



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO HUMANO E
TECNOLOGIAS
(TECNOLOGIAS NAS DINÂMICAS CORPORAIS)**

**TECNOLOGIAS VIRTUAIS E ANÁLISE VIDEOGRÁFICA: O YOUTUBE® COMO
RECURSO DE PESQUISA PARA COMPREENSÃO SOBRE A IMAGEM DO
IDOSO BRASILEIRO**

NARA HELOISA RODRIGUES

Dissertação apresentada ao
Instituto de Biociências do Câmpus
de Rio Claro, Universidade
Estadual Paulista, como parte dos
requisitos para obtenção do título
de Mestre em Desenvolvimento
Humano e Tecnologias.

Março - 2015

NARA HELOISA RODRIGUES

**TECNOLOGIAS VIRTUAIS E ANÁLISE VIDEOGRÁFICA: O YOUTUBE® COMO
RECURSO DE PESQUISA PARA COMPREENSÃO SOBRE A IMAGEM DO
IDOSO BRASILEIRO**

**VIRTUAL TECHNOLOGIES AND VIDEOGRAPHIC ANALYSIS: YOUTUBE® AS
RESEARCH RESOURCE FOR UNDERSTANDING ABOUT BRAZILIAN ELDERLY
IMAGE**

Dissertação apresentada ao Instituto de Biociências do Campus de Rio Claro, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Humano e Tecnologias (Tecnologia nas Dinâmicas Corporais).

Orientadora: Gisele Maria Schwartz
Co-orientador: Wilson do Carmo Júnior

**Rio Claro
2015**

303.483 Rodrigues, Nara Heloisa
R696t Tecnologias virtuais e análise videográfica : o Youtube®
como recurso de pesquisa para compreensão sobre a imagem
do idoso brasileiro / Nara Heloisa Rodrigues. - Rio Claro,
2015
152 f. : figs., tabs., quadros

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista,
Instituto de Biociências de Rio Claro
Orientador: Gisele Maria Schwartz
Coorientador: Wilson do Carmo Júnior

1. Tecnologia - Aspectos sociais. 2. Representação do
idoso. 3. Imagem. I. Título.

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

TÍTULO: Tecnologias virtuais e análise videográfica: o Youtube como recurso de pesquisa para compreensão sobre a imagem do idoso brasileiro

AUTORA: NARA HELOISA RODRIGUES

ORIENTADORA: Profa. Dra. GISELE MARIA SCHWARTZ

CÓ-ORIENTADOR: Prof. Dr. WILSON DO CARMO JUNIOR

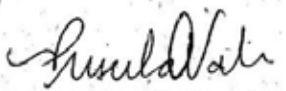
Aprovada como parte das exigências para obtenção do Título de MESTRE EM DESENVOLVIMENTO HUMANO E TECNOLOGIAS, Área: TECNOLOGIAS NAS DINÂMICAS CORPORAIS, pela Comissão Examinadora:


Profa. Dra. GISELE MARIA SCHWARTZ

Departamento de Educação Física / Instituto de Biociências de Rio Claro


Profa. Dra. GISELE HELENA TAVARES

Universidade de Santa Catarina - Udesc


Profa. Dra. PRISCILA CARNEIRO VALIM-ROGATTO

Departamento de Educação Física / Universidade Federal de Lavras

Data da realização: 02 de março de 2015.

AGRADECIMENTOS

À Deus, pois, sem Ele, seguramente não teria conseguido concluir mais uma etapa de minha vida. Sei que só por Ele consegui terminar este trabalho, pois Ele esteve sempre comigo, nas situações mais fáceis, de diversão, de alegria, mas também nas situações difíceis... pois Ele nunca nos abandona e me dava forças diárias e constantes para que eu não desistisse e conseguisse atingir meu objetivo. Agradeço a Deus pela oportunidade deste Mestrado e por mais esta alegria!

À minha família que esteve sempre ao meu lado, se colocando à disposição para ajudar concretamente em tudo aquilo que podiam e também no que não podiam. Foram muitas as batalhas, muitos os desafios, principalmente quando a saudade apertava e não era possível olhar nos olhos de meu pai, minha mãe ou meus irmãos, apenas para que, naquele olhar, compreendêssemos que sempre estaríamos juntos, independente da distância. Sem eles, provavelmente eu não teria nem ao menos chegado em Rio Claro para que esta etapa de vida se iniciasse. Meu agradecimento pela ajuda espiritual, por todas as orações e por acreditarem que eu conseguiria concluir esta etapa de minha vida. Amo cada um de vocês particularmente.

Ao Elton, que também esteve ao meu lado, fazendo tudo por mim. A ele não tenho nem palavras para agradecer sua atenção, paciência, amor, dedicação e disposição de me ajudar em tudo àquilo que eu precisasse. Agradeço por todas as vezes que me ouviu pacientemente, chorando de saudades, de desespero quando tinha alguma dificuldade, de preocupação e sempre me oferecia palavras certas, me fazendo sentir que estava sempre comigo, mesmo distante fisicamente.

À família Focolares da comunidade de Rio Claro, que me recebeu de braços abertos. Neste período construímos relacionamentos verdadeiros, que me fortaleceram e me fizeram acreditar que Deus estava sempre ao meu lado e que Ele jamais nos abandona, independente da situação.

À família LEL...esta eu preciso agradecer e muito!!!! Esta família esteve sempre ali e, apesar das dificuldades, dos momentos difíceis, sempre encontramos

as ocasiões para comemorar, para rirmos juntos...rirmos de nós mesmos. Mas agradeço especialmente por sempre se colocaram à disposição de me ensinar, explicar algo que não sabia e me ouvir. Meu eterno agradecimento, por todo o aprendizado. Não poderia esquecer também pelas situações difíceis, por me orientarem e ampararem na doença, nas situações de susto e, principalmente, por me levarem a mil lugares! Sim, agradeço imensamente pelas milhares de caronas que todos vocês, com muito carinho, me disponibilizaram e, principalmente, agradeço pela amizade construída e por todas as risadas juntos.

Aos meus amigos de Rio Claro, agradeço a vocês pelas pessoas que são, a Deus por ter colocado vocês em minha vida e pela amizade verdadeira construída. Creio que o percurso se tornou muito mais fácil com a presença de vocês. Com certeza, os levarei sempre em meu coração.

Aos amigos distantes, aqueles que compreendiam a minha situação e, muitas vezes, o meu “distanciamento” devido aos trabalhos do Mestrado e, mesmo assim, quando nos reencontrávamos tudo era como sempre, aquela amizade verdadeira que é incapaz de se abalar com a distância. Sei que torceram muito por mim e que sabem o quanto eu os amo, a vocês, meu eterno carinho.

À FAPESP, por permitir a realização deste trabalho de Mestrado, no amparo financeiro e técnico da mesma.

Ao Professor Afonso, coordenador do Programa de Desenvolvimento Humano e Tecnologias e amigo, minha gratidão por me fazer compreender que é possível viver no mundo acadêmico sem que se viva somente por ele. Obrigada pelos conhecimentos transmitidos e me fazer compreender que eu estava no caminho certo, pelas conversas, pela amizade, confiança, atenção e sua disponibilidade. A gratidão de uma pessoa que o levará sempre na memória e no coração.

Aos membros da banca, Professora Priscila e Giselle. À Professora Priscila, que me acompanhou e orientou desde a graduação e dedicou seu tempo para me auxiliar também neste trabalho. Obrigada pelo carinho, pela ajuda e atenção, pelas contribuições e pelos ensinamentos. À Giselle, minha gratidão pelo tempo que

conviemos juntas no LEL e por me fazer sentir falta de sua presença, por estar sempre disposta a me ajudar em tudo aquilo que precisava, seja na vida acadêmica, profissional ou pessoal. E, acima de tudo, obrigada por sua amizade.

À Professora Gisele Schwartz, minha eterna gratidão por contribuir para que uma etapa sonhada de minha vida fosse concluída. Obrigada pelos ensinamentos, me mostrando o caminho certo de seguir com os trabalhos, pelo relacionamento verdadeiro construído, pela confiança, pelas conversas e, principalmente, por toda a paciência comigo, incluindo os momentos “chorosos”, dos quais posso dizer que você se lembra bem, não é? Agradeço também pela sua preocupação comigo, com minha saúde, com minha integridade física e por me incentivar a crescer profissionalmente. Muito obrigada por tudo! Também não poderia deixar de agradecer ao Professor Wilson, pela co-orientação e a disponibilidade e atenção na realização deste trabalho.

Aos funcionários da UNESP, os quais, com muita dedicação e carinho, estiveram sempre dispostos a me ajudar de alguma forma, seja nas pequenas ou grandes situações.

A todos aqueles que de alguma forma me ajudaram neste trabalho, seja de forma concreta, ou espiritual, rezando e torcendo para o meu sucesso.

A todos vocês, o meu muito obrigada e minha eterna gratidão.

“[...] se tentares viver de amor, perceberás que, aqui na terra, convém fazeres a tua parte. A outra, não sabes nunca se virá, e não é necessário que venha. Por vezes, ficarás desiludido, porém jamais perderás a coragem, se te convenceres de que, no amor, o que vale é amar [...]”

(LUBICH, C., 2003, p. 124)

RESUMO

Este estudo, de natureza qualitativa, teve por objetivo analisar os diferentes tipos de vídeos postados no *site* do YouTube®, referentes ao indivíduo idoso. O estudo foi desenvolvido utilizando-se pesquisa exploratória, realizada por meio de análise documental videográfica. Para a seleção dos vídeos, foram utilizados os termos “idoso” e “mídia” no *site* YouTube®. Como critérios de inclusão na pesquisa, foram levados em consideração apenas os vídeos brasileiros, entre os que continham apenas imagens e os que continham linguagem oral expressa em português, postados no período entre 2011 e 2012. Os 60 vídeos amostrais foram selecionados em 5 diferentes categorias: 1) Reportagens (30 vídeos), 2) Vídeos de Imagens e Filmes (13 vídeos), 3) Propagandas (12 vídeos), 4) Entrevistas (3 vídeos) e 5) Outros (2 vídeos). Posteriormente, foram analisados os conteúdos neles apresentados, por meio de 3 eixos temáticos, assim como propõe a Técnica de Análise de Conteúdo e incluíram: Eixo 1 – Falas, Eixo 2 – Expressão Corporal, Eixo 3 – Participação nos vídeos e contextos periféricos. Os resultados encontrados no Eixo 1 demonstram que a maior parte dos assuntos abordados envolvidos nos vídeos incluiu as temáticas violência e a prática de atividades diversas. Foram observadas tonalidades de voz forte e animadas, mas também, fracas e trêmulas e os significados das falas dos participantes dos vídeos evidenciaram, tanto tendências negativas, como positivas. Porém evidencia-se que as tendências negativas tiveram maior incidência quando provinham de pessoas periféricas do que dos idosos. Para o Eixo 2, foram encontrados predominância de movimentos reduzidos dos idosos, que, na maior parte das situações, estavam sentados dando uma entrevista. Tinham expressão facial marcada por sorrisos, risadas e gargalhadas predominantemente e postura ereta na maior parte das situações. Também foram observadas características físicas que demonstraram a presença de idosos com pele branca ou parda predominantemente, cabelos brancos, grisalhos ou tingidos e os idosos utilizavam roupas simples, de tons claros, ou escuros e lisos. Houve predominância da utilização de objetos decorativos e, em poucas vezes, os idosos utilizavam objetos de auxílio, como as bengalas. Para o Eixo 3 observou-se que, na maior parte dos vídeos, nos quais constavam predominantemente idosos do gênero feminino, os idosos eram protagonistas. Neste eixo também foram observadas manifestações religiosas constantes nos vídeos, destacadas majoritariamente nas falas dos idosos, mas também, por meio da utilização de objetos e músicas. Considerou-se, com este estudo, que a imagem do idoso apresentada no YouTube® não é preconizada somente por aspectos de tendências negativas, mas também positivas, observadas por uma multiplicidade de características que envolvem o reconhecimento da importância do idoso na sociedade e, em contrapartida, sua desvalorização, por já não fazer mais parte dela efetivamente. Sugerem-se novos estudos relacionados às temáticas em apreço, que contribuam para ampliar as reflexões acerca da imagem representada do idoso na mídia virtual YouTube®.

Palavras-chave: Tecnologia; Idoso; YouTube; Imagem.

ABSTRACT

This qualitative study aims to analyze the different types of Brazilian videos posted on the *Youtubesite*, referring to the elderly. The study was developed by exploratory research through documentary videographic analysis. The videos were selected by the terms “idoso” and “mídia” at the *Youtubesite*). As research inclusion criteria, only Brazilian videos were considered which contained images and speeches that were expressed in Portuguese language and posted during the period of 2011 to 2012. The 60 videos were selected according to five different categories: 1) Reports (30 videos), 2) Videos with images and movies (13 videos), 3) Advertisements (12 videos), 4) Interviews (3 videos) and 5) Others (2 videos). Subsequently, their contents were analyzed by three thematic axes as proposed by the Content Analysis Technique : Theme 1 – Speech, Theme 2 – Body language, Theme 3 - Videos participation and peripheral contexts. The Theme 1 results show that most of the issues involved in the videos included the thematic aggression and the practice of various activities. Strong and lively voice tones were observed, but also weak and trembling voices were noted and the meanings of participants' speech in the videos showed, both negative and positive trends. However, it is evident that the negative trends had a higher incidence when came from peripheral people than the elderly. To the Theme 2, it was found the prevalence of the reduced movements by the elderly, which in the most of the situations, were seated during interview. They had their facial expression marked by smiles and laughter predominantly and, they got an upright posture in the most of the situations. Also, it was observed physical characteristics that demonstrated the elderly predominantly with white or brown skin, white, gray or dyed hair and older people wearing simple clothes, with light or dark colors and smooth. There was a predominance of the use of decorative objects and rarely, the elderly used assistance objects such as cane. To the Theme 3, it was observed that in most of the videos, which largely contained elderly females, the elderly were protagonists. In this theme, it was also observed that the religious manifestations were constant in the videos, which were mostly highlighted in the speeches of the elderly, and also through the use of objects and songs. So, this study considers the elderly image on Youtube® advocated for aspects of negative and positive trends that were complied by a plurality of features which involve the recognition of the importance of the elderly in society and in return, its devaluation, for no longer do more of it effectively. Further studies are suggested related to this proposed thematic, contributing to expand reflections about the represented image of the elderly in the virtual media Youtube®.

Keywords: Technology; Elderly; YouTube; Image.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 JUSTIFICATIVA	14
3 REVISÃO DA LITERATURA	17
4 OBJETIVOS	34
4.1 Objetivos específicos.....	34
5 MÉTODO.....	35
5.1 Natureza do Estudo.....	35
5.2 Procedimentos	35
5.3 Critérios de inclusão e exclusão.....	38
5.4 Análise dos dados	39
5.5 Limitações da pesquisa.....	46
6 RESULTADOS	48
7 DISCUSSÕES.....	86
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
9 REFERÊNCIAS.....	129
10 APÊNCIDE	146

1 INTRODUÇÃO

O processo de evolução das tecnologias esteve presente desde os primórdios dos tempos, haja vista as inúmeras alterações e transformações criadas pelo ser humano, para atingir suas expectativas. Segundo Veraszto et al. (2008), foi notável o desenvolvimento das técnicas e tecnologias em diferentes momentos da história, sendo sempre associadas ao trabalho e à produção do ser humano.

Com a chegada do século XIX, durante a Revolução Industrial, o desenvolvimento técnico-científico estabeleceu um marco, impulsionado por novas descobertas e grandes alterações na vida humana e no trabalho. Duarte (1999) afirma que, nesse período, o aprimoramento técnico adquiriu maior independência e, por sua vez, passou a ocupar um papel intermediador entre o ser humano e o resultado final de seu artefato, tornando-se, portanto, peça fundamental na relação humano-técnica-produto.

Nesta progressão tecnológica, é perceptível um novo acometimento das tecnologias ainda mais sofisticadas no campo da informação. Na década de 60, a ascensão dos meios de comunicação em massa, como o rádio e a TV, permitiu que fossem realizadas transmissões ao vivo entre diversos países, possibilitando que se difundisse uma nova concepção temporal e espacial do mundo (DUARTE, 1999).

Hoje, a tecnologia tem sido adotada de forma assídua no cotidiano humano, suplementando a maioria das ações realizadas durante uma jornada circadiana. Neste sentido, a conhecida sociedade da informação ganha sempre mais popularidade, representando um novo modo civilizacional atual. Segundo Silva (2001), os meios de informação tecnológicos passaram a ser considerados, não apenas instrumentos de emissão e recepção de conhecimentos, mas sim, um grande veículo de contribuição ao arcabouço de comunicação de valores da sociedade.

Um dos maiores representantes, por facilitar o acesso rápido a informações e veicular e construir valores é a *internet*. Já na década de 80, este recurso teve um grande avanço, decorrente da melhoria da estruturação dos microcomputadores e da digitalização, o que por sua vez, permitiu um percurso que leva à formação de uma rede de comunicação universal, onde os próprios valores são criados a partir destas conexões (SILVA, 2001).

Sendo assim, este tipo de recurso referente à *Internet* pode representar hoje, um excelente meio de difusão de conhecimento, tendo sido, inclusive, apropriado no âmbito educacional, já que, por intermédio deste recurso, podem ser adquiridos e difundidos conhecimentos de diversas áreas (FISCHER, 2005; MIRANDA; FARIAS, 2009; TEZZA; BONIA, 2010). O ambiente virtual, sobretudo a rede *Internet*, representa também um espaço múltiplo, em que podem ser acessados assuntos diversificados em um mesmo tempo. Entretanto, da mesma forma como este meio de informação pode ser aparato de aquisição de novos conceitos e de disseminação da cultura, pode também incentivar a preconização de valores que alteram a noção de respeito, ética e moral, cultivados por muitas culturas.

Os *sites* interativos, como o Instagram, o Facebook, e o YouTube®, são exemplos de ciberespaços onde esta situação de difusão de imagens pode ocorrer. Principalmente quando se trata da veiculação de imagens de corpos humanos, estas podem ser caracterizadas de modos variados, seja pela utilização de aparatos que auxiliam o desempenho humano, ou que são utilizados para ampliar a parte estética, incluindo, aqui, os diferentes tipos de vestimentas, acessórios, dentre outros. Além disto, a imagem do corpo pode ser retratada nas diferentes fases da vida, detalhada por características que se enquadrariam a determinada idade.

O YouTube®, um *site* agregador de conteúdos e instrumento constituinte desta grande rede que é a *Internet*, pode ser considerado, hoje, o maior conglomerado de redes de comunicação e empregado como objeto de aproximação por pessoas de todas as idades no contexto da cibercultura, visto que ele é um dos instrumentos mais utilizados quando se deseja visualizar ou postar determinado vídeo, caracterizado por suas possibilidades de grande armazenamento (AGUIAR; ROSÁRIO, 2008). Segundo Burgess e Green (2009), este mundo virtual pode ser considerado um ambiente de cultura participativa, já que seus colaboradores diversificados (que compreendem os leigos nos assuntos, mas também, os grandes empresários e, inclusive cientistas) chegam ao *site* com propósitos e objetivos diversos, caracterizando, assim, um espaço capaz de interferir e possivelmente modificar a cultura na qual estão inseridos.

Neste *site* podem estar apresentadas duas facetas de construção de valores, ancorados, tanto nos aspectos positivos de valorização da imagem do indivíduo,

construção de conhecimento e representações de perspectivas positivas, como também, nos aspectos negativos, de deformação de valores, ausência de privacidade e, até mesmo, ridicularização da imagem do ser humano, o que mereceu a atenção deste estudo, por conter, inclusive, as imagens do indivíduo idoso.

Os vídeos apresentados no YouTube® englobam diversos assuntos e quando postados, podem ou não se enquadrar em alguma das categorias já existentes no *site* atualmente (Animais, Automóveis, Ciência e tecnologia, Comédia, Educação, Entretenimento, Esportes, Esportes, Filmes e desenhos, Guias e Estilo, Jogos, Música, Notícias e política, Pessoas e blogs, Sem fins lucrativos/ativismo, Viagens e eventos), dependendo da opção de escolha do utilizador do *site*. Entretanto, estes temas não abrangem os vídeos relacionados ao tema pessoas e são ainda menos relacionados a populações específicas, como o idoso, foco deste estudo, o que gera dificuldades em se encontrar dados pretendidos. Partindo do princípio de que este modo de apreensão da cultura do envelhecimento é bastante importante, no sentido de se compreender a representação social associada a esta temática, estes aspectos se tornam instigantes e foram os mobilizadores deste estudo.

Dentre os vídeos encontrados no *site*, em uma parcela há a representação da imagem humana, o que inclui também a população idosa, muitas vezes demonstrada em forma de comerciais, pequenos documentários, vídeos ou *videoclipes* de músicas, reportagens e, até mesmo, alguns deles deflagram denúncias críticas sobre o modo como a sociedade (des)valoriza o indivíduo idoso, ou de como o idoso tem sido tratado pela mídia televisiva e nos meios de comunicação em geral. Em um contexto geral, o tema referente ao idoso tem gerado muitas discussões e motivado inúmeros estudos na atualidade, seja no campo social (AREOSA et al., 2011; GUERRA; CALDAS, 2010;), no fisiológico (BAPTISTA; VAZ, 2009; NASCIMENTO et al., 2013) e no psicológico (CARDOSO, 2014; GODOY, 2002; MAZO; CARDOSO; AGUIAR, 2006), uma vez que a população em envelhecimento, tradicionalmente associada ao antigo e ao ultrapassado, foi aumentando notavelmente e tende a crescer cada vez mais.

