



## **Uma nova conspiração do silêncio: idosos, cidadania e imprensa<sup>1</sup>**

Livea CHEFER<sup>2</sup>

Elen GERALDES<sup>3</sup>

Universidade de Brasília, DF

### **RESUMO**

A Constituição de 1988 instituiu garantias fundamentais dos direitos do cidadão brasileiro. Mas foi em 2003, com a aprovação do Estatuto do Idoso, que houve o reconhecimento de que a população idosa necessitava de atenção especial tanto do Estado quanto da sociedade em geral. Como o fato foi percebido e como ele repercutiu na mídia brasileira? Para buscar as respostas dessas questões, foram analisadas as matérias das revistas Veja, IstoÉ e Época publicadas em 2003 com o objetivo de compreender como o acontecimento foi coberto pela mídia, com quais destaques e omissões e, dessa forma, pensar na representação do processo de envelhecimento em três importantes veículos brasileiros.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; cobertura jornalística; estatuto nacional do idoso; revista Veja; revista Época;

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-oeste realizado de 8 a 10 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. Semestre do curso de Comunicação Social - Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. E-mail: [livea.chefer@gmail.com](mailto:livea.chefer@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora Adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. E-mail: [elenger@ig.com.br](mailto:elenger@ig.com.br).



## **Apresentação e metodologia**

Esta pesquisa buscou investigar e analisar minuciosamente as matérias cuja temática eram os idosos publicadas em três das principais revistas impressas do país: Veja, IstoÉ e Época. As matérias analisadas são referentes ao ano de 2003, período em que as condições da população idosa no Brasil foram amplamente discutidas e resultaram na aprovação do Estatuto do Idoso. A Constituição de 1988 já garantia os direitos relativos aos idosos, mas foi com a aprovação do Estatuto que esses direitos foram especificados e que a sociedade e o Estado reconheceram a necessidade de uma atenção especial destinada a este segmento da população.

Não é novidade que a população idosa do Brasil vem crescendo a cada ano. Em 2008, para cada grupo de 100 crianças de 0 a 14 anos existiam 24,7 idosos de 65 anos ou mais. Em 2050, o quadro muda e para cada 100 crianças de 0 a 14 anos existirão 172,7 idosos<sup>4</sup>. De acordo com especialistas da Gerontologia e de outras áreas, há várias razões para o aumento da população idosa em relação à população mais jovem do país: a diminuição da taxa de fecundidade das mulheres, o aumento da qualidade de vida de algumas camadas da população, o acesso a medicamentos e a tecnologias de saúde que aumentam a sobrevivência em doenças antes consideradas fatais, a maior circulação de informações sobre o corpo etc.

Mas, de acordo com a pesquisadora Guita Debert (1999), o aumento populacional de idosos não é suficiente para explicar a quebra da “conspiração do silêncio” sobre o tema da velhice. Os idosos ganham visibilidade mediática não apenas porque aumentaram de número, mas porque o envelhecimento é um fenômeno complexo, que envolve rejeição social por ser visto como uma etapa da vida desfavorecida, mas também atração, por representar o futuro de muitos de nós. Ainda segundo Debert, assistimos a uma progressiva socialização da gestão da velhice: problemas que antes eram tratados no âmbito familiar e na esfera privada dos indivíduos, hoje são debatidos na esfera pública do poder, pela sociedade, por campos especializados como a Gerontologia e pelos próprios idosos, cada vez mais conscientes de seus direitos.

Como consequência, tentativas de homogeneização das representações da velhice são acionadas e uma nova categoria

---

<sup>4</sup> Fonte: IBGE. Estudo de projeção da população do Brasil, 2008.



cultural é produzida: os idosos, como um conjunto autônomo e coerente que impõe outro recorte à geografia social, autorizando a colocação em prática de modos específicos de gestão. (DEBERT, 1999, p. 14)

É por essa razão que nosso objetivo é analisar três das publicações impressas de maior alcance do país: as revistas *Veja*<sup>5</sup>, *IstoÉ*<sup>6</sup> e *Época*<sup>7</sup>. O recorte feito se refere ao ano de 2003, ano em que o Estatuto Nacional do Idoso foi aprovado. A ideia era verificar como este acontecimento repercutiu na mídia impressa brasileira, que aspectos foram destacados e que aspectos foram omitidos acerca do processo de envelhecimento no Brasil. Haveria uma representação homogeneizada da velhice na mídia? Ou os veículos de comunicação também mostrariam a diversidade de estilos e situações de vida da população acima dos 60 anos? Quais são os principais assuntos dessas revistas ao tratar dos idosos? Há um discurso mediático homogeneizador acerca do tema?

