ativo que busca hábitos saudáveis, através de esportes e musculação.

Em suma, para finalizar a discussão a respeito da terceira idade como parte do mercado de consumo, é importante desenvolver uma visão crítica do processo de envelhecer e não os categorizar apenas como um nicho de consumo, pois o assunto em questão tem maior complexidade. O envelhecimento traz implicações de grandes problemáticas direcionadas a economia, como exemplo da gerontologia e das formas de sociabilidade geracionais, além da inclusão desse idoso enquanto consumidor numa sociedade que o reabilita quando se trata do consumo propriamente dito, e o exclui enquanto corpo não apto a existir se não estiver de acordo com os padrões sociais acerca do envelhecimento.

“Pode-se dizer que o “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade.” (Bauman, 2008, P.41)

O envelhecimento, é um processo gradativo, na medida em que não existe um padrão determinante, pois envelhecer está ligado diretamente a causas orgânicas que acontecem no decorrer da vida, para exemplificar temos: o stress, a poluição, o tipo de profissão, entre outros. É um processo biológico, nascimento, vida adulta, desenvolvimento, perda das capacidades e morte. Entretanto muitos idosos estão buscando melhorar a qualidade de vida através de hábitos saudáveis, incluindo a prática de atividades físicas, pois:

“a inatividade física é a quarta principal causa de morte no mundo, e a criação de programas de prevenção passam a ser essenciais, para que seja incentivada a prática de exercícios com objetivo de enfrentar a pandemia do sedentarismo. Sendo assim, justifica-se o desenvolvimento de projetos que objetivam incentivar e mensurar a prática de exercícios físicos realizados pela comunidade, como ocorre em programas de prevenção de doenças crônicas não transmissíveis. O problema é que, embora os benefícios da atividade física sejam conhecidos desde a década de 50 pela comunidade científica, a sociedade ainda não está conscientizada de sua importância. Com isso, passa a ser necessária a construção de uma metodologia de orientação e intervenção em práticas salutares, com foco no indivíduo, visando aumentar a atividade física praticada em todo o mundo” (COSTANTINI ET. AL APUD KOHL ET. AL.)

É bem verdade que existe por parte da sociedade uma rejeição ao envelhecimento, e a partir disto este grupo acaba despertando sentimentos negativos, como o constrangimento e medo, resultando no isolamento do idoso. A exacerbada valorização do corpo, resulta no apreço ao corpo e a força física. Como já foi dito anteriormente, é possível analisar deste modo que a terceira idade busca melhorar a qualidade de vida através de hábitos saudáveis, incluindo a prática de atividades físicas. Para isto, os idosos buscam acompanhamento de personal trainer paralelo a um nutricionista.

A nutricionista Poliana Araújo fala sobre a importância da terceira idade combinar hábitos alimentares com atividade física, resultando deste modo na melhoria de qualidade de vida para este grupo: “Muitas vezes, é durante a fase idosa que os indivíduos se deparam com as consequências de uma vida longa sem bons hábitos alimentares e a falta de atividade física. Mas isso não quer dizer que o tempo está perdido.” E continua: “Mudanças na forma de se alimentar em conjunto com a prática de algum exercício, atuam de forma positiva em diversos aspectos na saúde de um idoso.”

Poliana Araújo ainda cita alguns dos aspectos que beneficiam na saúde do idoso, são eles: o controle das taxas dos exames bioquímicos, o rejuvenescimento celular (já que uma boa alimentação, pode atuar contra os radicais livres produzidos no corpo), saúde das articulações e ossos, diminuição da fadiga muscular, melhora na qualidade do sono, diminuição da perda contínua e severa de massa muscular, diminuição do aumento da gordura corporal (tanto subcutânea como visceral), melhora de aspectos cognitivos, dentre outros.

É possível a partir disto analisar que hábitos alimentares influenciam diretamente em uma melhora de qualidade de vida. Além de ser válido salientar que as mudanças que vão ser adquiridas pelos idosos nem sempre são fáceis de serem alcançadas. Para Poliana Araújo, “Os benefícios da dupla alimentação e exercício físico para um idoso são diversos. O importante é insistir nessas mudanças, já que tudo nessa vida é apenas questão de hábitos contínuos.”, ressalta.