Este aumento de idosos na atualidade pode ser confirmado com base no levantamento do IBGE (2011), que indicou um grande alargamento na pirâmide

etária para a população idosa com 65 anos de idade ou mais, que era de 4,8% em 1991, passando por 5,9% em 2000 e alcançou uma taxa de 7,4% em 2010. Deste modo, a imagem do idoso na sociedade tem que ser apoiada em facetas diversas, abrangendo, não somente aspectos negativos, os quais envolveriam a desvalorização e a deformação de valores, mas também, deve se pautar em aspectos positivos, que interferem sobremaneira na vida cultural, mediante a atuação mais prolongada nos âmbitos do trabalho e do lazer.

Atrelado a este fato, está o grande avanço tecnológico, não somente na área da medicina, nos mais diversos setores da sociedade, como em programas de saúde e qualidade de vida, oferecidos a esta população em todo o país, que tem permitido maior nível de sobrevivência e a necessidade de revisão de valores e crenças a respeito do envelhecimento. Com estas iniciativas no âmbito social, presume-se que a concepção da vida idosa caminhe para uma direção sempre mais positiva, ativa e participativa (NUNES, 2006).

Entretanto, será que isto efetivamente tem acontecido? Como os meios de comunicação lançam mão da imagem do idoso na sociedade atual? Ao se utilizar a análise de vídeos, como se percebe a imagem do idoso nos *sítes* interativos, como o YouTube®? Estas produções tecnológicas perpetuam os resquícios de enfoques negativos e preconceituosos sobre a imagem do idoso, ou já são representativas desta mudança axiológica provocada na cultura atual?

Essas inquietações foram as geradoras deste estudo, no sentido de se analisar a forma como a imagem do idoso vem sendo retratada no contexto das tecnologias virtuais, focalizando-se o *site* YouTube® e os diferentes vídeos ali apresentados, como campo para a pesquisa exploratória.

Apesar do enfoque crescente das diferentes mídias sobre a situação do idoso na sociedade, ainda há dúvidas quanto à imagem que constantemente é expressa nas diferentes mídias, em relação ao idoso. Portanto, a hipótese deste estudo é a de que, apesar deste crescente esforço notado nos últimos anos, esta imagem ainda é apresentada predominantemente por aspectos negativos e estigmatizados, que não condizem com a realidade atual do idoso.

2 JUSTIFICATIVA

A imagem do indivíduo idoso tem sido foco de discussões em diferentes áreas de conhecimento e em distintas situações da vida cotidiana, envolvendo, não apenas a veiculação de sua imagem em mídias interativas, como é o caso do YouTube®. Um dos motivos deste interesse crescente pode estar associado ao fato de a população idosa ter aumentado notavelmente e numa direção sobressalente às demais populações, o que pode gerar um grande interesse do mercado e da mídia em geral, sobre o lucro na venda de produtos, ideias e programas destinados especificamente a esta população (BEZERRA, 2006; BRANDÃO, 2007), justificando o interesse deste estudo, quanto ao foco do idoso nas diferentes mídias.

Ainda, no que concerne às projeções sobre o número de idosos no mundo, a OMS (2002) prevê que, até 2050, haverá no mundo uma população de 2 bilhões de idosos, representando cerca de um terço da população de alguns países, como Japão, Alemanha e Itália, com maior representação nos países em desenvolvimento. Este fato instiga a compreender como intensificar alterações de valores, capazes de aprimorar a imagem da velhice nos âmbitos sociais, justificando também a intenção deste estudo, no sentido de contribuir para ampliar as reflexões que possam ter ressonâncias positivas nas políticas de normalização da disseminação de informações veiculadas nas mídias virtuais sobre a população idosa.

Além disso, existem alguns estudos (AMARAL, 2002; BATISTA; FREITAS, 2011; LIRA, 2007; PRADO; ARAGÃO, 2009; REZENDE, 2011), os quais já demonstram uma preocupação com a imagem que vem sendo construída sobre o idoso, seja na mídia, como na educação e nos outros setores sociais, mostrando a necessidade premente de revisão de conceitos e de co-participação da academia nesta perspectiva de alteração e revisão de valores. Entretanto, a maioria desses estudos concentra atenção na imagem dos idosos construída apenas em tipos (estruturas) específicos de vídeos, como é o caso do estudo de Batista e Freitas (2011), o qual, apesar de ter sido realizado com base em uma busca no YouTube®, foram selecionadas apenas propagandas brasileiras para a análise. Com isto, percebe-se, assim, uma lacuna de estudos que abordem um levantamento categorizado da construção da imagem do indivíduo idoso no ambiente virtual, em

sites interativos, como o YouTube®, onde estão disponíveis vídeos de diferentes tipologias, como os de reportagens, os vídeos caseiros, os filmes, os de programas de TV, dentre outros.

Outros estudos se propuseram a analisar vídeos do YouTube® focalizando a imagem do ser humano em diferentes áreas e aspectos como, o corpo eletrônico no contexto da cibercultura (AGUIAR; ROSÁRIO, 2008), o corpo e suas identidades e desejos (MILANEZ, 2009), o corpo sensual e mercantilizado da mulher (SILVA; LAMPOGLIA, 2012) e o samba e a imagem do corpo feminino construída por meio da estimulação dos sentidos (DIAS, 2013). Porém em nenhum deles pretendeu-se focalizar especificamente o indivíduo idoso, como neste estudo. A estratégia de utilização deste *site* poderá, portanto, subsidiar e ampliar a compreensão sobre a imagem do idoso em um espaço de grande visualização de vídeos e em nível mundial.

Além destes aspectos, ressalta-se que é cada vez mais frequente a utilização de recursos tecnológicos envolvendo o ambiente virtual, como fonte de pesquisas. Entretanto, para que isto se processe de modo adequado, atendendo às exigências e rigores do método científico, torna-se importante que esses recursos tecnológicos apresentem possibilidades de sistematização de informações, motivo pelo qual este estudo procurará sugerir uma organização dos vídeos em categorias, com o intuito de sistematizar e gerir as informações constantes no *site* YouTube®, almejando facilitar novas propostas metodológicas de caráter científico. Deste modo, a realização deste estudo também se justifica no sentido de reconhecer que parece ainda não haver a preocupação com uma categorização adequada quanto à tipologia do material, permitindo que tais vídeos sejam utilizados de modo sistemático, em análises de pesquisas, uma vez que, atualmente, são apresentados em tópicos temáticos, porém de multimodos, dificultando a apreensão dos conteúdos, o que poderá facilitar a gestão de informações sobre os vídeos existentes a respeito da temática envolvendo o indivíduo idoso.

Deste modo, torna-se evidente a necessidade desta e de outras discussões acerca da imagem do idoso difundida por esta tecnologia (YouTube®), no sentido de se oferecer mais subsídios para se avançar em novas reflexões e pesquisas, assim

como, nas tomadas de decisões no campo das Políticas Públicas que regem as ações das tecnologias virtuais.

3 REVISÃO DA LITERATURA

A origem da palavra tecnologia é proveniente da união de duas outras palavras gregas, *techné*, a qual significa saber fazer (arte, técnica, ofício), e *logia*, que vem do grego *Logos*, que denota razão. Representa, portanto, a capacidade de criar algo, utilizando-se de técnicas específicas que satisfaçam um determinado desejo e/ou objetivo (FERNANDES; ZITZKE, 2012). Deste modo, seja no ato de descascar um alimento, ao modo de processá-lo, ou ainda, da criação de um objeto de transporte sobre a água, as técnicas sempre estiveram presentes no contexto da vida humana. Como indicam Fernandes e Zitzke (2012), o fator preponderante desta presença maciça da tecnologia na vida humana se refere ao objetivo de suprir as necessidades humanas.

No século XVII, com a chamada Revolução Científica, foi possível denotar que o crescimento nos contextos científico e tecnológico, apesar de lentos, eram contínuos e apresentavam-se de modo exponencial. Entretanto, o conhecimento científico não evoluiu mais, porque era pouco difundido e, além disso, havia a divisão de classes sociais, enfatizando o trabalho em parcela intelectual e física, sendo os trabalhos realizados limitadamente em manufaturas com ferramentas simplificadas, que serviam apenas de auxílio (LONGO, 2004).

Durante o processo de desenvolvimento da tecnologia, no transcorrer da história, o ser humano passou a produzir determinadas técnicas de modo um pouco mais organizado, caracterizado pelo estabelecimento das oficinas. O lucro e o rendimento passam a incorporar os vestígios do capitalismo. Neste sentido de evolução, surgem as máquinas, criadas pelo próprio ser humano, o qual deixa de ser um artesão com trabalhos individualizados, passando a ser um operário, características estas que marcam, então, a chamada Revolução Industrial, ocorrida durante os séculos XVIII e XIX (FERNANDES; ZITZKE, 2012). O capitalismo industrial, a sociedade agrária e, até mesmo, a sociedade doméstica, não deixaram de caracterizar o processo tecnológico, pois, apesar das rupturas e continuidades, este processo sempre foi cumulativo (SILVA, 2001).

No início da Revolução Industrial, que é marcada pela invenção da máquina a vapor, as ações de conceber, progredir e inovar se tornaram essenciais. As

organizações produtivas e as indústrias eram constituídas de tecnologias sempre novas e aperfeiçoadas e permeadas pelas descobertas científicas, as quais inspiravam ainda mais o aperfeiçoamento do processo industrial (LONGO, 2004). Apesar dos inúmeros problemas recorrentes neste período, inclusive alguns decorrentes da própria evolução tecnológica, como por exemplo, o aumento excessivo da carga de trabalho, ou a perda da contextualização daquilo que se produzia, certamente, os benefícios que estes avanços proporcionaram ao cotidiano das pessoas permitiram grande satisfação e comodidade.

Diante da nítida alteração das funções realizadas no trabalho, devido à presença das máquinas e das novas técnicas, era necessária a criação de cursos de formação para estes trabalhadores. Este momento histórico alcançou também o campo educacional, com a criação das chamadas escolas técnicas, caracterizadas, principalmente, por serem executados via correio e, tempos depois, com o advento da *Internet*, evoluíram para uma educação de autoinstrução, por meio dos cursos de Educação à distância-EAD (FERNANDES; ZITZKE, 2012).

Na Segunda Guerra Mundial, durante o século XX, houve um grande recrutamento de todo tipo de desenvolvimento científico e tecnológico, que compreendia, desde os artefatos bélicos, até a esquematização nos projetos de ação militar (LONGO, 2004). Observou-se, então, que o conhecimento científico-tecnológico se propagou para além da área da física, muito discutida e estudada no período do Humanismo e Renascimento, abrangendo diferentes campos do saber. O desenvolvimento de materiais sintéticos em substituição à escassez de matérias-primas se tornou um notável exemplo dessa evolução do conhecimento científico, assim como, a produção de novas drogas, como a penicilina, no campo da medicina e, ainda, o desenvolvimento de novas técnicas relacionadas à defesa, como a criação do radar (ALBAGLI, 1996). Ademais, a intervenção direta do Estado foi um grande contribuinte para este desenvolvimento tecnológico extraordinário, que resultou na invenção dos computadores, meios de comunicação, utilização de energia nuclear, criação dos aviões, entre tantos outros recursos importantes (LONGO, 2004).

Nos anos seguintes à Guerra Fria, especificamente em 1969, surgem os primeiros indícios que originariam a rede *Internet*. Neste período, uma rede de

computadores chamada Arpanet foi criada pela *Advanced Research Projects Agency* (CASTELLS, 2003), uma agência financiada pelo governo americano, para atender à necessidade de produção tecnológica militar contra a União Soviética, bloco de países assim chamados na época. A Arpanet era constituída por um sistema de transmissão de dados em rede de computadores, onde as informações eram segmentadas. Este sistema também permitia que vários centros de computadores e grupos de pesquisa que trabalhavam para a agência, fizessem compartilhamento *online* de tempo de comunicação (CASTELLS, 2003).

Na década de 90, a Arpanet sai de operação. A era digital e de informação começou a ganhar força no campo tecnológico e a maioria dos computadores nos Estados Unidos já tinha capacidade de entrar em rede e a difusão desta interconexão passou, então, a ser mais democratizada. (CASTELLS, 2003). Essa nova rede chamada *Internet*, ainda pouco conhecida na época, foi difundida em âmbito mundial, sendo capaz de interconectar computadores em nível global e propiciar a troca de mensagens e arquivos de um modo bastante eficiente (SAAD, 2003). O acesso à *Internet* e a gradativa diminuição dos custos de computadores permitiu, então, amenizar alguns problemas relacionados às dificuldades de aquisição de equipamentos técnicos caros, volumosos e inviáveis, o que contribuiu para a ampliação e transmissão das informações à distância (VAZ, 2004). Além disso, neste período, os provedores de serviço da *Internet* montaram suas próprias redes e se tornaram independentes, com suas próprias portas comerciais, demonstrando um rápido crescimento tecnológico e de difusão de informações (CASTELLS, 2003).

Porém, ao mesmo tempo em que a *Internet* representou um grande avanço ao processo de transmissão de informações, passou, também, a ser alvo de discussões, pois vêm à tona as reflexões referentes ao modo incontrolável com que estas informações são expressas, podendo, inclusive, representar malefícios ao indivíduo que a utilize indiscriminadamente. Vaz (2004), ao contextualizar a imersão da *Internet* no cotidiano humano, salientou que este veículo promove uma grande aproximação entre a simultaneidade de informações, o eu, o outro, todos os outros e tudo o que está à volta, implicando, porém, na diminuição da função multireflexiva

dos indivíduos, que apenas recebem e acessam essas informações e onde a memória e a atenção compreendem planos não muito necessários.

Hoje, diante de tal evolução, as tecnologias de informação, caracterizadas pela veiculação, transmissão, produção e utilização de informação por meio de sistemas de computadores, se configuram como um evento de grande desenvolvimento no mundo inteiro. Pode-se dizer que, em um curto espaço de tempo, um novo momento tecnológico no campo da informática se inicia. Isso é perceptível pela frequente utilização de computadores, celulares, *tablets*, das redes sociais e da própria rede *Internet*, que representam instrumentos de ligação para as relações sociais e de comunicação. Sendo assim, a interação social, presente anteriormente nos relacionamentos face-a-face e por outros meios tradicionalmente utilizados no decorrer da história, como a carta, o fax, o telefone, o telegrama, foram, aos poucos, sendo substituída ou complementada pela aproximação acessada por estes aparatos tecnológicos cada vez mais diversificados e sofisticados. Segundo Betti (1998) e Costa (2006), a velocidade obtida na veiculação de informações por meio dos meios de comunicação de massa, que incluem a TV, o rádio, os jornais, revistas e também as novas tecnologias de informação, as quais se incluiu a *internet*, permite que informações cheguem instantaneamente a um grande número de pessoas.

Considerando este atual contexto de difusão de informações, as mídias, por sua vez, recheadas por tais tecnologias de informação, podem representar, na contemporaneidade, um dos veículos de comunicação e de veiculação de informações, utilizadas em diferentes contextos, como no trabalho, ou ainda, no lazer. Para Lemos (2012), a mídia pode ser concebida como um instrumento de simulação, aplicado a uma forma técnica, capaz de alterar o tempo e o espaço.

Para Charaudeau (2011), as mídias, independentemente do tipo, têm o papel de gerenciar a informação, assim como as tecnologias de informação, isso porque o tempo em que ocorre determinado acontecimento é diferente do tempo em que ele é processado (produzido em forma de apresentação) e recebido. O mesmo autor discute as funções que as mídias comunicativas executam ao revelar uma informação.

Como formas de mídia, segundo Charaudeau (2011), estão compreendidos o rádio, a televisão e a mídia impressa. No rádio, a informação é transmitida durante o tempo presente e permite diferentes maneiras de recepção destas informações, pois depende do modo como o locutor as enfatiza. A mídia televisiva conta com o auxílio essencial da imagem na compreensão da informação, sendo que as informações são compreendidas de formas diversificadas por cada indivíduo e, ainda, não necessariamente o tempo e a transmissão do fato ocorrem no mesmo momento. Já na imprensa escrita, a leitura da informação é feita somente posteriormente à confecção do veículo de informação.

As mídias, por sua vez, quando configuradas de modo interativo e com atuação sob os espectadores, representam a cibercultura, que se refere à religação social por meio das tecnologias (LEMOS, 2012). Este termo indica uma modificação da relação com o saber, segundo Lévy (1999), que afirma que no contexto da cibercultura, a humanidade é instaurada com uma presença virtual, o que o autor define como universal (indicando a presença virtual da humanidade em si mesma) e que caminha contrariamente à totalidade. Deste modo, a cibercultura gera uma nova forma universal: “[...] o universal sem totalidade, acompanhado de todas as ressonâncias possíveis de serem encontradas com a filosofia das luzes, uma vez que possui uma relação profunda com a ideia da humanidade.” (LÉVY, 1999, p. 119).

Para além da cibercultura, Lèvy ressalta também sobre os ciberespaços, ambientes onde existe uma comunicação criada pela intercomunicação mundial e também de computadores e de suas memórias e as tecnologias são ampliadas e capazes de alterar diversas funções cognitivas do ser humano. O mesmo autor indica que o ciberespaço é composto por instrumentos que provavelmente continuarão progredindo rumo à integração, com o surgimento de sistemas cada vez mais independentes e universais devido a sua constituição, assim como em outros sistemas, feita por meio de infraestrutura de comunicação, coordenação etc.

Deste modo, o ciberespaço pode ser caracterizado pela sua comunicação interativa, recíproca, comunitária e, até mesmo, intercomunitária, permitindo, então, que este seja um espaço de representação do mundo virtual vivo, heterogêneo e sem totalidade, onde é essencial a contribuição e participação do ser humano. O

autor afirma ainda que grande parte da manifestação e estruturação do ciberespaço é fruto de uma manifestação social, realizada em grande parte por jovens, por suas interconexões e aspirações inteligentes (LÉVY, 1999).

Na diversidade da cibercultura, os conteúdos encontrados na *Internet* representam uma fonte promissora de informações, que se multiplicam exponencialmente no ciberespaço (LÉVY, 1999). Entre os produtos que entram em cena no campo da *Internet* e que se configuram como elementos de grande impacto na difusão de informações, está o *site* YouTube®. Este representa um *site* de grande popularidade mundial e, como afirma Paiva (2008), esse *site*, constituído em uma hipermídia, engloba as mídias já existentes (como a televisa, jornalística, dentre outros) em um mesmo aparato tecnológico, gerando a inovação no contexto da cibercultura, visto que é este um espaço onde são postados diferentes tipos de vídeos (filmes, documentários, vídeos caseiros, videocliques, dentre outros).

O YouTube® foi criado em 2005, por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, empregados e pioneiros da PayPal, outro *site* que engloba gerenciamento de transferência de fundos (PELLEGRINI et al., 2010). O YouTube® tem uma interface de fácil uso e é acessível as pessoas de diferentes idades. Neste *site*, qualquer pessoa pode postar um vídeo e outros milhões o assistirão livremente. Devido a sua capacidade de compartilhamento, passou a constituir uma das fontes de informação mais importantes da cultura da *Internet* (PELLEGRINI et al., 2010).

Para se utilizar esse *site* é muito simples, bastando ao interessado, apenas, fazer um cadastro, preenchendo alguns dados requisitados no sistema, que incluem o cumprimento das leis de direitos autorais e a confirmação de não publicação de conteúdos violentos, pornográficos e abusivos. Assim, caso alguma destas leis seja descumprida, o YouTube® pode remover este determinado conteúdo (SERRANO; PAIVA, 2008). Todavia, é possível utilizar o *site* para visualizações de vídeos, sem que haja um cadastro prévio do utilizador.

Na visão de Paiva (2008), o YouTube®, se refere a um grande veículo programado para a aceleração da rentabilidade no campo do lazer e entretenimento e, devido a sua constituição em sons e imagens, pode atuar diretamente sob a percepção de seus receptores, bem como, na inteligência cognitiva e na memória

afetiva dos mesmos. Isto permite, então, que haja sempre uma contínua construção de conhecimentos, mesmo quando a pessoa o utiliza para brincar e se divertir.

Logo após o surgimento deste *site* e as inúmeras críticas e discussões sobre os motivos dele ter adquirido tanta popularidade, foi criado, neste ambiente, uma ferramenta explicativa no ciberespaço. Nesta descrição foi indicado que, no *site*, poderiam ser postados vídeos de animais e pessoais, feitos, inclusive, com câmera pessoal, sendo indicado que os vídeos seriam seguros e privados (BURGESS; GREEN, 2009). Apesar desta tentativa talvez insuficiente de categorização (vídeos de animais e pessoais) e das possibilidades que o espaço poderia oferecer, no decorrer dos anos, sua grande projeção fez com que temáticas totalmente diversificadas compusessem o sistema, de modo que, hoje, parece não haver uma categorização consistente sobre o tipo (estrutura) de material que pode ser postado no *site*. Quanto a esse aspecto, Serrano e Paiva (2008), transcrevem uma classificação dos recursos disponíveis em seu funcionamento, os quais compreendem:

- 1) **Recursos funcionais**, cujo objetivo é facilitar o funcionamento do *site* e envolvem postagem de vídeos, exportação para outros locais, seleção de privacidade da postagem, notificações de novas postagens de outros usuários, a opção de serem gravados vídeos com a *webcam* no próprio sistema, o *TestTube*, espaço de sugestões e discussão sobre o *site*, algumas categorias temáticas para a postagens dos vídeos, que, atualmente, incluem: Animais, Automóveis, Ciência e tecnologia, Comédia, Educação, Entretenimento, Esportes, Filmes e desenhos, Guias e Estilo, Jogos, Música, Notícias e política, Pessoas e blogs, Sem fins lucrativos/ativismo, Viagens e eventos, busca de vídeos por palavras-chave, quantidade e número de visualizações dos vídeos, vídeos relacionados, modo de exibição em tela cheia e vídeos em destaque.
- 2) Os **recursos interacionais**, envolvendo a comunicação entre os usuários, englobam os sistemas de resposta e a interface do sistema, incluindo funções como a criação de lista de reprodução pessoal, sinalização de vídeos considerados impróprios, compartilhamento de vídeos com amigos, avaliação dos vídeos, criação de vídeos de resposta, criação de

comentários aos vídeos, resposta aos comentários, adição de amigos e troca de mensagens entre eles, criação de comunidades de interesse por tema comum, concursos e compartilhamento ativo, onde é possível saber quem mais assiste ao vídeo ao mesmo tempo.