Para buscar as respostas desses questionamentos recorreremos à análise de conteúdo, conjunto de técnicas de análise da comunicação, em que procuramos estabelecer uma correspondência entre as estruturas semânticas e linguísticas e as estruturas psicológicas ou sociológicas (condutas, ideologias) dos enunciados. Em nosso caso, dos textos das matérias das três revistas escolhidas que tinham como foco principal a figura do idoso. O que podemos inferir destes textos? O trabalho do analista de conteúdo é duplo: ele precisa compreender o sentido da comunicação (como se fosse o receptor normal) e também desviar o olhar para outra significação, outra mensagem entrevista por meio ou ao lado da mensagem primeira.

E buscando essa outra significação, seguimos as indicações de Laurence Bardin acerca da análise de conteúdo, ao construirmos um jogo de hipóteses. Em nosso artigo, este jogo considera a seguinte questão: os textos mediáticos representariam o universo dos idosos imbuído de valores da juventude ou essa representação se daria de outra forma?

É importante explicar com quais conceitos estamos trabalhando acerca dos idosos, do processo de envelhecimento e da categoria da terceira idade antes de passar à análise dos resultados da pesquisa. Afinal, é preciso saber primeiro o que estamos medindo e do que estamos falando. Consideramos o envelhecimento não apenas como

---

<sup>5</sup> Circulação média 2009: 1.097.485. Fonte: IVC – Instituto Verificador de Circulação

<sup>6</sup> Circulação média 2009: 344.029. Fonte: IVC – Instituto Verificador de Circulação

<sup>7</sup> Circulação média 2009: 413.286. Fonte: IVC – Instituto Verificador de Circulação



um processo de amadurecimento físico do corpo mas também um processo que abarca vertentes sociais, culturais e psicológicas. A ONU (Organização das Nações Unidas) define como idoso a pessoa com mais de 65 anos. Já a categoria da terceira idade surgiu com uma experiência inusitada de envelhecimento. Não falamos aqui apenas de um prolongamento da vida nas sociedades contemporâneas mas da criação de uma categoria que é formada por uma comunidade de aposentados que demonstram dispor de saúde, independência financeira e outros meios para a realização e satisfação pessoal.

Sem perder de vista o nosso problema, e com o foco em nossa pergunta, iniciamos o trabalho de leitura das matérias e dividimos primeiramente os textos em categorias temáticas. Afinal, que assuntos são ligados aos idosos? Sexualidade, trabalho, qualidade de vida, saúde? Esse foi o primeiro passo de nossa técnica de análise. A seguir, verificamos o conteúdo propriamente dito das matérias e a frequência dos assuntos que eram encontrados nos textos. Afinal, o que se fala da terceira idade? E o Estatuto do Idoso? Como o evento foi representado nessa mídia? Os resultados da análise feita e as conclusões deste estudo serão apresentados logo a seguir.

### **Análise e resultados**

Um total de 10 matérias com enfoque na figura do idoso foi produzido pelas revistas *Época*, *IstoÉ* e *Veja* no ano de 2003. A *Época* produziu seis matérias e *IstoÉ* e *Veja* duas matérias cada. Apenas na revista *Época* a terceira idade configurou uma reportagem de capa. Deve-se salientar que *Época* produziu mais uma reportagem especial sobre o assunto e *Veja* também fez um especial acerca dos idosos.

O tema das reportagens especiais é o mesmo. Ao analisarmos o título das matérias fica clara essa aproximação. Veja abaixo:

<b>Revistas</b>	<b>Título das reportagens</b>	<b>Edição</b>
<b>Veja</b>	Jovem dos 30 aos 60 anos	11 de junho de 2003
<b>Época</b>	Viver mais e melhor	13 de janeiro de 2003
<b>Época</b>	Velho é a vovozinha	29 de setembro de 2003



‘Jovem dos 30 aos 60 anos’ e ‘Velho é a vovozinha’ expressam claramente a negação ao processo de envelhecimento. E a reportagem ‘Viver mais e melhor’ apresenta alternativas para os leitores que querem chegar à terceira idade de forma saudável e ativa. Ou seja, o objetivo final é manter-se jovem e afastar atitudes que levem à velhice: “A ciência, a medicina, a odontologia e a estética já dispõem de meios para deixar uma pessoa de 60 anos com saúde e vigor comparáveis aos dos mais jovens”.<sup>8</sup>

A matéria ‘Viver mais e melhor’ possui um adereço no rodapé de suas páginas com fotos e pequenos textos que explicam o que ocorre com o corpo humano desde o nascimento até o envelhecimento. Adverte sobre como determinadas atitudes podem evitar problemas numa idade avançada. Vale ressaltar que o discurso apresentado pela publicação se refere apenas aos inconvenientes físicos que chegam com o passar do tempo. A abordagem psicológica dos efeitos do envelhecimento não é citada em nenhuma das matérias analisadas para este artigo.