“Já não se relaciona uma pessoa com 65 anos à morte ou à incapacidade. Atualmente as pessoas na velhice têm vivido mais e melhor, conseguindo manter-se autônoma por muito mais tempo, devido a vários fatores como mudanças na alimentação e prática de atividades físicas” (SIMÃO ET AL, 2003. VILARTA, 2004).

É bem verdade que atualmente é preciso observar que muitos idosos estão investindo em praticar atividades físicas para uma melhoria na qualidade de vida. Tanto benefícios de uma vida ativa deste grupo, quanto os avanços da Medicina, ocasionaram a esta população, a longevidade. Luzimar Marcelino tem 68 anos e pratica atividades físicas há um ano, para ela se exercitar possibilita “uma melhor qualidade de vida e interagir com outras pessoas.” Outra questão que não havia sido mencionada nas falas anteriores dos entrevistados, é a possibilidade de sociabilidade, sendo essas interações uma forma de relação para além do meio familiar.

A prática de atividades físicas possibilita inúmeros benefícios à saúde dos idosos. Entretanto é importante salientar que para obter estes benefícios é necessário o acompanhamento de um profissional especializado. A Personal Trainer Fernanda Costa destaca que “a prática de atividade física traz muitos benefícios para o idoso. Além do fortalecimento muscular, exercícios regulares podem prevenir doenças como a depressão, a hipertensão, diabetes e osteoporose.” E continua, “Se exercitar regularmente na terceira idade traz também outros benefícios, como, a melhora da força muscular, aumentando assim a autoestima, a autoconfiança e a autonomia.”

Em suma, uma vida com prática de atividades físicas possibilita melhorias durante o envelhecimento. “Muitos idosos relatam que após iniciar um programa regular de atividade física, não se sentem mais isolados socialmente e que diminuíram o consumo de remédios, pois com a melhora do bem-estar geral, sentem menos dores.” Destaca a Personal.

Desta feita, o artigo buscou analisar a imagem dos idosos na cidade de Natal, no Rio Grande do Norte, e observar a reconstrução e representatividade da terceira idade na

mídia televisiva atualmente, na medida em que este grupo passa a ser um grande nicho de consumo, seja pela busca de melhoria de vida ou por seu crescimento na sociedade.

Isto resulta em maior visibilidade na mídia e uma nova representação social. A psicóloga Denise Jodelet define como representações sociais, ‘as formas de conhecimentos que se manifestam como elementos cognitivos – imagens, conceitos, categorias e teorias. Porém não se reduzem aos componentes cognitivos. Sendo deste modo, socialmente compartilhadas e elaboradas para a construção de uma realidade comum, possibilitando a comunicação.’ Assim os idosos passam a ser representados socialmente numa outra perspectiva relacionada ao consumo e a busca pela saúde, encontrando representatividade nos grupos de idosos que aderem a esse modo de vida.

A discussão realizada a respeito da terceira idade como consumidores, foi embasada no desenvolvimento de uma visão crítica do processo de envelhecer, levando em conta a complexidade do fenômeno. Analisar o envelhecimento implica em fazê-lo a partir de vários aspectos tais como: os econômicos, sociais, culturais, históricos, dentre outros.

A partir deste artigo devemos refletir que a busca pela melhoria de vida através de mudanças nos hábitos alimentares e na prática de atividades físicas, fez com que a mídia televisiva identificasse este grupo como um nicho de mercado a ser bastante explorado, como uma nova representação social.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Maristela; MOREIRA, Priscilla. A Representatividade Social do Idoso Diante da Mídia. Disponível em: < <https://psicologado.com/atuacao/psicologia-social/a-representatividade-social-do-idoso-diante-da-midia>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017

BATISTA, Vânia. Sexualidade do idoso: Um novo olhar. 2006. 46 f. Dissertação do curso de Pós-Graduação “Lato Sensu” em Terapia de Família. Universidade Cândido Mendes. Disponível em: <<http://www.avm.edu.br/monopdf/3/VANIA%20APARECIDA%20BATISTA.pdf>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017

BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed., 2008

BENTEMÜLLER, Alexsandra . "A polêmica existe para conscientizar", diz Regiane Alves. Disponível em: < <http://www.terra.com.br/exclusivo/noticias/2003/04/16/007.htm>>. Acessado em: 20 de Abril de 2017

BEZERRA, Ada. A construção e reconstrução da imagem do idoso pela mídia televisiva. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/guedes-ada-imagem-idoso-midia-televisiva.pdf>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017

BEZERRA, Beatriz Braga. A terceira-idade é o público-alvo. 2008. 48f. Monografia apresentada para conclusão do curso de Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda – Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2008. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bezerra-beatriz-a-terceira-idade-e-o-publico-alvo.pdf>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017

BIANCHI, Mariana et al. Desconstruindo a imagem do idoso nos meios midiáticos. Revista Kairós Gerontologia, 17(4), pp.211-223. São Paulo. Disponível em: < <https://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/viewFile/23868/17127>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017

Brasil. Lei N° 10.741, de 1° de Outubro de 2003. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. Presidência da República – Casa Civil. Brasília, 01 de Out. de 2003. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.741.htm>. Acesso em: 20 de Abril de 2017

CARDOSO, Jubel. Corpo e Envelhecimento. Revista A Terceira Idade, v. 13, n° 25, p.76-85, ago/2002, São Paulo. Disponível em: < https://www.sescsp.org.br/files/edicao_revista/fe13d87d-407b-440b-a5f6-3ea9e3a6609c.pdf> . Acesso em 20 de Abril de 2017

CONSTATINI, Roberto et. Al. Nível de atividade física de idosos participantes de um programa de prevenção de doença cardiovascular. Revista ASSOBRAFIR Ciência. Dez/2015 ; Vol. 6, n.3./ 11-20. Curitiba. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/rebrafis/article/view/20901/17843>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017.

DELBIN, Elenise et. al. Exercícios aeróbios e resistidos: uma revisão acerca dos riscos e benefícios para o idoso. Revista Faculdades do Saber: Artigos Acadêmicos e Científicos. – Vol. 02. n.04 (jan./jun. 2015). – Mogi Guaçu: FMG – Faculdade Mogiana do Estado de São Paulo,

2014. Disponível em: <http://www.fmg.edu.br/ckfinder/userfiles/files/Revista%20Faculdades%20do%20Saber_n%C2%BA%2004.pdf#page=33>. Acesso em 20 de Abril de 2017

GARCES, Solange. Sujeito Idoso na Sociedade Pós-Moderna: Sociabilidades Possíveis. Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas. Florianópolis, v.11, n.99, p. 54-71, jul/dez. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/viewFile/14045/15604>>. Acesso em 20 de Abril de 2017

GRIEBLER, Eliane. Representação social da atividade física para idosos: Perspectivas na mídia. 2013. 51 f. Trabalho de conclusão de curso apresentado a Escola de Educação Física – UFRGS. Escola de Educação Física, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/87770/000911738.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Perfil dos Idosos Responsáveis pelos Domicílios. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/25072002pidoso.shtm>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017.

LE BRETON, David. Anthropologie du corps et modernité. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011

LEITE, Nívea. O idoso na mídia. Disponível em: <<http://www.portaldoenvelhecimento.com/acervo/artieop/Geral/artigo43.htm>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017

LISBOA, Vinícius. IBGE: número de idosos com 80 anos ou mais deve crescer 27 vezes de 1980 a 2060. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-10/brasil-tera-19-milhoes-de-idosos-com-mais-de-80-anos-em-2060-estima-ibge>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017

MOTA, Suênia. A influência da televisão na terceira idade. 2004. 80 f. Dissertação do curso de Comunicação Social - Jornalismo. – Escola de Comunicação Social, Universidade Potiguar.

SILVA, Nayara; XAVIER, Monalisa. A terceira idade como foco das propagandas midiáticas de consumo. Revista da Faculdade de Ciências Humanas e da Saúde. V. 21, N. 2 (2012). Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/psicorevista/article/view/15134>>. Acesso em: 20 de Abril de 2017.

SPINK, Mary. O Conceito de Representação Social na Abordagem Psicossocial. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X1993000300017>. Acesso em: 20 de Abril de 2017.