Porém, Burgess e Green (2009), afirmam que o YouTube® é apresentado como um elemento de muita instabilidade, devido, não apenas às suas mudanças constantes no que se diz respeito aos vídeos postados, mas também, no modo como ele é organizado, tendo em vista a diversidade de conteúdo ali presente e, até mesmo, por muitas vezes, alguns desses vídeos desaparecerem, ou não estarem mais disponíveis.

Mesmo no que tange à seleção de vídeos, a própria categorização do *site* dificulta encontrar vídeos cujos temas realmente sejam aqueles pretendidos, isso porque, atualmente, as categorias representadas por: animais, automóveis, ciência e tecnologia, comédia, educação, entretenimento, esportes, filmes e desenhos, guias e estilo, jogos, música, notícias e política, pessoas e blog, sem fins lucrativos/ativismo, viagens e eventos, segundo Serrano e Paiva (2008), não permitem um agrupamento de vídeos de acordo com sua tipologia, conteúdo informativo e a estética da produção. Isso quer dizer que, apesar de serem disponibilizadas algumas categorias temáticas de vídeos no *site*, as mesmas, em muitas situações, são concomitantes, ou seja, o tema animais pode estar abordado em determinado filme, por exemplo, o que pode até mesmo gerar confusão do usuário do *site* ao carregar determinado vídeo, o que dificulta uma exploração mais eficiente do *site* e não colabora com pesquisas científicas, como é o caso deste estudo.

Todavia, o YouTube® ao longo de sua existência, não deixou de conquistar popularidade. Um dos motivos deste espaço de informação ter se tornado tão popular é expresso pela combinação da popularidade em grande escala de determinados vídeos criados pelos próprios usuários, com os interesses da mídia, acabando por agradar ao público (BURGESS; GREEN, 2009). Outra justificativa é apresentada por Cheng, Dale e Liu (2007), os quais apontam como motivo da grande conquista do *site*, que este está ancorado na combinação do conteúdo dos

vídeos com a criação de uma rede social, o que permite a concepção de um conjunto de vídeos na *Internet*, por meio dos quais as pessoas podem se transformar, criar representações, ou se tornar “estrelas”. Todas estas situações movem o imaginário popular e possuem o poder de transformar a realidade da cultura.

Apesar de tal popularidade, este difusor de informações, comumente tem sido associado à construção de imagem do ser humano e à sua apropriação, inclusive algumas pesquisas demonstram como os diferentes veículos midiáticos têm influenciado neste processo. Russo (2005), por meio de um estudo que objetivou identificar o modo como estudantes de Educação Física percebiam a sua imagem corporal, faz a relação desta construção com a influência que as diferentes mídias exercem sobre as pessoas neste processo.

Neste sentido, a autora afirma que a indústria corporal, criada por meio das mídias comunicativas, reforçam imagens de corpo padronizados criam desejos de corpos perfeitos, de tal modo que os indivíduos que não se enquadram em tal padrão, se sentem insatisfeitos e se lancem na busca da aparência ideal. Russo (2005) afirma ainda que a imagem do corpo jovem, perfeito e em boa forma veiculada pela mídia é utilizada principalmente para a venda de anúncios publicitários e produtos de determinadas empresas, e que este bombardeamento de informações acerca do corpo, pode transformar as pessoas em pequenos escravos, obrigados a percorrer caminhos dolorosos até o ápice da construção do corpo perfeito, quando ele ocorre.

No mesmo sentido, Grab, Ward e Hyde (2008) realizaram um estudo de levantamento bibliográfico, por meio da busca de artigos que tratassem sobre o tema mídia e a construção e preocupações da imagem corporal. As autoras categorizaram os trabalhos encontrados em: insatisfação corporal, autoconceito corporal, desejo de emagrecer e comportamentos alimentares. A partir disso, o estudo demonstra que a ideia do corpo magro retratado nas mídias de comunicação, pode estar associada aos distúrbios, em mulheres, de imagens possivelmente decorrentes do desejo de emagrecer e de condutas alimentares inadequadas.

Além destes estudos que focalizam a mídia de modo generalizado ou algumas específicas, outros também objetivaram compreender o corpo e como se

dá o processo de construção da imagem do ser humano singularmente no YouTube®, *site* onde podem ser postados tanto vídeos caseiros como também serem reproduzidos diferentes vídeos de mídias, como as reportagens e entrevistas de programas.

No estudo de Milanez (2009), realizado por meio da análise de 3 vídeos do YouTube®, de diferentes tipologias, pretendeu-se compreender o corpo e suas identidades. Neste intuito, o autor retrata o sujeito e as relações com seu corpo, por meio de três facetas que incluem a utilização do corpo no domínio dos desejos, quanto aos aspectos relacionados com o controle do corpo, ainda como espaço de liberdade e resistência e também na construção de identidades construídas no contexto das mídias e das relações de poder.

Em outro estudo, de Aguiar e Rosário (2008), os autores propõem a discussão do tipo de imagem midiática veiculada no YouTube®, referente ao corpo. Neste sentido os autores esboçam a discussão sobre o fato da construção desta imagem ser influenciada por elementos tecnológicos (corpo eletrônico), desconstruindo o mesmo e evidenciando o poder do discurso audiovisual YouTube® neste processo.

Quanto à visualização da imagem do corpo físico associado ao sobrepeso e à obesidade, o estudo de Hussin, Frazier e Thompson (2011) teve como objetivo investigar o que é transmitido nos vídeos mais visualizados encontrados no YouTube®, quando se trata do corpo obeso. Os autores utilizaram o termo “fat” para a busca e evidenciaram que, a imagem do corpo gordo é apresentada de forma preconceituosa nestes vídeos, abrangendo a maioria de protagonistas do sexo masculino, quando comparado com a incidência deste fato para o sexo feminino. Esses autores evidenciam, ainda, que, na maioria das situações, são os próprios homens atuantes nestes vídeos como antagonistas que cometem tal ação.

Considerando que o YouTube® representa um *site* onde é permitida a postagem de qualquer espécie de vídeo, desde que se tenha uma conta de acesso cadastrada, pode-se deflagrar qualquer discussão referente à imagem e ao corpo do ser humano. Este fato também pode ocorrer quando se trata da pessoa idosa, a qual, por sua vez, tem sido muito discutida na sociedade contemporânea, nesse e em outros meios de comunicação, sob diversos prismas.

Esta atual preocupação com a pessoa idosa é decorrente da compreensão acerca da inversão da pirâmide etária, que mostrou que a população idosa tem crescido nos últimos anos e tende a crescer cada vez mais, superando o número de pessoas mais jovens. Neste sentido, há uma atenção voltada ao indivíduo idoso, o qual deve ser encarado não mais apenas como um ser biológico e que já não contribui mais com a sociedade em que vive, mas, inclusive, como um ser social, psicológico, cultural e histórico, ou seja, adquirindo diversas experiências e histórias ao longo da vida (BRANDÃO; MERCADANTE, 2009). Obviamente, existe uma concepção geral de que, a fase idosa da vida, ou a velhice, está associada aos aspectos negativos de uma perspectiva biológica. Esta discussão foi muito bem apresentada por Beauvoir, já na década de 70, quando discute sobre as relações da velhice na sociedade da época e sua associação a um panorama pejorativo, onde era evidente a veiculação do velho com a condição da doença. A autora descreve sobre a senilidade, a partir das evidências do número de doenças acometidas na fase idosa da vida e no reconhecimento de que esta fase predispõe a algumas perturbações patológicas, degenerativas e intelectuais.

Todavia, Beauvoir, faz uma crítica evidenciando a necessidade de aceitação deste indivíduo na sociedade na qual ele vive para além destes prejuízos, ou seja, afirma sobre a existência da potencialidade da sociedade na construção e na modelação do ser idoso, bem como, de sua aceitação como tal. Na época, a autora já afirmava as dificuldades e o distanciamento existentes no que tange à compreensão de uma comunidade acerca do entendimento da velhice (BEAUVOIR, 1999). Apesar de alguns anos terem se passado e esta situação ter evoluído e caminhado para um sentido menos preconceituoso e mais inclusivo, parece ainda não ter conquistado grandes progressos, haja vista que, ainda hoje, ela parece equivocada.

Em um estudo realizado por Costa e Campos (2009), com pessoas idosas de três diferentes instituições, os pesquisadores buscam compreender a representação social do idoso na própria concepção destes. Para tanto, os autores entrevistam estes idosos e concluem que esta representação ainda transpassa uma visão negativa associada à debilidades físicas, perdas e proximidade com a morte, muito

embora tenham percebido a compreensão destes indivíduos das mudanças ocorridas na sociedade e que favorecem a vida do idoso.

Não obstante, esta situação parece não atingir apenas percepções individuais ou regionais, mas incluem as mídias que, por sua vez, têm um forte poder de manipulação e veiculação de imagens pretenciosas. Não raro, algumas propagandas disponíveis na mídia televisiva, por exemplo, retratam a imagem de um indivíduo em envelhecimento, que necessita de cuidados e que já não consegue mais realizar suas atividades sem a presença de um terceiro (LIRA, 2007). Esta não é somente uma situação forjada por pessoas de outras faixas etárias diferentes do idoso, ou retratada somente pela mídia. Essa imagem pode ser construída, inclusive, pelo próprio idoso, quando se considera indesejado e se isola do meio social, do trabalho e do ambiente familiar, optando, voluntariamente, por alternativas de vida como a permanência em instituições asilares, casas de repouso e outros ambientes de confinamento (NUNES, 2006).

Lira (2007) realizou um levantamento da percepção de representação do idoso construída nas propagandas da época de seu estudo. Sua pesquisa foi desenvolvida com idosos pertencentes a grupos de Terceira Idade, por meio da qual se percebeu que a maioria dos entrevistados relatou não se sentir satisfeita com o modo desrespeitoso como vêm sendo retratados nas propagandas. Neste sentido, a maioria dos idosos reconhece nas propagandas televisivas as características desfavoráveis da velhice, onde é preconizado o caráter negativo e desvalorizados os aspectos positivos do envelhecimento, como a sabedoria e a experiência adquirida, o que gera sempre a continuidade da construção de estereótipos apenas negativos para esta etapa da vida.

A mídia é um instrumento tecnológico que pode atuar como orientador de construção desta imagem do indivíduo em envelhecimento. Na televisão, esta imagem é constantemente representada em diversos contextos socioculturais, por personagens mais velhos, como avós, compreendendo, principalmente, as novelas e programas de humor, os quais têm aumentado de número (DEBERT, 2003).

Um dos motivos de a mídia apresentar grande interesse pela população em questão é devido ao fato de que esta população ocupa hoje uma posição de grande influência cultural, pois o idoso viveu todas as transformações ocorridas neste

aparato tecnológico de comunicação, que é a mídia. Além disto, pode ser que haja um interesse, por parte dela, ainda que sutil, de reconstruir os padrões do envelhecer (BEZERRA, 2006). Outra circunstância que contribui para este interesse é o reconhecimento do indivíduo idoso como potencial consumidor de mercado, sendo, então, considerado pelo mercado como indivíduo que deve ser necessariamente incluído, devido às oportunidades que oferece de gerar lucro (BRANDÃO, 2007).

No estudo de Debert (2003), foi realizado um levantamento de propagandas televisivas dos anos 90, e encontrado um número reduzido de vídeos em que a imagem do idoso era parte integrante. A maioria destas imagens representava sentido negativo, recheado de estereótipos relacionados à dependência física e afetiva, à insegurança e ao isolamento.

Outro estudo de Prado e Aragão (2009) analisou os textos enunciativos de publicidades televisivas de uma companhia alimentícia e concluiu que, dentre as quatro propagandas analisadas, em três delas a imagem do idoso apareceu como protagonista, porém, nestas, eram valorizados conceitos de juventude, tomando o idoso de forma pejorativa. Entretanto, em todos os comerciais analisados, alguns valores sempre estavam intrínsecos à imagem do indivíduo velho, como o patriarcalismo, a tradição e a harmonia familiar. Nota-se, portanto, uma sagaz utilização da imagem do idoso como uma pessoa feliz, forte, categorizado deste modo, do lado oposto da discussão em questão, ou seja, é preconizada a imagem de um indivíduo que não encontra nenhuma dificuldade e barreiras em sua vida, o que em determinadas situações não condizem com a realidade do mesmo.

Apesar de ser perceptível a evolução do processo de desestruturação da imagem negativa que foi construída ao longo dos anos, a representação do indivíduo idoso na mídia e na *Internet* ainda é estigmatizada pela cultura do improdutivo que, discretamente, vai abdicando de seus interesses, suas preferências e sentimentos (NUNES, 2006). Esta situação é nitidamente perceptível em propagandas, *clipes* e documentários, nos quais, apesar de o idoso ser apresentado como um indivíduo que pode realizar diversas atividades voluntariamente, ainda assim, em muitas das vezes, surge a cena da necessidade de ajuda de outra pessoa, ou de algum medicamento. Ademais, as imagens com tema de comédia, para ser engraçadas e

atrativas ao público, muitas vezes, acabam colocando a figura do idoso em situação desagradável.

Segundo Bezerra (2006) a construção desta imagem já vem apresentando grande progresso. Até os anos 90, a representação deste indivíduo em envelhecimento era muito negativa, sendo exploradas nas imagens apenas as características pejorativas do idoso. Somente após esta data é que esta faceta começa a se transformar, seguindo um percurso um pouco mais profícuo, com o idoso sendo representado pela sagacidade, lucidez e prestígio.

Porém, a nova imagem demonstrada nos meios de comunicação pode comprometer a socialização do idoso, pois, apesar de muitas vezes, demonstrar a ideia de um idoso “jovem”, que adota comportamentos saudáveis, que pratica atividades físicas diariamente e tem cuidados com sua saúde, este mesmo ser, pode se encontrar com limitações inevitáveis em seu caminho e ser banido de um grupo, ou ele próprio se excluir, por não seguir os ditames desses modismos. Um exemplo desta omissão da realidade de vida do idoso seriam os nomes tradicionalmente designados a grupos de idosos como “melhor idade”, “idade da vida”, “terceira idade”, entre diversos outros, cujo intuito é vislumbrar a positividade desta fase do desenvolvimento humano.

Estas situações podem ocorrer nos meios de comunicação de massa, como as mídias televisivas e impressas, na *Internet* e em diferentes fontes de discurso, como é o caso do *site* YouTube®. Em um estudo de Batista e Freitas (2011), um dos poucos estudos focalizando o indivíduo idoso neste *site*, foi realizada uma análise das representações que a mídia faz sobre o idoso, levando-se em consideração apenas duas propagandas encontradas no *site* YouTube®. As autoras concluem que as publicidades analisadas mascaram a realidade social do idoso, tornando-o apenas objeto da mídia, ou seja, ele é apenas um recurso visual para o mercado de consumo, onde aparece, na maioria das vezes, em forma de caricatura ou como coadjuvante. Sendo assim, apesar das inovações tecnológicas, do crescente aumento da população idosa e de inúmeros programas destinados exclusivamente a esta população na era contemporânea, a imagem do idoso ainda aparece de modo desvalorizado, merecendo mais atenção.

Nesses estudos realizados com este tipo de tecnologia, compreendendo vídeos, propagandas e publicidades sobre o idoso, os dados são, geralmente, analisados por meio da utilização das técnicas de análise de discurso e de conteúdo (AMARAL, 2002; BATISTA; FREITAS, 2011; LIRA, 2007; REZENDE, 2011). Entretanto, parece não haver, ainda, uma técnica precisa de análise de vídeos, em que pesquisadores abordem as categorias de inserção dos vídeos postados em *sites*, para fazerem suas pesquisas. Esta inquietação corrobora a de Souza (2001), na qual o autor salienta a necessidade de se entender os elementos visuais como parte integrante do discurso e, ainda, com Loizos (2012), que também enfatiza a importância dos elementos visuais na pesquisa social, visto que, o contexto social, político e econômico em que se vive é cercado por meios de comunicação que, constantemente, se utilizam de tais recursos para desempenharem suas funções e atingirem respectivos públicos.

Segundo Balogh (2002), os vídeos podem trazer representações compreendidas como *performances*, criadas especialmente para situação de filmagem do vídeo, portanto, captadas em tempo real. Desta forma, existe o estabelecimento de um diálogo entre a pessoa que produz o vídeo e objeto foco de interesse, o qual está representado. Neste processo, existe a construção de significados, por meio de uma interpretação simultânea.

Para Souza (2001), a análise da imagem, quando associada aos veículos de comunicação, como as propagandas, a mídia impressa, o cinema, o vídeo e a televisão, apresenta-se composta por diferentes elementos, como a linguagem, a ilustração ou o cenário, entre outros, utilizados para reforçar a interpretação. Assim, a análise da imagem deve ir além do contexto não-verbal, considerando todos os elementos que podem promover significados para a pesquisa. Apesar de uma imagem não enfatizar, necessariamente, a forma escrita, também informa e comunica, na sua especificidade e como um discurso.

O mesmo autor afirma ainda que, seja na interpretação de determinada imagem ou na interpretação verbal, é necessário que seja estabelecida uma relação com a cultura, o momento histórico, o contexto social e as individualidades. Sendo assim, é necessário compreender o contexto em que a situação é filmada, identificar

quem é a pessoa que filma, os personagens participantes, para que então, seja possível identificar os elementos mais evidentes dos vídeos.

A complexidade durante a análise de imagens quando em movimento, como por exemplo os vídeos, considerados representações audiovisuais, semelhantes ao filmes, porém com menor duração, pode ser ainda maior. Rose (2012, p. 343) afirma que, quando se trata da análise de imagens em movimento, como os meios audiovisuais, deve ser levado em consideração o fato de que são “[...] um amálgama complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas sequências de cenas e muito mais.”. Para tanto, a autora afirma ainda que, considerando esta diversidade de fatores, ao se realizar uma análise da estrutura e do conteúdo de um material audiovisual, é essencial que esta complexidade seja considerada.

No que tange à utilização de dados audiovisuais, Meira (1994) afirma que a análise de vídeos, por sua complexidade, deve ser criteriosamente utilizada como suporte à pesquisa, por apresentar vantagens na identificação de elementos significativos, permitindo ir além de conclusões deduzidas. Sendo assim, Penafria (2009) propõe um modelo de análise desses recursos, partindo do princípio básico deste processo, que é o detalhamento. A autora descreve algumas técnicas já conhecidas e adotadas, as quais podem auxiliar em análises audiovisuais, como: a análise de texto, de conteúdo, poética, análise de imagem e som.

Para esta análise, Penafria sugere que o princípio básico é a escolha por um caminho entre a análise interna (detalhes incluídos no vídeo), ou a externa (detalhes de contextualização da filmagem). Ao se optar por um desses caminhos, deve-se levar em consideração elementos como: informações gerais do filme (como um fichamento), a análise da narrativa (decomposição do filme em partes, por cenas), ponto de vista (análise do filme nos aspectos visuais e sonoros, de acordo com as características de cada vídeo), decomposição da cena principal do filme, conclusões (detalhamento da qualificação do filme analisado). Apesar de a autora propor tal detalhamento sobre a técnica de análise de vídeo, ela afirma que este é apenas um esboço incompleto das características essenciais a serem avaliadas em um filme, ficando a critério do pesquisador evidenciar os pontos que forem mais relevantes para seu estudo.

Corroborando esta ideia de Penafria, Rose (2012) afirma que, durante a análise de imagens em movimento, como ocorre nos filmes e vídeos, nunca haverá uma forma perfeita, verdadeira ou única a ser empregada. Sendo assim, o mais importante é buscar caminhos que tragam maior clareza a respeito do método e sequência realizada durante a análise, evidenciando todos os recursos que foram utilizados, ou seja, deixar nítido o modo como os dados foram selecionados, transcritos e analisados, de modo que, esteja explícito aquilo que foi empregado para a compreensão do material analisado.

No mesmo sentido, Leeuwen e Jewitt (2001) ressaltaram a necessidade de fragmentação dos elementos constituintes do vídeo, para que se possa compreender melhor seus significados. Assim, esses autores salientam a importância da análise de conteúdo na compreensão dos elementos verbais/visuais, sendo avaliados com base em um modelo que compreende a análise da imagem enquadrada, os tópicos identificados, dentre outros, classificando-os como “textos”. Os autores propõem que estes elementos identificados nos vídeos, devem ser assim chamados, por se constituírem de significados com coesão entre si, assim como acontece nas propagandas, nas imagens da TV e em outros tipos de imagens, denominadas como “textos visuais” (LEEUEWEN; JEWITT, 2001, p. 15) e categorizadas por similaridade.