Já a reportagem ‘Velho é a vovozinha’, produzida também pela revista *Época*, usa de depoimentos de personagens para expressar a posição anti-velhice. É o caso de Jurandir Meireles Duarte, entrevistado que diz se aborrecer quando ouve a palavra “idoso”.

Outro aspecto muito importante no conteúdo analisado é a aparente homogeneização do processo de envelhecimento nos veículos estudados. As histórias contadas tratam, basicamente, de idosos que pertencem à classe AB. São pessoas que dispõem de um estilo de vida e consumo muito diferente dos idosos que pertencem a uma classe econômica mais baixa. Esses idosos da classe AB constituem o público destinado a receber os conteúdos dessas reportagens. Afinal, os anunciantes e os profissionais de marketing estão cada vez mais preocupados em atingir o nicho de mercado ocupado pela terceira idade. Ou seja, as revistas falam apenas para aqueles que podem consumir e excluem de seu discurso os idosos mais carentes de renda.

O maior exemplo de crescimento desse mercado reside na ampliação da faixa etária do público-alvo nas pesquisas de mercado realizadas pelos profissionais do marketing. Ao invés de limitar a faixa da população pesquisada até os 45 anos de idade, hoje essa faixa já se estende até os 60 anos. A mídia brasileira soube muito bem integrar

---

<sup>8</sup> Viver mais e melhor, *Época*, 13 de jan. 2003



esses novos consumidores ao seu discurso. É o que a pesquisadora Janara Sousa percebeu em seu artigo sobre a representação dos idosos nas telenovelas brasileiras:

É estratégico para a mídia brasileira, como qualquer outra instituição social, incorporar no seu discurso os idosos. O empoderamento desse grupo interessa aos meios de comunicação porque, como colocamos antes, a terceira idade assume cada vez mais um espaço privilegiado de consumo. (SOUSA, 2008, p.3)

De acordo com pesquisadores desse tema, como Annette Leibling (2005) e Guita Debert (1999), a tendência dos meios de comunicação é investir na idéia de eterna juventude e celebrar a atividade contínua e a beleza corporal. É o que acontece nas matérias especiais das revistas *Veja* e *Época*. Elas utilizam personalidades famosas como a apresentadora Hebe Camargo e o ator Stenio Garcia para indicar que existem caminhos para envelhecer e manter o pique da juventude. Os caminhos são uma série de atitudes e hábitos de consumo que prometem prolongar o bem-estar e o espírito jovem. E a ciência é a grande responsável por tornar isso possível.

A ciência já decifrou os mecanismos básicos do processo de amadurecimento do corpo humano e, pela primeira vez, os médicos têm recomendações eficientes para ajudar as pessoas a atrasar o ritmo do relógio biológico e viver mais, melhor e com intensidade. (*Jovem dos 30 aos 60 anos, Veja, 11 de jun. 2003*)

Além das reportagens especiais, encontramos também matérias menores, de uma a três páginas, que abordam a categoria da terceira idade. As matérias explicam como os idosos vêm transformando a economia e o comportamento no Brasil. É o caso, por exemplo, da matéria ‘A Flórida brasileira’, que saiu na edição de 4 de junho de 2003 na *Veja*. O texto apresenta a transformação que está ocorrendo em Florianópolis por conta do número de idosos que decidiram aproveitar a aposentadoria na capital do estado de Santa Catarina. Na última década, o número de pessoas com mais de 60 anos em Florianópolis aumentou 55%. Foi o maior crescimento entre as capitais nas regiões sul e sudeste e superior à média registrada no país.

A transformação que está acontecendo em Florianópolis é vista puramente pelo lado econômico. A matéria diz que há grandes empresários ávidos por explorar o



mercado dos senhores e senhoras endinheirados de Florianópolis. É o caso de Marisa Scolari, empresária que decidiu abrir um restaurante na cidade para atrair os aposentados recém-chegados de São Paulo, capital de importante tradição gastronômica. Mais uma vez percebemos que a mídia impressa trata de um grupo muito específico de idosos. No caso, daqueles que possuem renda para frequentar restaurantes caros, ou seja, a classe econômica AB.