Neste sentido, os autores alegam que para ser realizada a análise de conteúdo destas imagens (análise visual), é necessário determinar o grau de importância das variáveis apresentadas, por meio de detalhamento e quantificações. Com base nesses autores, as variáveis a serem analisadas nos vídeos da presente pesquisa, devem ser estabelecidas com base nas características necessárias para resolução do problema da pesquisa. Para este estudo, estas variáveis estão detalhadas no item Método, apresentado a seguir.

4 OBJETIVOS

Este estudo tem como objetivo geral analisar os diferentes tipos de vídeos postados no *site* do YouTube®, referentes ao indivíduo idoso.

4.1 Objetivos específicos

- Categorizar, de acordo com suas estruturas, os vídeos brasileiros postados no *site* YouTube®, referente ao indivíduo idoso.
- Analisar a imagem do idoso que vem sendo apresentada no *site* YouTube®, buscando perceber se esta abarca tendências positivas ou negativas.

5 MÉTODO

5.1 Natureza do Estudo

O estudo tem natureza qualitativa, porque este método se adéqua para o entendimento da essência de um fenômeno social (RICHARDSON, 1999) e ainda permite o enfoque na descrição das qualidades ou características dos dados pesquisados, consentindo uma análise aprofundada do material (HOWIT; CRAMER, 2011). Assim como prevê a pesquisa qualitativa, recursos como porcentual e frequência foram utilizados apenas para representação e ilustração dos resultados da pesquisa (MORO, 2011).

5.2 Procedimentos

Para a pesquisa exploratória, desenvolvida por meio de análise documental de vídeos, foi realizada uma busca na *Internet*, utilizando-se o *site* YouTube®, o qual possui grande repercussão e pessoas do mundo inteiro podem visualizar, compartilhar, postar e carregar vídeos na forma digital. Estes vídeos incluíram reportagens, *videoclipes*, programas, vídeos caseiros, propagandas, dentre outros, e podem ser acessados em modo *online*. Deste modo, para a busca no *site* YouTube®, foram utilizados os termos “idoso” e “mídia”, visto que, após algumas tentativas informais de busca com outras palavras-chave, optou-se por estes termos que permitiram um resultado com maior e melhor representatividade no que tange aos temas abordados neste estudo.

A coleta dos vídeos foi realizada entre os dias 24, 25 e 26 de setembro de 2013 e 2, 3 e 4 de outubro de 2013. Após serem colocados os termos de busca, no primeiro dia da pesquisa, foi encontrado um total de 2.250 resultados (vídeos), relacionados ao tema ou não e com diferentes datas de postagens, não incluindo, portanto, apenas o período compreendido entre os anos de 2011 e 2012, que representa um dos critérios de inclusão desta pesquisa. Ademais, o *site* é organizado por páginas de vídeos, onde cada página é composta por 20 vídeos, não sendo possível saber quantas páginas estarão disponíveis com os termos de busca, pois, a cada página, o sistema do *site* acusa um número diferente de resultados.

A coleta dos vídeos foi realizada até a página 33 dos resultados disponibilizados no sistema do *site* YouTube®, isso porque quando esta página foi alcançada, ela continha apenas 3 vídeos e não os 20 vídeos disponibilizados como nas demais. Assim, não foi mais possível avançar páginas, ou seja, o sistema concluiu a busca. Deste modo, foi selecionado um total de 643 vídeos, sendo que, após serem aplicados os critérios de inclusão e exclusão, resultou em um total de 60 vídeos.

Após o levantamento e a seleção dos vídeos desses dois anos no *site*, os mesmos foram analisados e categorizados. O *site*, apesar de disponibilizar algumas categorias pré-estabelecidas (Animais, Automóveis, Ciência e tecnologia, Comédia, Educação, Entretenimento, Esportes, Esportes, Filmes e desenhos, Guias e Estilo, Jogos, Música, Notícias e política, Pessoas e blogs, Sem fins lucrativos/ativismo, Viagens e eventos), não as mantém, sendo que estas são alteradas constantemente, de acordo com a atualização do *site*, podendo ser selecionadas ou não pelo usuário que posta determinado vídeo. Além disso, as mesmas categorias não englobam a tipologia destes vídeos, ou seja, não permitem uma separação quanto à estrutura de composição, o que facilitaria o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas neste ambiente.

Assim, para estudo, foram estabelecidas categorias, com base nas características dos vídeos selecionados no *site* YouTube®, compreendendo: **1) Reportagens, 2) Vídeos de imagens e filmes, 3) Propagandas, 4) Entrevistas, 5) “Outros”**. Esta categorização está apresentada a seguir, sendo descritas as principais características de cada uma delas:

- **Categoria 1) Reportagens:** incluiu as reportagens, caracterizadas por vídeos que faziam referência à ação de se obter informações e que, por sua vez, eram transformadas e preparadas em forma de notícias, por repórteres ou apresentadores de programas, eventos ou em situações diversas. Dentro do contexto da TV, a reportagem jornalística se refere ao levantamento de assunto político ou social, na tentativa de explicá-lo. Deste modo, representa algum fato ocorrido em espaço público e pode estar associado a um enigma ou desordem social, o que faz com que esse tipo de veículo adote, ao mesmo tempo, uma postura instigante e distanciada (CHARAUDEAU, 2011).

- **Categoria 2) Vídeos de Imagens e Filmes:** incluídos os vídeos compostos por pequenas dramatizações caseiras, ou teatrais, filmes e vídeos caseiros filmados de modo amador. Para Dubois (2004), estes vídeos são tecnologias representadas por uma sucessão de imagens com impressão de movimento. Esses recursos são constituídos por sinais elétricos codificados, materializados em um espaço visível, onde a imagem é então transmitida (DUBOIS, 2004). Conforme recomenda Souza (2001), os elementos visuais devem ter seu valor reconhecido como integrante do discurso, no sentido de se aprimorar e aprofundar as perspectivas de análise. Já os filmes, também incluídos na Categoria 2, representam uma sequência de projeção de cenas audiovisuais, assim como os vídeos, porém apresentam maior duração e estrutura. Na compreensão de Kornis (1992), os filmes são constituídos por texto visual, o qual merece tanta atenção quanto o texto escrito, pelo fato de poderem expressar os contextos histórico e social. Segundo esta autora, os filmes podem ser estruturados em diferentes estilos, como: documentários, cinejornais e filmes de atualidades, tornando-se um veículo que auxilia a captação de dados, sendo úteis para subsidiar estudos e pesquisas.

- **Categoria 3) Propagandas:** foram incluídos os vídeos que promoviam a difusão de ideias, de princípios, a divulgação de produtos e de eventos. Estão relacionadas com a comercialização de bens e apropriação destes pelos indivíduos de modo significativo, de acordo com a cultura e o momento histórico em que acontece e segundo Graf (2005) pode ser reconhecida como um instrumento de análise de valores entre os grupos sociais.

- **Categoria 4) Entrevistas:** contou com vídeos caracterizados por conter a presença de um repórter que entrevistava uma pessoa idosa em situações diversas. Estas entrevistas não eram parte integrante de algo maior, como dentro de uma reportagem, como ocorreu em alguns vídeos da categoria 1 e, por este motivo, foram separados da primeira categoria. Conforme explica Richardson et al. (1999), as entrevistas se referem à utilização de técnica em que é possível perceber o desenvolvimento de uma relação nas informações transmitidas, entre o emissor e o receptor e, em geral, o entrevistador, munido por perguntas pré-determinadas, induz o entrevistado a responder as informações que deseja. No que tange à comunicação tecnológica, a entrevista jornalística compreende o entrevistado, o entrevistador e os

interesses midiáticos e pode abranger entrevista política, entrevista de algum especialista, de algum testemunho, entrevista cultural e entrevista de personalidades (CHARAUDEAU, 2011).

- **Categoria 5) Outros:** foram inseridos os vídeos que não se adequaram às demais categorias, sendo assim, ficaram agrupados de modo diferenciado. Esta categoria incluiu apenas dois vídeos, um referente a um seminário sobre a pessoa idosa e outro referente a um concurso e a sua divulgação acerca de vídeos sobre a importância dos idosos.

Após a categorização dos vídeos amostrais, os mesmos foram submetidos à etapa da análise referente ao tratamento dos resultados.

5.3 Critérios de inclusão e exclusão

Como critérios de inclusão para a pesquisa foram considerados apenas os vídeos brasileiros, que continham falas expressas em língua portuguesa e imagens. Para isto, foi utilizada uma das poucas ferramentas disponibilizadas no *site*, denominada “filtro”, referente ao “Tipo de Resultado”, onde foi escolhida a opção “vídeos”. Assim, os vídeos constituídos apenas por sequências de *slides* em *PowerPoint*, ou contendo somente frases ou imagens que não traziam um texto próprio para leitura, foram devidamente excluídos do estudo. Também foram excluídos os vídeos que, apesar de tratarem da temática idoso, não apresentavam, em nenhum momento, a figura idosa, como ocorreu frequentemente nos vídeos referentes a programas de TV. Este critério foi adotado, visto que estes vídeos não forneciam possibilidades de atender ao objetivo do estudo quanto à avaliação da imagem do idoso.

Além disso, houve uma tentativa de utilização de outro filtro “Classificar por relevância”, sendo considerada a “data da *upload*”, recurso oferecido no *site*, o que facilitaria a seleção dos vídeos entre os anos pretendidos para o estudo. Porém, percebeu-se que, com a utilização deste filtro, o *site* considerava outros vídeos que não estavam associados ao tema da pesquisa e, por isso, este critério foi retirado.

Outro critério de inclusão aplicado foi a seleção dos vídeos com data de postagem entre os anos de 2011 e 2012. A escolha pela limitação nesse período

(2011-2012) para análise se deu, porque o *site* cresce a cada dia e, desde a sua criação, este crescimento atinge uma amplitude cada vez maior. Ademais, no ano de 2012, a empresa Google divulgou dados estatísticos oficiais, indicando que, a cada minuto, são postados nesse *site* 60 horas de vídeos, sendo visualizados mais de 4 bilhões de vídeos diariamente, com 800 milhões de visitantes únicos no *site* a cada mês (YOUTUBE®, 2012). Sendo assim, o número de vídeos que são submetidos ao YouTube® no período de um mês, conforme o Google, equivale ao arquivo completo de vídeos produzidos nas três maiores redes televisivas dos Estados Unidos em 60 anos. Além disso, é importante ressaltar que, neste período, o *site* YouTube®, teve grande popularidade e, para que fosse possível publicar algum vídeo nas redes sociais, por exemplo, era necessário, primeiramente, postar o mesmo no YouTube®, para depois divulgar. Diferentemente do que ocorre na era cibertecnológica atual, onde o *smartphone* e o *tablete* podem facilmente gravar um vídeo e estes serem divulgados em diversas redes sociais em poucos instantes. Portanto, os vídeos que tinham data de postagem que não compreendessem os anos de 2011 e 2012 foram excluídos da pesquisa, bem como, aqueles que não tinham como foco o tema idoso.

Durante as análises dos vídeos percebeu-se que, em 4 vídeos, não era possível compreender as falas dos participantes dos vídeos, devido à baixa qualidade do som. Outros 3 vídeos não estavam mais disponíveis no *site* e por estes motivos, estes não foram incluídos na amostra.

5.4 Análise dos dados

No sentido de se perceber o modo como a imagem do idoso é apropriada e incorporada no YouTube®, optou-se pela utilização de uma análise documental videográfica, com auxílio dos recursos da Técnica de Análise de Conteúdo Temático proposta por Bardin (2011).

O recurso de utilização da análise videográfica consiste em decompor uma imagem, descrevendo-a e, posteriormente, estabelecendo as relações entre seus elementos descritos (LEEUWEN; JEWITT, 2001; VANOYE; GOLLIOT-LÉTÉ, 1994; PENAFRIA, 2009). Ainda que esta técnica já seja largamente utilizada, para Aumont e Marie (1999), não existe uma metodologia e procedimentos universalmente aceitos como mais adequados para esta finalidade, ficando a cargo do próprio pesquisador

ressaltar os elementos que mais se adéquam ao seu objetivo. Assim, inicialmente, se faz uma decomposição da imagem, para, posteriormente, proceder-se a uma articulação dos aspectos das mesmas, com base em interpretações da realidade social.

Esse movimento de partir do próprio vídeo para sua decomposição e depois tomá-lo como ponto de chegada, na etapa de reconstrução, evita, segundo Vanoye e Golliot-Lété (1994), que se proceda a interpretações vagas ou inapropriadas. Partindo do pressuposto da possibilidade de fragmentação, chegou-se à decisão de utilizar a Técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), para os dados dos conteúdos expressos na forma de fala, figuras, sons e todo o material composto nos vídeos amostrais,. Esta técnica representa uma forma de análise utilizada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos, auxiliando na reinterpretação das mensagens e na compreensão de seus significados, que vão além de uma leitura comum (BARDIN, 2011). Sendo assim, essa técnica é composta por uma abordagem com características e possibilidades particulares (MORAES, 1999), em que a essência do fenômeno estudado é decomposta por raciocínio indutivo (THOMAS; NELSON; SILVERMAN, 2009).

Também para os vídeos, este tipo de análise pode ser aplicado. Richardson (1999) afirma que, além do campo linguístico, que envolve a escrita, jornais, entrevista dentre outros, a análise de conteúdo pode ser feita no campo não-linguístico, como os documentos fotográficos, cinematográficos, dentre outros. No mesmo sentido, Bardin (2011) afirma que a Análise de Conteúdo inclui a sua aplicação também em comunicações não linguísticas, como por exemplo, os vídeos e filmes, visto que segundo a autora, estes tipos de estruturas apresentarem códigos icônicos, assim como os sinais, as imagens e a as fotografias, constantemente apregoados nas comunicações de massa, como as publicidades, os sinais de trânsito e a televisão, justificando a utilização da Técnica em questão neste estudo, realizado com vídeos televisivos, propagandas, reportagens, entrevistas, filmes e dramatizações.

Para isso, Bardin (2011) explica que alguns procedimentos devem ser seguidos quando se opta pela Análise de Conteúdo Temático, de acordo com três fases determinantes. Na primeira fase, **pré-análise**, a autora descreve como uma

etapa em que se faz uma elaboração do trabalho que se pretende realizar e que, portanto, inclui a sistematização, para garantir o bom funcionamento das fases seguintes, incluindo a escolha dos materiais, determinação de hipóteses, objetivos e previsão de indicadores de resultados.

A segunda fase, de **exploração do material**, representa a etapa mais longa da análise. Nesta etapa são realizadas a quantificação, a codificação das informações e o registro dos elementos do objeto pesquisado, como os símbolos, frases, temas, frases ou orações, dentre outros.

Na fase de **tratamento dos resultados**, estes são, então, categorizados e agrupados, de modo que possibilitem a expressão do conteúdo dessas unidades. As informações são calculadas pela frequência e porcentagem dos elementos identificados e relevantes à pesquisa, de acordo com a importância (RICHARDSON, 1999).

Assim, na etapa da pré-análise os vídeos do YouTube® foram selecionados seguindo os critérios de inclusão e exclusão do estudo. Posteriormente, na fase da exploração do material, todos os vídeos amostrais foram categorizados, quantificados, codificados, e resultaram na construção de cinco Categorias de Vídeos intituladas: 1) Reportagens, 2) Vídeos de Imagens e Filmes, 3) Propagandas, 4) Entrevistas e 5) Outros. Para o tratamento dos dados destas categorias, analisados *a posteriori*, foram agrupados em 3 eixos temáticos, que permitiram a análise dos elementos mais evidentes constantes nesses 3 eixos (BARDIN, 2011). Deste modo, os eixos temáticos foram assim estabelecidos:

- Eixo 1 - Falas
- Eixo 2- Expressão corporal
- Eixo 3- Participação nos vídeos e contextos periféricos

Para a análise destes eixos, foram identificados alguns aspectos/elementos de importância que constituíram cada Eixo Temático e as categorias anteriormente estruturadas (reportagens, vídeos de imagens e filmes, propagandas, entrevistas e outros) foram analisadas dentro desses 3 eixos. Estes elementos foram referentes àqueles representantes da figura idosa demonstrada nos vídeos, como sua imagem recheada de significados, construídos por algo ou alguém externo ao indivíduo-

corpo, cujo processo é resultado das informações recebidas do outro ou outro objeto, carregadas de alguma importância afetiva, definida como “corpo imaginário” (DROGUETT, 2002, p. 288).

A partir destes eixos estabelecidos, foi possível buscar a compreensão de tais aspectos em cada vídeo analisado. Para o **Eixo 1**, um destes aspectos incluiu o **assunto** abordado nos vídeos, visando a identificação das temáticas preconizadas em cada vídeo de todas as 5 categorias. Outro aspecto avaliado no Eixo 1 inclui a **tonalidade de voz** dos participantes idosos. Sendo assim, foi observado se, durante as falas dos idosos nos vídeos, elas eram predominantemente de tom fraco, forte, se havia pausas durante as falas e se estas indicavam algum tipo de emoção. Estas características foram consideradas, visto que a tonalidade e as pausas nas falas compreendem o conjunto de comunicações não-verbais, representado pelo ser psicológico, cuja principal característica é a demonstração das emoções (SILVA et al., 2000)

O **predomínio das falas** nos vídeos se referiu ao aspecto que permitiu detectar de quem provinha a maior parte das falas nos vídeos, ou seja, se durante um vídeo, um idoso tinha mais falas, este vídeo era considerado com predominância de falas para os idosos. Buscou-se, ainda no Eixo 1, compreender **os significados das falas dos indivíduos idosos e também dos participantes periféricos**. Estes significados foram apreendidos das falas ou palavras identificadas nos vídeos, pois, segundo Droguett (2002), representam o afinamento dos órgãos de sentido e são capazes de trazer uma ampliação do campo de percepções visuais e auditivas, permitindo ir além da compreensão das características externas do corpo.

No **Eixo 2**, foram analisados outros aspectos. Na **expressão gestual**, foi levado em consideração o padrão de movimentos desempenhados pelos idosos durante os vídeos, se eles eram ampliados, reduzidos, ou se os mesmos estavam a maior parte do tempo parados (em pé, sentados ou deitados). Para a **expressão facial**, foram consideradas as características da face que indicassem a demonstração de alguma emoção, como tristeza ou felicidade. Segundo Silva et al. (2000), a expressão gestual e a expressão facial, também incluem a comunicação não-verbal, que buscam uma compreensão, não somente dos aspectos transcritos, as falas.

Outro aspecto, a **postura** física do idoso, buscou identificar diferentes significações quanto ao estado do indivíduo. Segundo Andrade et al. (2014), este aspecto é um dos elementos que, assim como os gestos, a expressão da face e a orientação corporal, compõem a comunicação não-verbal contida em determinado objeto de análise. Sendo assim, a partir da postura, o indivíduo pode proporcionar ao espectador a possibilidade de reflexão quanto à cultura e à sociedade nas quais está inserido, por meio das emoções (ANDRADE et al., 2014).

Para as **características físicas**, foi levado em consideração a cor da pele e dos cabelos dos participantes idosos e a utilização de objetos decorativos e objetos de auxílio, também foram avaliadas no Eixo 2. Estas características foram marcadas pela utilização de objetos como enfeites, colares ou brincos, ou àqueles de complementação de algumas partes do corpo (como a utilização de bengalas, óculos, chapéus, sombrinhas, aparelhos de recuperação e/ou manutenção de saúde, etc.).

Os **comportamentos dos demais participantes** nos vídeos foi outro aspecto evidenciado na análise do Eixo 2, na busca de serem identificadas as associações entre tais comportamentos com estereótipos, manifestações associadas à ideia de conceitos negativos ou positivos e que estabelecessem julgamento sobre uma pessoa (WALTER; BAPTISTA, 2007), neste caso, o idoso.

Todos estes elementos foram avaliados, pois, segundo Thompson (1996), o processo de construção da imagem do indivíduo acontece justamente por meio da percepção da imagem física, da atuação dos aspectos subjetivos, envolvendo as expressões referentes à satisfação com o próprio corpo, e os comportamentos do indivíduo. O processo ocorre a partir da conexão destes elementos com as respostas e informações advindas do contexto cultural em que o indivíduo está inserido.

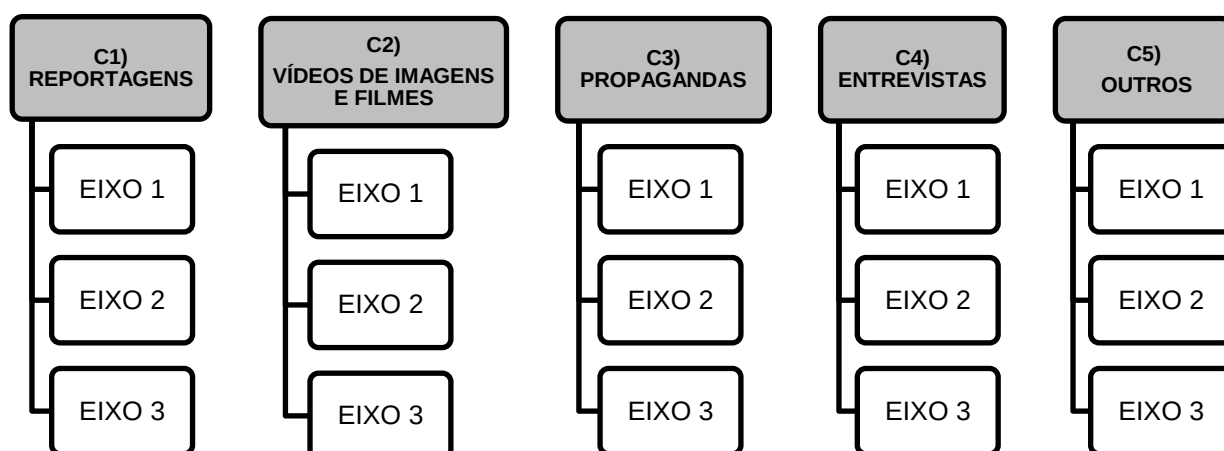
No **Eixo 3**, foi ponderada a **condição de participação do idoso** no vídeo, assim como sugere Penafria (2009), identificando se o idoso, foco do estudo, é o personagem principal/protagonista, ou se ocupa papéis secundários ou coadjuvantes. Também foram avaliados outros aspectos que circundavam os vídeos, considerados de relevância para a compreensão da mensagem transmitida nos mesmos.

Estes aspectos incluíram o **número** e **gênero** dos idosos, no intuito de se identificar quem eram estes idosos dos vídeos e se havia predominância de algum gênero. Outro aspecto referiu-se à **identificação dos demais participantes do vídeo**, de modo que permitisse um panorama das pessoas com as quais o idoso convive ou vivenciou alguma experiência durante o vídeo. Também foi levada em consideração, a **utilização de música** no vídeo, na tentativa de identificar se era um recurso requisitado nestes vídeos, bem como, os estilos musicais que mais se manifestaram. Este aspecto foi considerado, pois, segundo Rose (2012), a utilização da música pode implicar na disposição de ânimo e da expressão das pessoas, e também trazem significados importantes associados e podem alterar o contexto da imagem, dependendo do estilo em que é apresentada.

Ainda foram consideradas as **manifestações religiosas**, expressas por meio da apresentação nos vídeos, de objetos, falas e músicas caracterizados por alguma vertente religiosa. Todos os aspectos considerados no eixo 2 foram incluídos pelo motivo de que, segundo Rose (2012) quando se trata de vídeos, é necessário compreender o contexto histórico e social em que o vídeo foi filmado, o ambiente em que é retratado e, ainda, se há ou não a utilização da música neste vídeo. Segundo estes autores, a música também pode induzir o receptor do vídeo a compreender determinados aspectos desejados, por meio dos sentimentos e emoções que são influenciados pelo tipo de música utilizado.

Todos os aspectos constantes nos três eixos analisados foram aplicados na análise dos vídeos constantes nas 5 categorias. A figura 1 apresentada a seguir, demonstra o modo como ocorreu a aplicação da análise, e no quadro 1 estão descritos os eixos estabelecidos na Análise de Conteúdo Temático e os respectivos aspectos levados em consideração em um deles, quando da análise de todas as categorias de vídeos.

Figura 1. Representação da Análise de Conteúdo realizada nas 5 categorias dos vídeos amostrais



Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 1. Eixos Temáticos e respectivos aspectos analisados

EIXOS TEMÁTICOS		ASPECTOS/ELEMENTOS ANALISADOS
EIXO1	FALAS	Assunto dos vídeos, tonalidade das falas (idosos), predomínio das falas (idosos ou participantes periféricos), falas dos idosos e falas dos demais participantes
EIXO 2	EXPRESSÃO CORPORAL	Expressão gestual, expressão facial, postura e características físicas dos idosos, utilização de objetos decorativos e objetos de auxílio, vestimenta dos idosos, conduta dos demais participantes em relação ao idoso
EIXO 3	PARTICIPAÇÃO NOS VÍDEOS E CONTEXTOS PERIFÉRICOS	Condição de participação do idoso (protagonista/principal ou coadjuvante/secundária), número e gênero dos idosos, identificação dos demais participantes do vídeo, utilização de música no vídeo, manifestações religiosas

Fonte: Elaborado pelo autor

5.5 Limitações da pesquisa

Devido à abundância de dados constantes do *site* do YouTube®, foram selecionados os vídeos postados entre os anos de 2011 e 2012, o que pode ter trazido apenas uma compreensão temporal dos temas tratados, idoso e mídia. Todavia, vale ressaltar que, apesar de serem incluídos vídeos postados em um pequeno espaço de tempo, haja vista o tempo de existência do *site*, a discussão nesta pesquisa objetivou a compreensão atualizada da imagem que vem sendo demonstrada pelas mídias no que tange ao indivíduo idoso, justificando a seleção estratificada deste estudo.

Quanto à estrutura dos vídeos selecionados, vale ressaltar que as diferentes tipologias (estruturas) de composição, podem ter dificultado a seleção e adequação de uma metodologia de análise dos dados mais específica. Porém, as categorias predeterminadas para este estudo, foram pensadas de modo a mapear o tipo de material disponível no YouTube® acerca das temáticas idoso e mídia.

Outro aspecto importante diz respeito à organização e estrutura do próprio *site*. Ao realizar as coletas, observou-se que os tipos de filtro disponíveis no *site*, quando aplicados, não demonstravam apenas os vídeos referentes a determinado filtro. Deste modo, após a definição do filtro a ser utilizado na coleta, todos os vídeos foram analisados separadamente, para verificar se os mesmos deveriam compor ou não a amostra.

Observou-se também que, apesar de a busca fornecer um número fixo de resultados, ao passar as páginas de resultados, estes iam variando em cada página e, ao final, o número total de vídeos não coincidia com o número de resultados proposto inicialmente pelo sistema do *site*. Ao mesmo tempo, é importante ressaltar que, a cada dia e a cada momento, são postados novos vídeos por usuários do mundo todo, o que pode ter representado um dos fatores que contribuíram para a alteração destes números e uma das limitações do estudo.

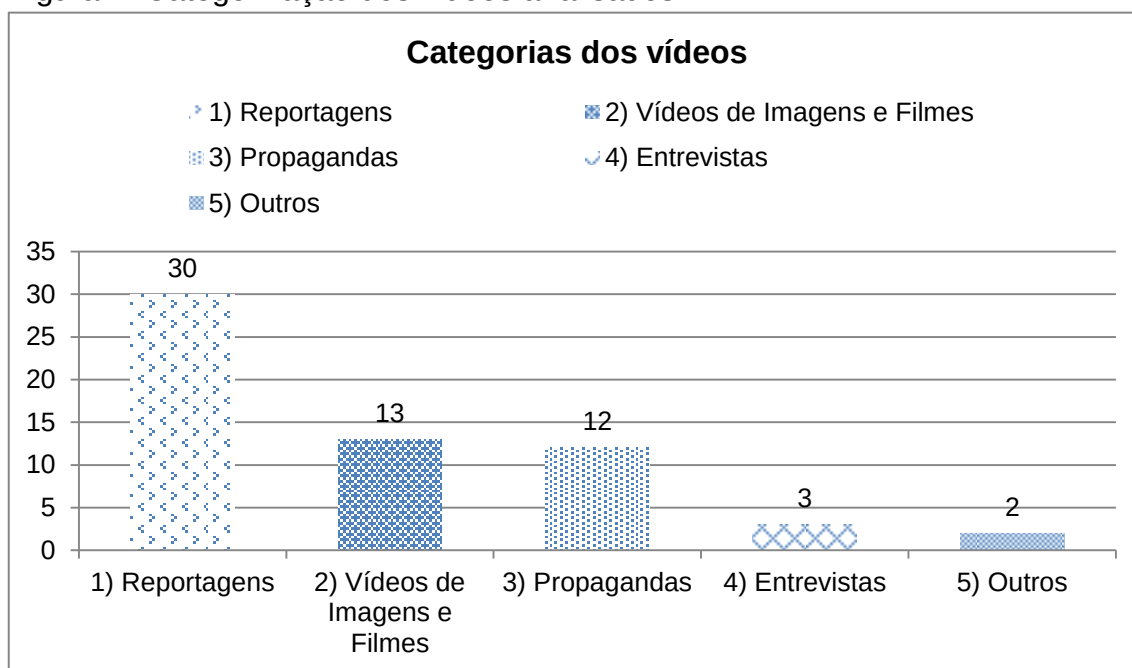
Além disso, quando se realiza a busca, o *site* permite que alguns vídeos sejam evidenciados na lateral da página de busca, indicando os vídeos relacionados. Ao perceber este fato, notou-se que alguns destes vídeos, apesar de conterem os termos mídia e idoso no título ou fazerem referência a estes temas, não

constavam nas buscas, o que, mais uma vez, indica a inconsistência da gestão de informações que compõem o YouTube®. Apesar de terem sido notadas dificuldades metodológicas que devem ser ponderadas, a proposta principal deste estudo gira em torno de elaborar estratégias para que sejam abertos novos leques de possibilidades para a realização de pesquisas acadêmicas desenvolvidas neste *site*, o qual possui grande popularidade mundial.

6 RESULTADOS

Após a etapa de **pré-análise** que contou com a seleção dos vídeos amostrais, foi realizada a análise referente à categorização dos vídeos como parte integrante da etapa de **exploração do material**, seguindo os procedimentos propostos por Bardin (2011). Para tanto, foram aplicados os critérios de inclusão e, com base nesses princípios foram excluídos os vídeos em que não aparecia a imagem do idoso, aqueles em que não se compreendiam as falas nem dos idosos e nem dos demais participantes do vídeo, ainda, os que não estavam mais disponíveis e o vídeo que se repetia, resultando um total de 60 vídeos. As porcentagens dos vídeos selecionados e agrupados em cada uma das cinco categorias, de acordo com a tipologia dos mesmos, ou seja, separados por suas principais características, estão descritas na Figura 2, apresentada a seguir:

Figura 2. Categorização dos vídeos analisados



Fonte: Elaborado pelo autor

Os vídeos incluídos nas categorias 1) Reportagens e 2) Vídeos de Imagens e Filmes foram subcategorizados de acordo com suas características mais específicas. Este procedimento foi realizado somente dentro destas duas categorias

as quais continham diferenciações ainda mais específicas, sendo esta uma conduta utilizada apenas para ressaltar tal especificação e detalhar os dados encontrados, visto que, um vídeo de reportagem sem a realização de uma entrevista com a pessoa idosa era diferente das situações onde o idoso era entrevistado e podia se expressar por meio da fala, por exemplo. A categoria 1-Reportagens incluiu 30 vídeos, que foram reagrupados em 7 subcategorias. Para a categoria 2 -Vídeos de Imagens e Filmes, os 13 vídeos incluídos resultaram em 4 subcategorias. Estes dados estão apresentados nas Tabela 1 e 2, respectivamente.

Tabela 1. Subcategorização das Reportagens e número de vídeos

SUBCATEGORIAS DAS REPORTAGENS		NÚMERO DE VÍDEOS
1	Reportagem de um Programa de TV	2
2	Reportagem com entrevista de um Programa de TV	16
3	Reportagem sobre o caso de um idoso	4
4	Reportagem com entrevista sobre o caso de um idoso	4
5	Reportagem de um evento	1
6	Reportagem com entrevista de um evento	2
7	Reportagem de divulgação de instituição	1

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 2. Subcategorização dos Vídeos e Filmes e número de vídeos

SUBCATEGORIAS DOS VÍDEOS E FILMES		NÚMERO DE VÍDEOS
1	Vídeo caseiro de uma situação de um idoso	8
2	Vídeo de um evento com cobertura de uma rede de TV	3
3	Vídeo documentário	1
4	Curta (filme)	1

Fonte: Elaborado pelo autor

As categorias 3) Propagandas, 4) Entrevistas, e 5) Outros, não apresentaram subcategorias. Foram observados 12 vídeos na categoria 3) Propagandas, sendo que 11 vídeos eram de divulgação de um produto, instituição, ou de comemoração

de uma data importante para idosos e apenas 1 vídeo era referente a uma propaganda política, de uma candidata que pregava a importância de políticas públicas voltadas à população idosa.

Na categoria 4) Entrevistas, foram encontrados 3 vídeos. Todos os vídeos eram referentes a entrevistas dentro de determinados programas de TV, identificados por suas logomarcas, onde os repórteres entrevistavam os idosos em diferentes situações ou locais (rua e delegacias). Porém, os vídeos se referiam apenas à parte da entrevista do programa, mas não abordavam o programa como um todo.

Na categoria 5) Outros, foram incluídos apenas 2 vídeos, por estes não se enquadrarem nas categorias anteriores. Um deles era referente a um grupo que visitou uma instituição asilar e fazia enquetes com os idosos acerca de seus interesses e acerca das principais atividades realizadas na instituição. O outro vídeo incluiu a divulgação de um pequeno concurso referente à construção de vídeos que mostrassem a figura do idoso e sua importância, organizado por um programa de TV.

Os vídeos selecionados para a análise deveriam ter sido necessariamente postados entre os anos de 2011 e 2012, segundo um dos critérios de inclusão no estudo. Deste modo, observou-se que a maior parte deles tinha a data de postagem no ano de 2012. O tempo de duração dos vídeos foi bem divergente e observou-se que os vídeos de menor duração foram as propagandas, sendo o menor vídeo, dentre todos os que compuseram a amostra deste estudo, com duração de 14 segundos. Os vídeos de maior duração formaram a categoria reportagens, sendo o maior deles, composto por 58 minutos e 57 segundos.

Outra informação relevante aponta para o tipo de estrutura destes vídeos, no que tange à forma de apresentação, ou seja, se o vídeo foi apenas filmado e postado em seguida, sem edição, geralmente por uma pessoa usuária do *site* e possivelmente leiga no assunto, ou se foi editado. Observou-se que a maior parte dos vídeos era do tipo estruturado, isto é, caracterizado pela edição do vídeo. Evidencia-se que todos os vídeos das categorias 1, 4 e 5 apresentaram tal estrutura. As categorias 2 e 3, além de conterem os vídeos estruturados, também foram compostas por vídeos não-estruturados, caracterizados por filmagens com imagens

apresentando pouca qualidade, em que, em algumas delas, houve dificuldade de visualização da figura idosa. Estas informações estão apresentadas na Tabela 3, a seguir:

Tabela 3. Características estruturais dos vídeos analisados no estudo.

DATA DE PUBLICAÇÃO	ANO 2011		ANO 2012	
	%	NÚMERO DE VÍDEOS	%	NÚMERO DE VÍDEOS
	60	36	40	24
ESTRUTURA DOS VÍDEOS	ESTRUTURADO		NÃO ESTRUTURADO	
	%	NÚMERO DE VÍDEOS	%	NÚMERO DE VÍDEOS
	83,33	50	16,66	10

Fonte: Elaborado pelo autor

Após a visão geral quanto aos vídeos disponíveis no YouTube®, cuja temática abrangia o idoso e mídia e os tipos de matérias existentes no *site*, foram analisados os seus conteúdos, descritos em três Eixos Temáticos, assim como propõe Bardin (2011). Essa autora sugere a criação de eixos norteadores para a análise, na etapa de tratamento dos resultados. Cada eixo apresentado a seguir incluiu todas as cinco categorias dos vídeos amostrais. Os vídeos foram numerados sequencialmente, de acordo com a análise e evidenciados por seus respectivos números. No Apêndice A, está disponível a lista dos números dos vídeos, títulos e seus respectivos *links* de acesso.

No **Eixo 1 – Falas**, foram observados diferentes aspectos referentes ao **assunto** abordado, bem como, à **predominância das falas** nos vídeos, se dos idosos ou dos demais participantes, a **tonalidade da fala** dos idosos, representada pela identificação de voz com tom forte, fraco, ou considerado normal, além da verificação de falas pausadas ou que denotavam tristeza ou desânimo ou, ainda, ânimo, entusiasmo ou satisfação. Também foi observado o **significado das falas** que indicassem preconceitos e valores, tanto das pessoas idosas como dos demais participantes do vídeo. Como apoio a tais informações, foram utilizadas como

exemplos as principais falas (idosos e demais participantes) correspondentes ao eixo 1, para ilustrá-lo.

No aspecto **assunto**, observou-se que os temas abordados foram diferentes para as categorias de vídeos analisadas. Na categoria 1, notou-se que as maiores incidências de vídeos (8), indicavam algum tipo de violência contra o idoso (física, moral ou verbal), ou, ainda, se relacionavam com a prática de alguma atividade voltada para o idoso (atividades físicas, manuais, campanhas ou feiras dos idosos) também ocorridos em 8 vídeos. Este também foi o assunto de maior predominância da categoria 2, percebido em 6 vídeos. Na categoria 3, os assuntos abordados se diferenciavam dos vídeos das demais, visto que estavam associados à venda de produtos específicos para idosos (jogo de interação de dramatização, relógio com alarme para idosos), às empresas de saúde (farmácias, plano de saúde), projetos e instituições que se dedicavam a idosos (asilos e casas para idosos), ou a imagem do idoso era utilizada para venda de produtos diversos, ou, ainda, para campanha política. Na categoria 4, nos 3 vídeos que compuseram essa categoria, os assuntos mostravam situações ruins com o idoso, isto é, cometidas contra ou por ele. Para a categoria 5, foram ressaltados 1 vídeo cujo assunto indicava um concurso de construção de vídeos referente aos idosos e 1 vídeo demonstrava a percepção do próprio idoso em sua vivência em um lar de idosos. Todos estes dados estão apresentados na Tabela 4 a seguir.

Tabela 4. Assuntos abordados nos vídeos analisados

CATEGORIA	ASSUNTO	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
1) Reportagens	Violência contra o idoso	8
	Atividades diversas voltadas para o idoso	8
	Percepção do idoso sobre sua própria vida	3
	Casamento entre idosos	2
	Discussão sobre o idoso de hoje	2
	Discussão sobre a mídia e o idoso	2
	Convívio do idoso em um asilo	1

CATEGORIA	ASSUNTO	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
	Situação de um idoso preso	1
	Idoso passando mal	1
	Situação de um idoso e uma empresa	1
2) Vídeos de imagens e Filmes	Atividades diversas voltadas para o idoso	6
	Violência contra o idoso	3
	Idoso passando mal e doente	1
	Situação de um idoso e uma empresa	1
	Convívio do idoso com a família	1
	Percepção do idoso sobre sua própria vida	1
3) Propagandas	Divulgação de empresas de saúde (farmácias e plano de saúde)	4
	Divulgação de Produtos variados (usam imagem do idoso)	3
	Divulgação de produtos específicos para idosos	2
	Divulgação de Projeto ou Instituição voltada para idosos	2
	Divulgação de proposta política volta para o idoso	1
4) Entrevistas	Violência contra o idoso	2
	Situação de um idoso preso	1
5) Outros	Concurso da construção de um vídeo sobre idosos	1
	Percepção do idoso sobre sua própria vida	1

Fonte: Elaborado pelo autor

Outro aspecto avaliado foi referente à **tonalidade** das falas dos idosos. Para tanto, foram consideradas as falas dos idosos que participavam dos vídeos ou, de um modo geral, em cada vídeo onde havia grandes grupos de idosos. Os resultados apontaram falas nas quais havia maior tendência de tonalidades forte e entusiasmada, predominante em 19 situações dos vídeos, sendo 9 vídeos da categoria 1, 6 vídeos da categoria 2, 3 vídeos da categoria 3 e apenas 1 vídeo da

categoria 4. Não foi observado este tipo de tonalidade em nenhum dos dois vídeos da categoria 5. Em 16 vídeos, observou-se que a tonalidade de voz dos indivíduos idosos tendia para trêmula, fraca, pouco nítida, pausada ou desanimada, dos quais 7 vídeos eram da categoria 1, 6 vídeos da categoria 2, e apenas 1 vídeo para as categorias 3, 4 e 5, respectivamente. Em 1 vídeo ficou evidente a tonalidade forte de um idoso, porém, que indicava raiva e indignação, constante na categoria 1. Considerou-se que em 2 vídeos, os idosos tinham suas falas em tonalidades normais, visto que respondiam com calma aquilo que lhes era questionado ou tratavam de um assunto com tranquilidade, sem pouco ou muito entusiasmo. Em 11 vídeos, os idosos não tiveram falas, visto que era mostrada apenas a foto destes idosos, ou, apenas, suas imagens enquanto desempenhavam alguma ação, ou se estavam simplesmente parados. Estes aspectos ocorreram nos vídeos nas categorias 1 em 4 vídeos, nas categorias 2 e 5 em apenas 1 vídeo cada, na categoria 3 em 5 vídeos e não ocorreram na categoria 4. Estes dados estão apresentados na tabela 5 a seguir.

Tabela 5. Tonalidade de voz dos idosos e número de incidências nos vídeos analisados no estudo

TONALIDADE DAS FALAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Forte, entusiasmada	19
Trêmula, fraca, pouco nítida, pausada ou desanimada	16
Forte (indicando raiva e indignação)	1
Não tinham falas	11

Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto ao aspecto **predomínio das falas**, levou-se em consideração a ênfase no indivíduo idoso ou em pessoas periféricas, isto é, demais participantes presentes no vídeo. Neste aspecto, ressalta-se o predomínio de falas de pessoas periféricas sobre as falas dos idosos, indicando uma incidência em 37 vídeos. Este fato ficou evidente, principalmente nos 30 vídeos da categoria Reportagens, dos quais 20 vídeos apresentaram essa predominância, enquanto que, na categoria 2,

havia apenas 8 vídeos, na categoria 3 havia 6 vídeos, na categoria 4 havia 3 vídeos e nenhum vídeo na categoria 5.