Outra mudança detectada no Brasil é a situação de moradia das pessoas acima de 60 anos. Com a expectativa de vida cada vez maior, torna-se comum a procura de serviços especializados para cuidar dos mais velhos. Esse é o tema da matéria da repórter Mônica Tarantino da IstoÉ e de Paula Pereira da revista Época.

Na matéria de Paula Pereira ‘Hotel de vovós’ é apresentado ao leitor a casa de repouso Lar Sant’Ana. O lar é mantido pela Liga das Senhoras Católicas, uma das mais conhecidas e tradicionais entidades filantrópicas do país. Além de atender pessoas carentes e manter escolas e asilos direcionados a idosos de classe alta, a instituição oferece agora um novo serviço. As famílias que querem viajar nas datas festivas de final de ano podem deixar os parentes mais velhos aos cuidados do Lar Sant’Ana. O pacote de Natal ou Réveillon com sete diárias sai por R\$ 1.080. Ou seja, não é qualquer um que frequenta a casa de repouso. Fica claro, mais uma vez, o público para o qual a revista analisada está se dirigindo.

Sobre o mesmo tema, a matéria ‘Projetos para velhice’ da revista IstoÉ configura uma oposição a tudo o que foi apresentado nos veículos analisados. Até o momento, percebemos um discurso homogeneizado a respeito do processo de envelhecimento. Imbuído da busca pela eterna juventude, o conteúdo das revistas era sumariamente dirigido às classes AB, em condições de consumir serviços e produtos que ajudassem nessa busca anti-velhice. Já o texto de Mônica Tarantino da IstoÉ apresenta um panorama das condições que os idosos encontrarão no futuro. Segundo a jornalista, o grande desejo da maioria dos idosos é preservar sua autonomia e qualidade de vida. Assim, ela apresenta desde condomínios que estão sendo construídos especialmente para a terceira idade até iniciativas públicas ou privadas para atender idosos mais carentes. Esse panorama das condições futuras dos idosos é questionado no texto de Tarantino: “Mas quais são as soluções para o contingente de pessoas com boa ou má saúde, aposentadoria minguada ou sem rendimento suficiente para sobreviver?”<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Projetos para a velhice, IstoÉ, 7 de maio 2003



Essa é a única matéria que aborda as diferenças de estilo de vida e poder aquisitivo dos idosos no Brasil. Ela apresenta ações e projetos que estão sendo realizados com o objetivo de atender melhor as carências de cada grupo.

Por último, temos a questão da sexualidade na terceira idade. O tema foi abordado também nas reportagens especiais, mas apenas na revista *Época* saiu uma matéria específica sobre o assunto. O texto de Cristiane Segatto explicita o aumento da Aids em pessoas com mais de 50 anos e tenta explicar a razão desse crescimento. Enquanto nas reportagens especiais a sexualidade depois dos 60 anos era tratada de forma positiva em vista das novas possibilidades surgidas com o Viagra, na matéria de Cristiane Segatto a sexualidade é vista como uma porta para o perigo. O exemplo desse tratamento é o subtítulo utilizado no texto da jornalista da revista *Época*: O HIV avança sobre os brasileiros idosos – que usam remédios para impotência, mas ignoram a camisinha.<sup>10</sup>

Depois da apresentação do enfoque das matérias encontradas em 2003 nas revistas *Época*, *Veja* e *IstoÉ* fica o questionamento: afinal, este artigo não iria tratar da repercussão do Estatuto do Idoso nessas mídias? São esses e outros aspectos que trataremos nas considerações finais deste trabalho.

### **Considerações finais**

No ano de 2003 a sociedade e o poder público estavam cientes do andamento do processo de aprovação do Estatuto do Idoso. A lei foi aprovada em outubro de 2003 e entrou em vigor no mês de janeiro de 2004. Ou seja, os direitos dos idosos faziam parte da agenda pública do país.

Mas, ao contrário do que se esperava, o Estatuto do Idoso foi apenas mencionado na reportagem de Mônica Tarantino da revista *IstoÉ*. O promotor de justiça João Estevam da Silva de São Paulo, entrevistado para a matéria, apenas cita que hoje há leis que protegem o idoso e que o Estatuto, que garante os direitos dessa população, estava para ser votado no Congresso.

É interessante perceber como três revistas de grande circulação do país se alijaram de um assunto tão importante da esfera pública. Essa é uma particularidade do universo pesquisado. Na pesquisa de Janara Sousa (2008) sobre a representação dos

---

<sup>10</sup> Aids depois dos 50, *Época*, 3 de nov. 2003





idosos nas telenovelas brasileiras a autora observou um fenômeno interessante. Na telenovela *Mulheres Apaixonadas*, exibida em 2003 pela Rede Globo de Televisão, o Estatuto do Idoso foi amplamente discutido e criou-se um diálogo da ficção com a realidade do país.