Dos 60 vídeos, em apenas 12 vídeos evidencia-se a prevalência de falas para os idosos constantes na categoria 1 (6), na categoria 2 (4) e, também, na categoria 3 (1) e na categoria 5 (1). Não foi apresentada nenhuma ocorrência de vídeos cuja predominância das falas fosse dos idosos na categoria 4. Em apenas 1 vídeo o apresentador, condutor da reportagem era uma pessoa idosa. Quanto ao pequeno número de vídeos cuja predominância das falas foi dos indivíduos idosos, na categoria 3) Propagandas, dos 12 vídeos que compuseram essa categoria, em 5 os idosos não tiveram falas e em apenas 1 vídeo o predomínio das falas foi dos idosos. Nos outros 6 vídeos a predominância de fala foi de pessoas externas, evidenciando a diferença dos dados relativos à predominância de fala nos vídeos da categoria 3) Propagandas, em comparação com os vídeos constantes nas demais categorias. Em 11 dos vídeos, os idosos não tiveram falas ou não se compreendia o que estes idosos diziam, devido à presença de música ou em razão de a filmagem ser de baixa qualidade. Estes dados foram sintetizados e apresentados na tabela 6.

Tabela 6. Predominância das falas dos idosos e número de incidências nos vídeos

PREDOMINÂNCIA DAS FALAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Demais participantes dos vídeos	43
Participantes idosos	12
Não tiveram falas	11

Fonte: Elaborado pelo autor

Para os **significados das falas** optou-se por apresentar os resultados em blocos de tendências positivas e tendências negativas, visando melhor compreensão das falas dos participantes dos vídeos (os idosos e as pessoas periféricas a ele) nas categorias analisadas. Quanto aos **significados das falas dos idosos**, foram observadas como tendências positivas, as falas que incluíram características como: a representação do idoso constituído por características que podem ser consideradas como benéficas ou positivas, como por exemplo, o reconhecimento de

que ele é idoso e é feliz, é animado, atraente e é importante para a sociedade em que vive. Foi observada a presença destas características apenas nas categorias 1 em 14 situações, categoria 2 em 4 situações e categoria 3 em 9 situações. Os exemplos apresentados a seguir, referentes aos vídeos 19 e 30, demonstram alguns destes aspectos:

“eu tô aqui com meus amigos idosos e tô muito feliz de tá aqui com eles...o idoso gosta mesmo é de folia, arranjou qualquer folia não importa”

(vídeo 19, Reportagem)

“não tem problema falar da idade, imagina”

(vídeo 22, Reportagem)

“eu tenho muita experiência e muita história, graças a Deus”

(vídeo 30, Reportagem)

Outra característica de tendência positiva observada nas falas dos idosos, despontou para a importância da realização de atividades diversificadas para a vida do idoso, incluindo as atividades físicas, atividades de socialização, manuais ou artesanais, realizadas geralmente em grupos, eventos ou projetos destinados à idosos. Estas características foram observadas, apenas nos vídeos constantes da categoria 1, em 10 vídeos. Este dado pode ser evidenciado nas falas de idosos participantes dos vídeos 10 e 16:

“...eu acho ótimo essa feira, a gente distrai e ganha dinheiro...e ficar dentro de casa né, ver televisão que não tem nada... eu tô muito feliz”

(vídeo 10, Reportagem)

“exercício físico quer dizer qualidade de vida...eu tomo menos comprimido, tô muito saudável e a gente ganha uma forminha que ajuda né (risos)”.

(vídeo 16, Reportagem)

Outras duas características de tendência positiva nas falas dos idosos incluiu: o reconhecimento atual destes indivíduos quanto aos seus direitos e benefícios, em comparação a anos anteriores, além da consciência acerca da pequena atenção voltada ao idoso, demonstrada nas políticas públicas. Tais características

preconizaram seis situações dos vídeos analisados: categoria 1 (4) e categoria 2 (2). A fala da idosa no vídeo 11 representa este dado:

“eu acho que a gente vive numa sociedade onde o idoso ainda é muito excluído né, praticamente sem muitas oportunidades de lazer, quando muito vê, tem alongamento, atividade física em pracinhas, mas eu acho que é necessário mais. Devemos chamar a atenção das pessoas, que elas devem ir atrás de seus direitos né. E se as coisas acontecem pouco tem que ter cobrança das pessoas nesse sentido.”
(vídeo 11, Reportagem)

A última característica de tendência positiva converge para o fato de que as mídias ainda não compreenderam quem é o idoso de hoje e continuam mostrando uma imagem que não condiz com a realidade desse público. Esta tendência foi apresentada em apenas 1 vídeo da categoria 1) Reportagens (vídeo número 26), no qual a fala da idosa, que é atriz, exemplifica este dado:

“Hoje todo mundo pinta o cabelo, mas as agências comerciais me falaram: não pinta o cabelo porque daí você vai ter mais chance”. “Você vê imagens na mídia de corpos perfeitos e acaba perdendo a própria consciência do seu corpo, querendo ser igual e ter corpo igual.”
(vídeo 26, Reportagem)

Os dados constantes nas falas dos idosos, caracterizados como tendências negativas, indicaram diferentes perspectivas. Aquela de maior incidência incluiu o reconhecimento e a compreensão da vida idosa caracterizada “negativamente”. Porém, em muitas das falas, notou-se uma compreensão da vida idosa como a fase da vida onde existem somente situações e fatos ruins. Ressalta-se que estas incidências ocorreram em todas as categorias: categoria 1 (4), categoria 1 (5), categoria 3 (2), categoria 4 (1) e categoria 5 (1). Alguns exemplos estão apresentados nas falas de idosos dos vídeos 11, 34, 43 e 56, apresentados a seguir:

“eu por exemplo, sinto que já tô ficando idosa e não é nem pela cabeça, mas é porque o corpo vai começando a sentir. Adoro meu salto alto e agora quando eu subo e desço com meu salto a perna já cansa um pouco...”

(vídeo 11, Reportagens)

“...o tempo e a velhice são duas fábricas de monstros, a velhice é um câncer. Quando eu era jovem e tinha cara ‘espichadinha’, fazia fila de garotas pra me beijar e agora que eu virei um monstrinho eu virei invisível”

(vídeo 34, Vídeos de Imagens e Filmes)

“...já não aguento mais, só vocês me suportam minhas plantas. Triste fim de vida de um velho caduco”

(vídeo 43, Vídeo de Imagens e Filmes)

“...eu sou diabético, hipertenso, aqui o meu remédio ó (mostra o remédio ao repórter), tenho que tomar daqui a pouco”

(vídeo 56, Entrevistas)

Outra abordagem evidenciada como negativa incluiu as falas, com base nas quais foi possível identificar a emoção equivalente à tristeza, decorrente de um fato ocorrido com o idoso, o abandono pela família, ou a carência da socialização desse idoso. Foram observadas tais características apenas nos vídeos da categoria 1(7) e categoria 2(1). As falas dos idosos constantes nos vídeos 7 e 17 exemplificam a tristeza decorrente da solidão. No vídeo 35, é possível verificar, por meio das falas do idoso, sua tristeza perante uma cobrança indevida contra ele e sua moradia e o processo judicial no qual ele acabou envolvido, sem compreender o porquê:

“a minha família me deixou péssimo”

(vídeo 7, Reportagens)

“eu me sinto abandonado, eu e todos os meus amigos que tem essa idade que eu tenho já”

(vídeo 17, Reportagens)

“fizeram um processo numa quantia que eu tinha que pagar, que nem eu trabalhando dois anos, juntando tudo que eu ganho, não ia dar pra pagar, que eu só ganho dois salários mínimos e aí como eu não tenho dinheiro pra advogado eu fui na defensoria pública. Não posso fazer um acordo, porque primeiro, eu não devo e da onde vou tirar esse dinheiro?”

(vídeo 35, Vídeo de Imagens e Filmes)

A não aceitação do ser idoso e dificuldade de se compreender como tal, em sua real situação, foram outras características de tendência negativa, representada

na fala da idosa no vídeo 28 exemplificado a seguir. Estas incidências ocorreram apenas nos vídeos constantes da categoria 1 (5) e categoria 2 (1).

“eu tenho medo da velhice, mas enquanto tô me sentindo bem e forte quero me divertir. Quando olho no espelho dá tristeza de ver as rugas”

(vídeo 28, Reportagens)

Outra investida negativa, evidenciada nas falas dos idosos, incluiu o medo, proveniente de violência e de agressão verbal contra um idoso em uma situação específica, bem como, o sentimento de culpa, gerado pelo reconhecimento do idoso ter cometido uma situação ilegal. Observou-se que estas características estiveram presentes apenas nos vídeos que compuseram 3 categorias diferentes: categoria 1 (4), categoria 2 (1) e categoria 4 (1). Para estes dados, o vídeo 13 apresenta a fala de um idoso com medo de uma mulher que o agride verbalmente, por ter estacionado o seu carro ao lado do dela e dificultar sua saída. Os vídeos 9 e 58 também foram apresentados a seguir, para evidenciar o sentimento de culpa demonstrado nas falas dos idosos em duas situações distintas.

“perdão moça, perdão (idoso foge da agressora)”

(vídeo 13, Reportagem)

“...a cadeia não é boa não meu filho, eu tenho fé em Deus que a última cadeia que eu vou pegar é essa meu filho...ô meu Deus do céu (choro)”

(vídeo 58, Entrevistas)

“faz pouco tempo que eu vendo (drogas)... eu me arrependi demais e agora seja o que Deus quiser”

(vídeo 9, Reportagens)

A indignação e a pena também foram consideradas como tendências negativas. Estas características foram predominantes nos vídeos onde as falas dos idosos sugeriam compaixão por uma situação ocorrida com outro idoso, ou a indignação e a revolta diante de um “ato de má fé” cometido contra um idoso e incidiram somente a categoria 1 (3) e categoria 2 (3). As falas do idoso no vídeo 41 exemplificam a indignação desse idoso ao se deparar com uma situação de uma

idosa que, ao entrar no ônibus, tem problemas em comprovar que não necessita pagar sua passagem, devido a sua idade e não tem dinheiro para pagar a mesma.

“...paga a passagem dela aqui ó, da senhora, agora você não vai pagar (o motorista do ônibus tenta pagar para a idosa) porque eu saí lá de trás pra resolver o problema”. Agora a senhora pega tudinho que gravou aqui e leva pra empresa”

(vídeo 41, Vídeo de Imagens e Filmes)

Observou-se que, para as falas dos idosos, as características benéficas ou tendências positivas marcaram principalmente os vídeos da categoria 1) Reportagens, enquanto que as categorias 2, 3, 4 e 5 apresentaram principalmente ou exclusivamente tendências negativas. A lista completa de todos os itens que caracterizaram os blocos de tendências positivas e negativas das falas dos idosos constantes nos vídeos analisados está apresentada nas tabelas 7 e 8, apresentadas a seguir.

Tabela 7. Falas dos idosos, tendências positivas, principais características e número de incidências.

TENDÊNCIAS POSITIVAS	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Reconhecimento dos benefícios em ser idoso	Idoso satisfeito em ser idoso, feliz, ativo, é importante e se sente útil onde vive, é um modelo de vida a ser seguido, é animado, atraente, divertido, tem mais tempo para fazer o que gosta.	27
Importância de atividades diversificadas para a vida do idoso	Importância de participação em projetos diversos, felicidade e satisfação para o idoso na prática de atividade física, benefícios da socialização e da convivência com familiares	10
Reconhecimento dos direitos do idoso	Reconhecimento dos direitos do idoso, e da falta deles, incluindo a prática de atividade física, direito de	6

TENDÊNCIAS POSITIVAS	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
	políticas públicas voltadas para o idoso, direito de ser feliz e de ter prazer	
Visão deturpada da mídia sobre o idoso	Idoso não se reconhece com a sua imagem representada na mídia	1
TOTAL		44

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 8. Falas dos idosos, tendências negativas, principais características e número de incidências.

TENDÊNCIAS NEGATIVAS	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Reconhecimento apenas dos declínios e pontos negativos em ser idoso	Aceitação da falta de respeito ao idoso, tudo na vida do idoso é ruim, tristeza em ser velho, o idoso é invisível, o idoso não pode se relacionar afetivamente e não é atraente, tem capacidades intelectuais reduzidas, tem debilidades, precisa de ajuda, só pode ter atitudes “adequadas” para sua idade e precisa de permissão da família	13
Tristeza decorrente de uma situação específica	Esquecer uma situação dolorosa, tristeza por abandono, solidão, tristeza por não conviver com a família, tristeza por um fato ocorrido com o idoso	8
Não aceitação em ser idoso e visão deturpada de sua realidade	Medo da velhice, não reconhecimento de si como idoso, idoso deve estar sempre de bem com a vida, não pode falar de coisas ruins e só vive coisas boas	6
Medo de externos ou	Medo de uma pessoa externa em	6

TENDÊNCIAS NEGATIVAS	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
culpa por um ato cometido	uma situação, culpa por cometer um ato considerado “errado”	
Indignação ou pena de um ato ocorrido com idoso	Pena de um outro idoso que sofre em uma situação, não aceitação de um ato “errado” cometido contra outro idoso	5
TOTAL		38

Fonte: Elaborado pelo autor

Para os **significados das falas dos participantes periféricos**, foram consideradas como tendências positivas as características agrupadas em 4 blocos distintos: 1-valorização e reconhecimentos da importância do idosos; 2- indignação de um indivíduo periférico diante da situação de um idoso; 3- importância da saúde do idoso; 4- falta do interesse da mídia pelo idoso e a visão deturpada sobre ele. No primeiro bloco, as características de maior incidência (37) abordaram tendências positivas, as quais incluíram, nas falas dos participantes periféricos, aspectos como: a valorização do idoso, o reconhecimento de seus direitos, bem como, de sua importância. Diferentemente das falas dos idosos, nas falas dos participantes periféricos notou-se características de tendências positivas também nas propagandas, como ocorreu nos vídeos 44 e 50, nos quais eles falam da importância das histórias e da sabedoria da pessoa idosa. Estes vídeos foram enquadrados em todas as características, porém abrangeram predominantemente os vídeos da categoria 1 (27) e ocorreram com menor incidência na categoria 2 (1), categoria 3 (6), categoria 4 (1) e categoria 5 (2).

“Aprenda com quem tem as melhores histórias pra contar.”
(vídeo 44, Propagandas)

“...velho é ser sábio, é ter a paciência do mundo para ouvir e aconselhar.”
(vídeo 50, Propagandas)

Sequencialmente, foram observadas as características de tendências positivas referentes à indignação de pessoas periféricas diante de um fato ruim ou doloroso ocorrido e a tentativa destes em fazer algo que ajudasse o idoso. Neste bloco também foram incluídos os aspectos relacionados à concepção de que não é correto julgar, discriminar e desrespeitar o idoso, independente se ele cometeu condutas corretas ou incorretas. O vídeo 7 exemplifica este dado, quando um participante periférico fala sobre a situação de um idoso abandonado em um hospital.

Estas características foram consideradas como tendências positivas, visto que foi possível perceber, nas falas dos demais participantes, condutas éticas e de respeito para com os idosos. No vídeo 13 observou-se, na fala de um repórter, sua condenação diante da conduta de uma mulher que agride verbalmente um idoso, o qual estaciona seu carro em local proibido. O vídeo 38 evidencia a situação de um idoso que se encontra em condição deplorável de saúde, em um local de pronto atendimento. Notou-se que estas características marcaram os vídeos da categoria 1 (10), categoria 2 (3), categoria 3 (1), categoria 4 (1) e apenas na categoria 5, nenhum vídeo apresentou tais características. As falas apresentadas a seguir representam este bloco.

“...vou ter que levar ele pra minha casa porque a família não assume a responsabilidade e eu não posso deixar ele sozinho porque a resistência física já não é lá aquelas coisas e ele está com isquemia cerebral. O ser humano, independente do que a pessoa tenha feito no passado ou deixou de fazer, não é hora da gente desprezar uma pessoa nessa idade.” (vídeo 7, Reportagens)

“A mulher dá um show de grosserias contra um idoso em um estacionamento em São Paulo...”
(vídeo 13, Reportagens)

“...vou mostrar pra vocês onde é que ele (idoso) está, no chão, deitado no chão...olha a situação que tá o ser humano aqui jogado”

(vídeo 38, Vídeos de Imagens e Filmes)

Foram também observadas como tendências positivas as características destacadas nas falas dos demais participantes, referentes ao reconhecimento da importância dos cuidados com a saúde, da prática de atividade física e das medidas preventivas e necessárias para a integridade física do idoso, constantes em vídeos presentes em três categorias: categoria 1 (4), categoria 2 (1) e categoria 3 (1). Os vídeos 12 e 16, apresentados a seguir, exemplificam este aspecto analisado:

“..em Januário, ainda 3 mil idosos faltam ainda ser vacinados. Os idosos a probabilidade deles pegarem uma gripe e depois uma pneumonia é maior porque eles tem uma imunidade mais baixa”

(vídeo 12, Reportagens)

“...a caminhada pode auxiliar num fator importante para mulheres dessa idade: diminuir os remédios”

(vídeo 16, Reportagens)

Outras características consideradas como tendências positivas nas falas dos demais participantes dos vídeos incluiu a concepção da visão equivocada que as diferentes mídias apresentam sobre o idoso atual. Também foram incluídas as características das falas que indicavam a compreensão quanto ao desinteresse das mídias pela figura idosa e como sua imagem pode ser influenciada pela mídia. Estas evidências foram incluídas no bloco de tendências positivas, pois foi considerado o reconhecimento das pessoas com as quais o idoso convive, acerca de sua imagem irreal apresentada na mídia e constaram apenas nos vídeos da categoria 1 (3). No vídeo 16, as falas de pesquisadores e especialistas que discutem sobre a mídia e o idoso, exemplificam este dado.

“muitas vezes, na mídia impressa, dificilmente o idoso é nomeado como idoso e, velho, piorou. As reportagens, por exemplo, priorizam um idoso que não quer ser chamado de idoso”

(vídeo 16, Reportagens)

No que tange às características que se enquadraram como tendências negativas nas falas dos participantes periféricos ao idoso, foram observados 7 blocos de características que incluíram diferentes abordagens. As características de

maiores incidências (29), foram referentes à ênfase dada a aspectos negativos ou geradores de algum tipo de dano à vida do idoso, às dificuldades da velhice e à associação do idoso com uma fase ruim da vida e foram marcadas nos vídeos de quatro categorias: predominantemente na categoria 1 (14), categorias 2 e 3 7 situações em cada uma delas, respectivamente e categoria 5 (1). Em uma situação de um vídeo da categoria 3) Reportagens, observou-se também o idoso tratado como se fosse um peso ou alguém difícil de dialogar. Em uma das falas do vídeo 45, notou-se o modo como uma neta trata sua avó em determinada situação, considerando-a fora de moda ou ultrapassada, em uma propaganda de chinelos. O vídeo 55 apresenta uma situação em que o idoso é apresentado como uma pessoa que esquece de fazer suas tarefas diárias e pode se tornar um peso para os demais com os quais convive:

“Deixa de ser atrasada vó, (mostra o chinelo em seu pé) não é chinelo, é Havaianas Fit”

(vídeo 45, Propagandas)

“Já vai dormir? Você tem que tomar seus remédios! Não pode dar um susto daqueles de novo.”

(vídeo 55, Propagandas)

Nas falas dos participantes periféricos também foram observadas como tendências negativas, aquelas caracterizadas por situações nas quais uma pessoa externa subestimava, falava, respondia pelo idoso ou não tinha paciência em esperar que ele respondesse, quando havia surpresa ao ver a capacidade de realização de uma ação de um idoso, ou, ainda, a concepção de que as pessoas idosas devem ter determinados comportamentos “apropriados para sua idade”. Estas características preconizaram os vídeos constantes na categoria 1 (20), categoria 2 (2), categoria 3 (3), categoria 4 (1) e categoria 5 (1) . Os exemplos destas falas estão apresentados a seguir, nos vídeos 6, 23 e 56:

“...caminha com dificuldade por causa do reumatismo e da artrite, mas mesmo assim encontrou forças para se defender de um homem que invadiu sua casa.”

(vídeo 6, Reportagens)

“fala no microfone (coloca por duas vezes o microfone no lugar correta e não espera que a idosa mesmo faça isso). A senhora não gosta que as pessoas se queixem de doenças não é?”
(vídeo 23, Reportagens)

“o senhor é um homem de bem, não tem uma arma em casa e vive na paz né?”
(vídeo 56, Entrevistas)

Outros vídeos apresentaram falas que, apesar de estarem relacionadas a aspectos como a grande satisfação em ser idoso e os benefícios nela existentes, estas situações, algumas vezes, eram retratadas de forma exagerada, enfatizando esta etapa do desenvolvimento humano como a melhor da vida e, por isso, foram consideradas como tendências negativas. As categorias que demonstraram tais características foram: categoria 1 (9), categoria 2 (2) e categoria 3 (5). Nas categorias 4 e 5 estas características não foram observadas. Os vídeos 30 e 42 podem exemplificar esta evidência:

“os idosos de hoje, da melhor idade, são muito diferentes, a gente percebe que teve uma mudança muito significativa do idoso de hoje pro idoso de ontem”
(vídeo 30, Reportagens)

“gente, isso não é um espetáculo? Agora o troféu do idoso, que é o melhor que existe, de alegria e de felicidade”
(vídeo 42, Vídeos de Imagens e Filmes)

Em algumas falas dos demais participantes do vídeo, observou-se também como tendências negativas a falta de respeito para com o indivíduo idoso, assim como foi observada em uma das falas do vídeo 13. A situação demonstrada no vídeo 34, na qual uma mulher conversa com um idoso sobre uma situação ocorrida e que trouxe problemas judiciais para ele, exemplifica a indignação dessa participante periférica diante da falta de respeito ao idoso, a sua condição social de não ter dinheiro para pagar um advogado e não ter conseguido um defensor público. Em uma das falas do vídeo 41 é mostrada uma situação em que o motorista discute com uma idosa que, por alguma razão não identificada, tem dificuldades de comprovar que é idosa, não tem o dinheiro para pagar sua passagem e o motorista fica bravo e discute com ela, sendo que os demais idosos presentes tentam ajudá-la.