Na trama um casal de velhinhos que sofria agressões da neta e de outros personagens, ao final da novela, estava presente na sessão do Congresso para aprovação do Estatuto.

Ficção e realidade se misturavam porque, enquanto o frágil casal de idosos sofria na trama, o Governo e as associações de aposentados e pensionistas e de terceira idade faziam consultas públicas e promoviam o debate sobre o conteúdo do Estatuto. Trechos da Lei eram citados ao longo da trama, revelando o quanto ela estava sendo influenciada pelo contexto político nacional. (SOUSA, 2008, p. 9)

Não foi o que se observou nos veículos de mídia impressa analisados. Além de não aprofundar o debate sobre a aprovação do Estatuto, as revistas ignoraram a figura do idoso como cidadão atuante e que cada vez mais busca seus direitos junto à Lei. O idoso é inserido no discurso de uma busca pela eterna juventude transfigurada de terceira idade ativa e saudável.

Os especiais produzidos por *Veja* e *Época* explicam passo-a-passo o que acontece com o corpo humano ao envelhecer e dão dicas para evitar os prejuízos que vêm com o tempo. O envelhecimento é julgado apenas do ponto de vista físico. Os efeitos sociais e psicológicos do envelhecer são pouco ou quase nunca citados. Além do mais, os conteúdos produzidos se destinam a um grupo específico: os idosos das classes AB, que têm condições de consumir produtos e serviços que os “protejam” da velhice.

A conspiração do silêncio, denunciada por Simone de Beauvoir nos anos 70, também se manifesta no recorte deste artigo. Ao contrário da televisão, que deu destaque ao Estatuto do Idoso ao tratar do tema num produto de enorme alcance nacional, a telenovela do horário nobre, a mídia impressa simplesmente ignorou o evento. As revistas analisadas representam, majoritariamente, o idoso como nicho de mercado. Em nenhum momento a aprovação do Estatuto do Idoso foi tratada de forma séria e aprofundada pelos veículos analisados. E não seria lógico que o jornalismo impresso investisse na cobertura desse fato? Afinal, o evento está imbuído de valores-notícia como importância, relevância, abrangência e interesse público. Surge, assim,



uma nova conspiração do silêncio: dar destaque ao idoso como consumidor e ignorar o idoso como cidadão.

### **Referências bibliográficas**

BRASIL. **Estatuto do Idoso**: Lei nº. 10.741, de 2003.

DEBERT, Guita. A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. In: BARROS, Myriam Lins de. (Org.). **Velhice ou terceira idade?**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. p. 49-66.

DEBERT, Guita. **A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento**. São Paulo: EDUSP, 1999.

DEBERT, Guita G.. “O Velho na Propaganda”. **Cadernos Pagu** (UNICAMP), CAMPINAS, v. 21, n. 1, p. 133-156, 2003.

GERALDES, E. C. ; Janara Sousa . Os idosos na mídia: análise da cobertura jornalística da Terceira Idade dos jornais Correio Braziliense e El País. In: **V Colóquio Brasil-Espanha de Ciências da Comunicação**. Brasília, 2008.

IBGE. **Projeção da População do Brasil**. IBGE, Rio de Janeiro, nov. 2008. Disponível em:<[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_imprensa.php?id\\_noticia=1272](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_imprensa.php?id_noticia=1272)>. Acesso em: 27 mar. 2011.

LEIBING, A. “The Old Lady from Ipanema: Changing Notions of Old Age in Brazil”. **Journal of Aging Studies** New York/EUA, 2005, p. 15-31.

MIRANDA, Fernanda Chocron. et al. “O Idoso na Era da Eficiência”. In: **Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Brasil, 2009.

NERI, Anita Liberalesso. DEBERT, Guita Grin. (Orgs.) **Velhice e Sociedade**. 2 ed. São Paulo: Papyrus Editora, 2004.



REVISTA ÉPOCA. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2003. Semanal.

REVISTA ISTOÉ. São Paulo: Editora Três, 2003. Semanal.

REVISTA VEJA. São Paulo: Editora Abril, 2003. Semanal.

SOUSA, Janara. “Obrigado por/a Ser Feliz: as Representações dos Idosos nas Telenovelas Brasileiras”. In: **VIII Nupecom - Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Brasil, 2008.