Estes exemplos ocorreram em vídeos da categoria 1 (2), categoria 2 (2) e categoria 4 (1) e estão elencados a seguir:

“vagabundo! Corrupto! Não fica com essa cara de anta...como que eu entro no meu carro?”

(vídeo 13, Reportagens)

“O senhor foi na audiência de reconciliação sozinho e sem nenhum advogado?”

(Vídeo 34, Vídeos de Imagens e Filmes)

“paga a passagem aí e vamos embora”

(vídeo 41, Vídeos de Imagens e Filmes)

Outra importante característica a ser tratada como tendência negativa é a não aceitação ou medo em se tornar um idoso, diante da concepção de imagem generalista que se tem atualmente sobre pessoas nesta etapa do desenvolvimento humano. Os vídeos caracterizados neste bloco foram incluídos na categoria 1 apenas com 4 incidências. A fala de um comentarista de um documentário no vídeo 41 evidencia este dado, ao sentir medo do desrespeito ao idoso:

“eu não sou idoso não, tenho esses cabelos brancos, já tô quase chegando nos 60, mas já tô quase lá”

(vídeo 41, Vídeos de Imagens e Filmes)

Observou-se, também, que, nas falas presentes em alguns vídeos, apesar de menor incidência (4), o idoso era tratado como criança, como coisa, como “fofo”, era coisificado ou quase transformado em um objeto. Tais características foram observadas nos vídeos da categoria 1 (2) e categoria 2 (2). Os vídeos 22 e 42 demonstram este fato:

“ dá a mãozinha dá”

(vídeo 42, Vídeos de imagens e Filmes)

“olha que galera bacana que tô recebendo aqui hoje né lindinhos (mostrando os idosos)”

(vídeo 22, Reportagens)

Em apenas 2 vídeos foram observadas falas caracterizadas pela ridicularização do idoso, em que, geralmente, os participantes periféricos riam de um

ato cometido e de uma ação de um idoso. Este fato pode ser evidenciado no vídeo 57, em uma situação de um idoso que estava sendo preso, por roubar carteiras e o repórter que o entrevista ri e faz piadas sobre a situação. Estas características ocorreram, apenas, em 2 situações nos vídeos, sendo uma delas na categoria 1 e uma na categoria 2

“o coroa tava dando o ar da graça aí em Teixeira de Freitas, o que é que houve aí coroa? Você tá sorrindo é, vai entrara na grade, na cana, tá de algema.”

(vídeo 57, Entrevistas)

Nas tabelas 9 e 10, apresentadas a seguir, estão os dados detalhados referentes às características que constituíram os blocos avaliados nas tendências positivas e negativas expressas nas falas dos demais participantes dos vídeos:

Tabela 9. Falas dos indivíduos externos, tendências positivas, principais características e número de incidências.

TENDÊNCIAS POSITIVAS	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Valorização e reconhecimento da importância do idoso	Respeito a vida do idoso, reconhecimento dos direitos dos idosos, valorização do idoso como cidadão e sua inclusão na sociedade, satisfação da convivência com o idoso, valorização da sabedoria do idoso e da sua felicidade, reconhecimento da importância dos relacionamentos afetivos para idosos, importância dos projetos de socialização para pessoas idosas	37
Indignação de um indivíduo periférico diante de um fato ocorrido com um	Auxílio a um idoso envolvido em uma situação difícil, ideia de punição ao desrespeito com o idoso proveniente de outra pessoa ou entidade, concepção de injustiça em discriminar e ter condutas	14

TENDÊNCIAS POSITIVAS	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
idoso	preconceituosas com um idoso	
Importância dos cuidados com a saúde, da prática de atividade física e das medidas preventivas para o idoso	Importância de cuidar da saúde do idoso, importância da prática de atividade física para o idoso, importância da vacina preventiva da gripe na vida idosa	6
Falta de interesse da mídia pelo idoso e a visão deturpada sobre ele	Concepção de que a imagem mostrada nas mídias sobre o idoso não condiz com sua realidade, a mídia influencia a percepção de imagem do idoso, o idoso não um foco de interesse da mídia	3
TOTAL		61

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 10. Falas dos indivíduos externos, tendências negativas, principais características e número de incidências.

TENDÊNCIAS NEGATIVAS	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Dificuldades da velhice e associação do idoso com uma fase ruim da vida	Compreensão de que idoso precisa de ajuda e cuidados, é debilitado, é desanimado e não tem motivação, tem dificuldades para andar, sua vida só tem coisas ruins, gera preocupação e é um 'peso' para os demais indivíduos que convive	29
Subestimação, julgamento e ação pelos idosos	Indivíduos externos falam pelas pessoas idosos e não tem paciência com eles, induzem o idoso a falar somente sobre a parte positiva do ser idoso ou somente dos aspectos negativos, condutas e falas que subestimam as capacidades dos	26

TENDÊNCIAS NEGATIVAS	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
	idosos, concepção de que o idoso tem que estar sempre de bem com a vida, não pode ter relacionamentos afetivos ou falar sobre sexo, o idoso não pode ter comportamentos agressivos, tem que se comportar como um 'típico idoso' e tem dificuldades em desempenhar determinadas atividades	
Aspectos de tendência positivos da vida idosa tratados de modo exclusivo ou exagerados	A fase da vida idosa é a melhor, concepção da vida idosa caracterizada apenas por vantagens e benefícios, visão exacerbada da vida do idoso	16
Desrespeito ao indivíduo idoso	Situações caracterizadas por desrespeito ao idoso e sua condição	5
Não aceitação ou medo em se tornar um idoso	Concepção de que ninguém gosta de ser idoso, medo da velhice	4
Idoso tratado como coisa ou objeto	Idoso tratado como coisa, objeto, como fofinho, criança	4
Ridicularização do idoso	Situações de risos e piadas contra o idoso	2
TOTAL		86

Fonte: Elaborado pelo autor

Evidencia-se o aspecto de que, nas falas dos idosos, o número total de características para as tendências positivas observadas nos vídeos (44) é semelhante àquele das tendências negativas (38), enquanto que, nas falas dos

participantes periféricos, a incidência de manifestações de tendências negativas (86) supera com maior evidência, em número as tendências positivas (61).

No **Eixo 2 – Expressão Corporal**, foram considerados diferentes aspectos que incluíram a análise da expressão gestual e facial dos idosos, as características físicas e também foi considerada a utilização de objetos decorativos ou auxiliares por estes idosos. Estes objetos incluíram os enfeites, colares, anéis, brincos ou lenços, dentre outros, ou ainda, tinham alguma função assistente ao corpo do idoso, como as cadeiras de rodas, andadores ou óculos. Também foi avaliada a conduta dos demais participantes em relação ao idoso, sendo observadas as principais condutas dos mesmos em relação ao idoso, durante o vídeo. Devido ao fato de o número de idosos observados ter sido maior que o número de vídeos amostrais, durante as análises dos aspectos que compuseram este eixo, o número de incidências supera o total de 60 vídeos, ou seja, houve situações nas quais haviam nos vídeos 2 idosos, sendo que estes foram analisados separadamente, enquanto que nos vídeos onde haviam grupos, a análise era feita de modo grupal. Portanto os dados apresentados a seguir, em todos os aspectos analisados neste eixo, correspondem a incidências de percepção quanto a determinado aspecto e não ao número de vídeos.

Para os dados relacionados ao aspecto **gestos dos idosos**, em 40 vídeos foi possível observar que havia predominantemente movimentos mais reduzidos, limitados, visto que os idosos estavam sentados ou em pé para uma entrevista ou para uma reportagem, sendo inclusive vistos no desenvolvimento de atividades manuais, deitados (geralmente em asilos ou hospitais), ou, ainda, a imagem do idoso estava apresentada apenas em uma foto (imagem fixa). Tais observações ocorreram nos vídeos da categoria 1 (22), categoria 2 (9), categoria 3 (6), categoria 4 (3) e não ocorreu na categoria 5. Em 24 situações dos vídeos, os idosos faziam movimentos amplos, estavam realizando alguma atividade física (dança, caminhada, alongamento). Estas situações anteriormente evidenciadas, abrangeram os vídeos constantes na categoria 1 (9), categoria 2 (8), categoria 3 (5), categoria 4 (2) e também não foi observada em nenhum vídeo da categoria 5. Em outros 5 vídeos constantes apenas em três categorias (categoria 1 (2), categoria 2 (2) e categoria 4

(1)), foram observados movimentos bruscos e rápidos, com gesticulação das mãos, demonstrando raiva ou indignação decorrente de diversos motivos. Estas incidências foram constantes nas cinco categorias de vídeos analisadas. Os dados aqui descritos estão ilustrados na tabela 11.

Tabela 11. Expressão gestual dos idosos e número de incidências nos vídeos

EXPRESSÃO GESTUAL DOS IDOSOS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Movimentos reduzidos (sentados, em pé ou parados)	40
Movimentos amplos (atividade física)	24
Movimentos rápidos e bruscos (raiva)	5

Fonte: Elaborado pelo autor

Para o **aspecto de expressão facial**, foram notadas 41 situações em que os idosos sorriam ou davam gargalhadas. Estas incidências incluíram a categoria 1 (21), categoria 2 (11), categoria 3 (6), categoria 4 (1) e categoria 5 (2). Em outras 30 situações, os idosos estavam sérios ou concentrados em determinadas atividades, evidenciadas predominantemente nos vídeos da categoria 1(13), mas também na categoria 2 (6), categoria 3 (8), categoria 4 (2) e categoria 1 (1). Em apenas 7 casos, foi identificada a expressão facial representando tristeza, constantes nos vídeos da categoria 1 (3) e categoria 2 (4) e 4 casos da categoria 1 (2), categoria 2 (1) e categoria 4 (1), o idoso chorava. Em 2 vídeos, constantes 1 na categoria 1 e outro na categoria 2, não era possível visualizar a face do idoso. Os dados ilustrados, relacionados à expressão facial dos idosos, estão apresentados na tabela 12.

Tabela 12. Expressão facial de idosos e número de incidência nos vídeos

EXPRESSÃO FACIAL	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Sorrisos, gargalhadas	41
Sérios, concentrados (atividades específicas)	30
Tristeza	7
Não se visualizava a face do idoso	2

Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto à **postura dos idosos** constantes nos vídeos, percebeu-se que na maior parte das situações (45), os idosos tinham uma postura normal, ereta, dentre as quais, 22 eram em vídeos da categoria 1, 10 da categoria 2, 10 da categoria 3, 2 da categoria 4 e apenas 1 da categoria 5. Em 21 situações, estavam com postura predominantemente inclinada ou cabisbaixa, representada em situações dos vídeos da categoria 1 (14), categoria 2 (3), categoria 3 (2), categoria 4 (1) e categoria 5 (1). Os dados referentes ao aspecto postura dos idosos estão apresentados na tabela 13 a seguir.

Tabela 13. Postura dos participantes idosos nos vídeos e número de incidências.

POSTURA DOS IDOSOS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Normal, ereta	45
Inclinada, cabisbaixa	21

Fonte: Elaborado pelo autor

As principais **características físicas** dos idosos também foram observadas. Deste modo, foram consideradas 60 situações em que os idosos tinham cabelos brancos ou grisalhos, incluídas nos vídeos da categoria 1 (31), categoria 2 (7), categoria 3 (20), categoria 4 (2) e nenhum na categoria 5. Em 46 situações os idosos tinham cabelos escuros ou tingidos de alguma cor (escuro ou claro), apresentadas nos vídeos da categoria 1 (29), categoria 2 (9), categoria 3 (5), e categoria 4(3), não sendo notadas estas situações na categoria 5. Para a cor de pele, observou-se que, em 40 situações, os idosos tinham predominantemente pele branca constantes nos vídeos da categoria 1 (18), categoria 2 (5), categoria 3 (16) e categoria 4 (1) e não ocorreram nos vídeos da categoria 5. Em 31 casos, os idosos possuíam predominantemente pele parda, nos vídeos da categoria 1 (18), categoria 2 (8), categoria 3 (2), e categoria 4 (3). Em 8 situações, a maior parte dos idosos tinha pele negra, sendo observado nos vídeos da categoria 1 (6), categoria 3 (1), categoria 4 (1) e não terem sido notadas nas categorias 2 e 5. Em apenas 1 vídeo da categoria 1, os idosos participantes eram de origem japonesas e nos vídeos foi compreendido que os idosos eram brasileiros e de diferentes regiões do Brasil,

percebidos por sotaques de falas que se diferenciavam. Também foram observados outros aspectos, como a presença de barba, se o idoso era calvo e a cor de olhos. Porém, como na maior parte dos vídeos estes dados se tornaram difíceis de serem avaliados, devido à qualidade da imagem, à distância da filmagem, ou à presença de objetos que dificultavam a compreensão das características, elas não foram elencadas como resultados. Os dados encontrados na análise deste aspecto estão apresentados na tabela 14 a seguir.

Tabela 14. Características físicas dos idosos analisados e número de incidências nos vídeos.

COR DO CABELO	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS	COR DA PELE	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Branco ou grisalho	60	Branca	40
Cores escuras ou tingido	46	Parda	31
		Negra	8

Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto aos dados referentes aos **objetos decorativos e objetos de auxílio** utilizados pelos idosos, estes foram expressos detalhadamente na tabela 15. Ressalta-se que, na categoria propagandas, houve incidência predominante (11) na utilização dos objetos óculos e chapéus ou boinas.

Tabela 15. Principais objetos utilizados nas características físicas dos idosos

OBJETOS DECORATIVOS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS	OBJETOS DE AUXÍLIO	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Colar	18	Óculos	24
Maquiagem	17	Bengala, andador, muletas	7
Brinco	14	Camas (hospitalar, maca)	5

OBJETOS DECORATIVOS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS	OBJETOS DE AUXÍLIO	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Chapéu, boina ou boné	6	Cadeira de rodas	3
Enfeite de cabelo	6	Curativos	2
Bolsa	5		
Lenço	4		
Anel	4		
Relógio	1		
Esmalte	1		
Tatuagem	1		
Fantasia	1		
TOTAL	78	TOTAL	41

Fonte: Elaborado pelo autor

Outro aspecto analisado neste eixo 2, fez referência às **vestimentas dos idosos**. Observou-se que as roupas utilizadas pelos idosos eram de modelos simples, de modo geral, como camisetas, blusas básicas, calças de tecidos, saias compridas ou até o joelho, vestidos até o joelho ou longos. Estas foram caracterizadas principalmente por cores claras, neutras, ou de pequenas estampas, representando um total de 48 incidências presentes em todas as categorias dos vídeos. Foram notadas também nas cinco categorias (categoria 1 (20), categoria 2 (4), categoria 3 (5), categoria 4 (2) e categoria 5 (1), 32 incidências onde os idosos trajavam roupas de tonalidades de cor escura, porém de modelos simples.

Em 9 situações, os idosos tinham vestimenta esportiva, predominante nos vídeos, onde os mesmos realizavam alguma atividade física, porém, estas ocorrências se deram apenas na categoria 1 (4), categoria 2 (4) e categoria 3 (1). Em 8 vídeos, os idosos também utilizavam camisetas específicas de grupos de idosos organizados, durante a prática de alguma atividade, ou em visita a locais e participações em feiras, constantes nos vídeos da categoria 1 (4) e categoria 2 (4). Em apenas 7 situações foram observadas vestimentas que continham estampas ou

cores lisas chamativas e fortes, como as roupas de estampas de onças, ou vermelho e com brilhos (apenas na categoria 1(6) e categoria 2 (1)) .

Chama-se a atenção para o fato de que, em apenas 1 vídeo da categoria Reportagens foi mostrado o casamento de dois idosos que estavam com trajes sociais, diferentemente dos vídeos das demais categorias. Outro fato se refere a 1 vídeo da categoria Propagandas, onde um idoso utilizava vestimenta como a de um roqueiro, toda preta. Nos demais vídeos da categoria 3 em que não se utilizava roupas de tons claros, as vestimentas utilizadas pelos idosos eram de tons escuros, porém simples, como, por exemplo, blusas de lã marrom e calça de tecido escuro, tons claros, neutros e estampas claras. A seguir, foram evidenciadas algumas figuras retiradas das cenas de alguns vídeos, para exemplificar os tipos de vestimenta utilizados pelos idosos.

Figura 3. Vestimenta de tons claros ou neutros



Fonte: YouTube (2012)

Figura 4. Vestimentas simples e de tons escuros



Fonte: YouTube (2011)

Figura 5. Vestimenta esportiva



Fonte: YouTube (2012)

Figura 6. Utilização de camisetas de grupos de idosos



Fonte: YouTube (2012)

Figura 7. Vestimenta de estampas e cores chamativas ou fortes



Fonte: YouTube (2012)

Figura 8. Vestimentas com pequenas estampas, em tons claros



Fonte: YouTube (2011)

Figura 9. Vestimenta do estilo rock



Fonte: YouTube (2012)

Figura 10. Vestimenta social



Fonte: YouTube (2012)

O último aspecto avaliado neste eixo incluiu a **conduta, postura dos demais participantes em relação ao idoso**. Neste aspecto, foram consideradas as características que incluíram: a conduta de auxílio ao idoso, a condução do idoso durante suas falas para respostas de tendência mais positiva ou negativa, situações onde falavam pelos idosos, as manifestações de desprezo e falta de paciência com o idoso, a proteção de um idoso em uma situação específica, a reação de surpresa ao ver o comportamento de um idoso e o incentivo dos demais participantes do vídeo quanto à prática de atividade física. Considerou-se que havia condutas caracterizadas como positivas, marcadas por 30 situações e aquelas negativas, incidentes em 19 situações. Uma característica diferente foi observada em 4 vídeos da categoria Propagandas, onde foram notadas manifestações de carinho como conduta dos demais participantes para com o idoso. Estes dados estão detalhados na tabela 16 apresentada a seguir.

Tabela 16. Condutas dos demais participantes dos vídeos em relação aos idosos e número de incidências nos vídeos.

CONDUTADAS DE TENDÊNCIAS POSITIVAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS	CONDUTAS DE TENDÊNCIA NEGATIVAS	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Auxílio ao idoso	30	Influencia nas falas dos idosos	19
Influencia nas falas dos idosos		Responder ou falar pelo idoso	
Defender e proteger o idoso		Desprezo e falta de paciência com o idoso	
Incentivo dos demais participantes a prática de atividade física		Surpresa diante de um comportamento de um idoso	

Fonte: Elaborado pelo autor

No **Eixo 3 – Participação nos vídeos e contextos periféricos**, foram observadas todas as informações que não se incluíam nos dois eixos anteriores, mas consideradas interessantes para a análise dos vídeos. Estes aspectos incluíam a identificação do tipo de participação do idoso no vídeo, se este tinha um papel principal/protagonista ou apenas uma participação secundária ou coadjuvante e era apresentado apenas como exemplo de alguma discussão. Observou-se, também, o número e o gênero dos idosos presentes nos vídeos e buscou-se identificar quem eram os participantes periféricos e, ainda, se, no vídeo, havia presença de música de fundo e se apresentava alguma manifestação de caráter religioso.

O primeiro aspecto observado neste eixo de análise incluiu a **condição de participação do idoso** no vídeo. Para tanto, foi considerado que o idoso protagonista ou principal era aquele participante de maior foco do vídeo, que tinha muitas falas, ou estava sempre no foco das câmeras e das principais cenas. Para os vídeos onde os idosos apareciam apenas para exemplificar uma discussão ou uma situação vivenciada por participantes periféricos, foi considerada a opção de participação secundária ou coadjuvante.

Os dados evidenciaram que, em 43 vídeos (categoria 1 (17), categoria 2 (12), categoria 3 (10), categoria 4 (3) e categoria 5 (1)), os idosos tinham participação protagonista ou principal nos vídeos e, em 17 vídeos, esta participação foi secundária (categoria 1 (13), categoria 2 (1), categoria 3 (2), categoria 5 (1).

Evidencia-se o fato de que, nas categorias 1, 2 e 5, os idosos dos vídeos tinham participação principal e secundária, enquanto que, na maior parte das propagandas (10) que compuseram a categoria 3, os idosos tinham participação protagonista e, em apenas 2 vídeos, tiveram participação secundária. Nos 3 vídeos de entrevistas que compuseram a categoria 4, os idosos possuíam participação protagonista. Estes dados foram sucintamente ilustrados na tabela 17.

Tabela 17. Condição de participação do idoso no vídeo e número de incidências nos vídeos.

CONDIÇÃO DE PARTICIPAÇÃO DO IDOSO NO VÍDEO	NÚMERO DE INCIDÊNCIAS
Participação principal/protagonista	43
Participação secundária/coadjuvante	17

Fonte: Elaborado pelo autor

Para os dados referentes ao **número de idosos e o gênero** dos mesmos, foram considerados os vídeos onde apareciam idosos em pequenos e grandes grupos. Deste modo, o número total de idosos contabilizados nos vídeos incluiu apenas os vídeos em que havia pequenos grupos. Os vídeos nos quais constavam grandes grupos foram contabilizados separadamente. Sendo assim, o número total de idosos que integraram os vídeos foi 216, sendo 86 do gênero masculino e 128 do gênero feminino. Em 11 vídeos apareceram grandes grupos de idosos, dos quais, 9 deles tinham majoritariamente ou somente idosas do gênero feminino. Estes dados foram ilustrados na tabela 18 apresentada a seguir.

Tabela 18. Número de idosos analisados individualmente e em grupos, nos vídeos amostrais.

IDOSOS ANALISADOS NOS VÍDEOS AMOSTRAIS	TOTAL	
Idosos analisados individualmente	216 IDOSOS	
	86 homens	128 mulheres
Idosos analisados em grandes grupos	11 GRUPOS DE IDOSOS	
	9 vídeos com predominância de mulheres	

Fonte: Elaborado pelo autor

Os dados referentes à **identificação dos demais participantes dos vídeos** incluíram predominantemente: repórteres e pessoas e, também, pessoas desconhecidas. Porém, foi possível identificar também a presença de familiares, crianças, especialistas e pesquisadores, colaboradores ou coordenadores de um asilo, programa ou posto de saúde, policiais, amigos de convivência do asilo, integrantes de equipe de resgate, secretário da saúde, psicóloga, seguranças, fisioterapeutas, juiz, delegado, médico, enfermeiros, apresentador de um programa, artesão, assistente social, jornalistas, profissionais de Educação Física, netos, cuidador de idoso, vizinhos e uma candidata política.

Quanto à **presença de música** nos vídeos selecionados deste estudo, os dados indicaram predominância de vídeos cujas músicas eram instrumentais e ocorreram em 17 vídeos, que se enquadraram nas categorias 1 (9), 3 (7) e 5 (1). Também foram contabilizadas em menores incidências (um, dois ou três vídeos em cada estilo) as chamada “músicas de ginástica”, caracterizadas por ritmos rápidos, música pop inglesa e francesa, sertanejo raiz e sertanejo universitário, forró, música havaiana, músicas japonesas, funk, rock, anos 60, marchinhas de carnaval e a música de um produto específico. Os dados analisados neste aspecto foram apresentados na tabela 19.

Tabela 19. Estilos musicais constantes nos vídeos analisados.

UTILIZAÇÃO DE MÚSICA NOS VÍDEOS AMOSTRAIS			
VÍDEOS COM MÚSICA		VÍDEOS SEM MÚSICA	
Músicas instrumentais	17		
Músicas religiosas	3		
Música pop (língua inglesa ou francesa)	2		
Músicas para ginástica (ritmos rápidos)	2		
Anos 60	2		
Sertaneja Raiz	1		
Sertanejo Universitário	1		
Forró	1		
Música havaiana	1		
Música japonesa	1		
Funk	1		
Rock	1		
Marchinhas de carnaval	1		
Música de um produto específico	1		
TOTAL	35	TOTAL	25

Fonte: Elaborado pelo autor

O último aspecto analisado no eixo 3 incluiu as **manifestações religiosas**. Para tanto, foram observados nos vídeos se havia a presença de objetos, músicas ou falas que fizessem algum tipo de referência religiosa. Observou-se que as maiores incidências foram marcadas pela presença de falas que faziam referência a Deus, à sua proteção, misericórdia e agradecimento, percebidos em 11 vídeos que ocorreram predominantemente na categoria 1 (7), mas também na categoria 2 (1), categoria 4 (2) e categoria 5 (1). A seguir, estão elencadas algumas falas dos idosos que evidenciam este fato.

“..quando eu era jovem eu tinha muitos sonhos, hoje eu não tenho mais, tenho só um que é a vida eterna em Deus”
(vídeo 15, Reportagens)

“ai meu Deus, me esqueci (remédio)”
(vídeo 43, Vídeos de Imagens e Filmes)

“eu sou evangélico e não mecho com ninguém”
(vídeo 56, Entrevistas)

“...então, o idoso não é para ser humilhado, porque ele já foi jovem e pela misericórdia de Nosso Senhor Jesus e foi ficando na idade até Ele (Deus) arrebatá-lo e levá-lo”

(vídeo 59, Outros)

Outro tipo de manifestação religiosa ocorreu em forma de objetos apresentados de diferentes formas: Imagens de santos, igrejas, crucifixos e terços, percebidos em 8 vídeos. Em apenas dois vídeos foi observado a presença de música religiosa. Observou-se que, nos vídeos da categoria 1, foram notados, tanto falas, como músicas e objetos de caráter religioso. Nos vídeos da categoria 2, foram observadas estas manifestações apenas em músicas e falas, enquanto que, nas categorias 4 e 5, apenas em 1 vídeo de cada categoria estavam evidenciadas estas manifestações nas falas. Em nenhuma das propagandas foram notados aspectos de caráter religioso. A tabela 20 apresenta os tipos de manifestações religiosas observadas nos vídeos.

Tabela 20. Manifestações religiosas observadas nos vídeos amostrais.

MANIFESTAÇÕES RELIGIOSAS	TOTAL DE VÍDEOS
Falas dos idosos	11
Objetos (imagens de santos, referência à igreja, crucifixos e terços)	8
Músicas Religiosas	2

Fonte: Elaborado pelo autor

7 DISCUSSÕES

Para a realização deste estudo, foram tomadas algumas decisões metodológicas com relação ao tipo de coleta e critérios de inclusão e exclusão, visto que o local da pesquisa é muito abrangente e possui grande quantidade de material. Sendo assim, neste estudo, buscou-se incluir todos os vídeos disponíveis no YouTube®, postados entre os anos de 2011 e 2012 e relacionados com as temáticas idoso e mídia.

Diferentemente, em um estudo de Hussin, Frazier e Thompson (2011) também realizado por meio de análise de vídeos do YouTube®, porém relacionado com a aceitação da imagem corporal, os autores buscaram reorganizar os vídeos encontrados, de acordo com o número de visualizações, sendo, então, selecionados como amostra, apenas aqueles mais assistidos. Já no estudo de Milanez (2009), estes vídeos no YouTube®, foram selecionados tendenciosamente, ou seja, os pesquisadores apenas selecionariam vídeos encontrados no *site*, que atendiam aos próprios interesses de análise.

Já Tourinho et al. (2012), em um estudo realizado também no YouTube®, acerca da temática saúde, especificamente, reabilitação cardiopulmonar, os autores, assim como no presente estudo, realizaram uma busca ampla acerca destes temas. Porém, utilizaram como critério de inclusão a seleção dos vídeos que tivessem duração menor que 4 minutos, por meio do filtro disponível no próprio *site* e, também, incluíram apenas os vídeos postados no período de um ano (referente a novembro de 2010 e novembro de 2011).

É possível observar que diferentes procedimentos são realizados durante a seleção para análise de vídeos no YouTube®, visto que, o sistema de pesquisa do *site* não disponibiliza ferramentas que direcionem os resultados de um modo específico, quando o mesmo é utilizado para fins de pesquisa. Neste estudo, por exemplo, compreendeu-se, primeiramente, a necessidade de identificar que tipos de vídeos que existem no *site*, acerca das temáticas envolvidas, pois se cogitou a hipótese de haver diferenças quanto ao tipo de estrutura dos mesmos e as possíveis divergências quanto aos comportamentos dos idosos constantes nestes vídeos. Portanto, constata-se que, conquanto o *site* favoreça uma gama bastante ampla de

possibilidades de acesso aos vídeos, a limitada organização e estruturação do *site* ainda apontam certa limitação para pesquisas no campo acadêmico, as quais requerem rigor para controle das variáveis a serem observadas nos estudos.

Neste sentido, foi possível observar que os vídeos apenas filmados e postados sem edição, mostravam situações corriqueiras envolvendo o idoso. Diferentemente, nos vídeos editados, como naqueles da categoria 1) Reportagens, já havia respostas às questões realizadas por repórteres e direcionadas aos idosos, observando-se, geralmente, falas específicas a um assunto abordado por participantes periféricos aos vídeos. Outra situação observada, foi que, nos vídeos da categoria 3) Propagandas, foram demonstradas situações de idosos que representavam uma imagem a qual, não necessariamente, coincidia com a sua realidade, como por exemplo, nos vídeos 48 e 49, nos quais os idosos estavam sentados, lendo livros, ou fazendo trabalhos manuais (tricô). Isto não necessariamente representa a atividade principal ou de preferência dos mesmos.

Esta situação se apresentou de forma diferente daqueles vídeos inseridos na categoria 4) Entrevistas, os quais, eram marcadas por falas de idosos em situações reais, ocorridas com eles, como no vídeo 56, em que um idoso está em uma delegacia fazendo um boletim de ocorrência, devido a um conflito com um vizinho, por ter tido sua casa vandalizada pelo mesmo. A categorização dos vídeos constantes no *site* permitiu compreender que os mesmos poderiam ser analisados com base em diferentes aspectos e especificidades, os quais determinaram a subdivisão nos eixos temáticos 1, 2 e 3. Entretanto, optou-se por realizar a discussão destes aspectos de modo unificado, visto que as ideias observadas nos vídeos poderiam se agrupar, guardando diversas relações, para além de seus focos específicos, para que se pudesse compreender a imagem de modo mais abrangente.

Com relação aos conteúdos abarcados nos vídeos analisados, notou-se que os dados relacionados ao aspecto **tonalidade das falas dos idosos** do Eixo 1 evidenciaram que, em 19 situações dos vídeos, as tonalidades das falas dos idosos eram fortes e indicavam entusiasmo. Estes vídeos foram observados em situações cotidianas, constantes nos vídeos da categoria 1 e 2 predominantemente e nas situações em que estes dados ocorreram, os idosos estavam realizando atividades

que pareciam prazerosas, assim como também foi observado nos vídeos da categoria 3, todavia com menor incidência.

Segundo Kyrillus (2003), o prazer ou gosto pelo que se faz, pode se tornar um aliado quando se trata de imposição de voz, ou tom de voz forte. Para este autor, as condições emocionais envolvidas na realização de atividades prazerosas podem, ainda, gerar interferências positivas no desempenho da voz, assim como aquelas tonalidades de voz observadas neste estudo.

Em 16 vídeos, porém, observou-se que a voz das pessoas idosas tendiam para fraca, trêmula, rouca ou pouco nítida. Para este dado deve ser levado em consideração o fato de que a pessoa humana envelhece e, neste processo, estão acompanhados os desgastes físicos, os declínios de algumas funções do corpo, bem como, a transformação da tonalidade de voz. No estudo em questão, esta situação relacionada à tonalidade de voz prejudicada, ocorreu principalmente em vídeos das categorias 1 e 2, ou seja, em situações reais e corriqueiras.

De modo semelhante, os dados encontrados por meio da análise de vídeos desta pesquisa, vão ao encontro dos achados de Menezes e Vicente (2007), em um estudo realizado com idosos, em que, observou-se que a qualidade de voz dos mesmos tinha predominância rouca, indicando desgaste de voz destes indivíduos. Isto evidencia a influência inevitável do envelhecimento sobre a voz destes idosos participantes da pesquisa.

No estudo de Costa e Matias (2005), realizado com mulheres idosas com mais de 60 anos, os autores observaram que existe uma grande importância deste aspecto (tonalidade da voz) na qualidade de vida do idoso, visto que, a voz é um fator condicionante para a comunicação e socialização do ser humano, além de desvendar as principais características físicas e psicológicas de cada pessoa. Portanto, a tonalidade da voz pode interferir, inclusive, negativamente nos relacionamentos do idoso e em seu ajuste social, quando esta se apresenta em situação de desgaste ou prejudicada (COSTA; MATIAS, 2005),

Todavia, estes não devem ser considerados aspectos analisados isoladamente, visto que estas manifestações não se relacionam apenas com a condição física do idoso. Outro fator que pode estar associado é a relação do estado de humor, das emoções do indivíduo com sua imposição de voz, o que incluiu também a pessoa

idosa. Neste sentido, Kyrillus (2003) sugere que, nas ocasiões em que se percebe o quadro de ansiedade de uma pessoa, essa, pode gerar desempenho negativo na tonalidade da voz, como, por exemplo, o tremor e, portanto, não está associado a uma condição permanente do padrão de voz de uma pessoa, mas sim, a uma situação momentânea. Foi considerado ainda que, em 2 vídeos, os idosos apresentavam tonalidade de falas que indicavam raiva. Todavia este fato é explicado em um deles, a revolta do idoso em ser velho, onde ele exprime, por meio de falas de tonalidade forte e até gritos, as situações ruins e embaraçosas ocorridas com o idoso.

Em outro vídeo, o idoso se encontra muito bravo com uma situação ocorrida com ele e adota a mesma postura de voz do idoso retratado no vídeo citado anteriormente. Estas circunstâncias podem justamente indicar que estes são padrões que ocorrem instintivamente diante de situações que incomodam e causam algum de tipo de revolta. Outro fato a ser considerado quanto à justificativa do tipo de voz empregada pelos idosos (no caso, representando raiva) geralmente ocorre, pois, segundo Amorin (2008), há uma sensação de alívio quando um indivíduo consegue expressar sua raiva, um dos componentes da agressividade, por meio da fala, evitando que a mesma seja descontada na forma de ações com outras pessoas. Todavia, ressalta-se a importância de saber lidar com estas emoções e imposições de voz.

Ainda na mesma direção, Spielberg e Biaggio (1992) afirmam que existem diferentes formas de se lidar e vivenciar a raiva e que estas dependem de cada indivíduo. Segundo os mesmos autores, o tipo de resposta a este estado emocional, que pode ser momentâneo ou da própria personalidade do indivíduo, pode ser expresso de forma mais reprimida, ou também, em direção a objetos ou outras pessoas com os quais convive.

Dentre os vídeos analisados, a **predominância das falas** ocorreu por parte dos participantes periféricos (demais participantes do vídeo), observados em 37 vídeos. Nos demais vídeos, os idosos tiveram falas de modo predominante (12) ou não tiveram falas (11). Apesar destes dados encontrados para as falas, há que se notar o grande número de vídeos no YouTube®, cujo idoso era o foco central ou tema do vídeo, principalmente naqueles incluídos na categoria 1) Reportagens e nos

3 vídeos da categoria 4) Entrevistas, deste estudo. Nestes vídeos, eram preconizadas as discussões ocorridas sobre ou com o idoso em programas de TV, porém, apesar de abordarem temáticas específicas do ou para o idoso, em muitos vídeos, os mesmos tinham apenas falas em que concordavam com os repórteres ou apresentadores. Este dado sugere que existe um interesse da mídia pelo indivíduo idoso, todavia, ele ainda não consegue falar por si só e ter liberdade de dizer tudo o que gostaria, ou dizer aquilo que realmente deseja. Por isso, ainda em muitas situações dos vídeos, o idoso fica apenas parado, sentado e quase não gesticula com as mãos, assim como foram observados predominantemente no aspecto relacionado aos **gestos dos idosos**, constante no Eixo 2.

No mesmo sentido, os dados referentes às características de subestimar o idoso, constante nos **significados de tendências negativas** das falas dos participantes periféricos, do Eixo 1, com 26 incidências, mostraram que esta pequena abertura às falas dos idosos ocorre em diferentes contextos, seja nas diferentes mídias ou em uma situação familiar ou asilar, por exemplo. Assim, no estudo em apreço, também foi notado nos vídeos o quanto os participantes periféricos, não têm paciência com as falas de pessoas idosas, ou, muitas vezes, falam por eles, induzindo-os a dizerem coisas ou assuntos desejados. Sendo assim, é possível hipotetizar que as ações das pessoas com as quais o idoso convive, assim como o recurso de falar pelos idosos ou de induzir a respostas desejadas, tendem para manifestações preconceituosas, que acabam burlando o caminho de construção adequada da representação do idoso, conduzindo os idosos a demonstrarem comportamentos e falas que podem não ser reais ou desejadas por eles.

Ao se abordar a questão do preconceito, é necessário defini-lo e compreendê-lo melhor. O preconceito está relacionado com as ações de um indivíduo caracterizadas por discriminação, sendo provocado pelo estado de espírito da pessoa que o desencadeia (ROSE, 1972). Segundo Mauerberg-de Castro (2011, p. 84), o preconceito está associado, principalmente, com as “[...] concepções sociais que influenciam as atitudes das pessoas e acabam refletindo-se em atos discriminatórios”.

O preconceito pode ser expresso de diferentes formas, e, portanto, não inclui somente a fala, ocorre por diversos tipos de manifestações, que envolvem a raça, cor, opção sexual, dentre outros aspectos e, geralmente, estão associadas às atitudes preconceituosas ou discriminativas, percebidas por pessoas que também têm suas limitações e que, por algum motivo, querem escondê-las, mas acabam fazendo com que aquele que é discriminado, perca sua liberdade e seja desconsiderado socialmente (MAUERBERG-DE CASTRO, 2011). Para esta autora, os grupos de minoria, assim como os idosos, foco deste estudo, acabam sendo rotulados por estigmas, que indicam algum tipo de desvio indesejável e que são impostos por outros grupos, resultando nas atitudes preconceituosas.

Machado (2007) afirma que o preconceito está presente ainda hoje na sociedade contemporânea, apesar do grande esforço que tem sido feito para minimizá-lo, por meio de pesquisas científicas e campanhas relacionadas ao assunto. Associado a esta ideia com a vida do idoso, alguns autores (OLIVEIRA; GOMES; OLIVEIRA, 2006; MARCHI; SCHNEIDER; OLIVEIRA, 2010) têm demonstrado que, ainda hoje, é preconizada a visão do idoso que é rejeitado na sociedade em que vive, visto que ele não mais contribui economicamente e, portanto, perde seus relacionamentos de trabalho, suas funções e atividades anteriormente desempenhadas por ele, além de perder um espaço considerável em seu núcleo de relacionamentos.

Há que se considerar que estes são fatos que podem realmente ocorrer com o idoso, porém, ao mesmo tempo em que este perde algumas funções no contexto em que vive, ele assume outras, como também ocorre com seu núcleo de relacionamentos e, inclusive, há a possibilidade de criação de novos espaços em sua vida, que antes não eram viáveis. Esta visão, abarcada apenas por um caminho de mão única, acaba por considerar o idoso de uma forma generalista, na qual, são preconizadas apenas as características de tendências negativas de sua vida, como as perdas biológicas naturais, sociais e a caracterização pejorativa do indivíduo idoso apenas como “velhos” ou “desocupados”.

Couto et al. (2009) corroboram esta discussão anteriormente aventada, quando afirmam que, ainda hoje existem marcas de discriminação contra o idoso. No estudo realizado por estes pesquisadores, objetivou-se buscar se havia e quais

os tipos de discriminação existente no Brasil, referente ao indivíduo idoso. Apesar de os pesquisadores terem avaliado os dados das respostas de idosos residentes no sul do país, após as análises, chegaram à conclusão de que existem muitos preconceitos e atitudes discriminatórias contra os idosos, sendo estes apresentados em relação ao quadro de saúde dos idosos e pelo contexto social em que vivem. Porém, estes idosos, ao lidarem com tais situações, procuram adotar estratégias para superá-las e não deixar que prejudiquem sua saúde física ou psíquica, como a ocorrência de estresse ou depressão. Neste sentido, estes pesquisadores alertam para o fato de que tais atitudes podem contribuir de forma negativa na vida do idoso, influenciando pejorativamente em sua qualidade de vida.

Para Martins e Rodrigues (2004, p. 250), estes preconceitos ocorrem principalmente pela imagem do idoso estar carregada por estereótipos capazes de projetar, nesta fase da vida, o que eles chamaram de “representação social gerontofóbica”. Isto acaba por influenciar a própria autoimagem do idoso, gerando, até mesmo, o sentimento de negação da velhice.

Observações semelhantes foram encontradas em alguns dos vídeos amostrais deste estudo, quando foram analisadas algumas características dos **significados das falas de tendências negativas** provenientes dos idosos, ocorridos em 6 situações, em que foram manifestadas falas que indicavam a não aceitação por ser idoso. Além disso, este tipo de manifestação foi também observada por parte dos participantes periféricos (demais participantes do vídeo) , quando manifestaram o medo ou a não aceitação de se tornarem um idoso, em 4 situações. Observou-se que, neste estudo, nos vídeos em que foram percebidas falas relacionadas a este medo, que estas provinham de pessoas adultas. Todavia, vale ressaltar que este tipo de emoção ocorre em pessoas de todas as idades.

Quando se trata do medo originário de um idoso, o estudo de Freire Júnior e Tavares (2005), realizado com idosos residentes de um lar para idosos, trouxe à realidade, a ideia de que estes sentiam medo da velhice, o qual era desencadeado pelas possibilidades de agressões, pela dependência de pessoas externas para a realização de atividades, bem como, pela perda da autonomia. No mesmo sentido, o estudo de Fernandes e Garcia (2010), com idosos integrantes de um grupo de convivência da região nordeste do Brasil, demonstrou que o medo da velhice é uma

característica marcante nas falas de pessoas idosas. Os entrevistados relataram que estes medos se associavam à chegada da idade avançada, ou de não serem mais amados e, portanto, de serem rejeitados e de precisarem de ajuda para se locomover, ou ao ficarem acamados.

Os dados interpretados por estes autores trazem à realidade a ideia do medo associado principalmente com a condição de saúde do idoso, sua finitude e, até mesmo, o medo deste se tornar um peso para aqueles com quem convive. Estes aspectos também foram observados nas falas dos próprios idosos em 12 situações e também dos demais participantes dos vídeos em 4 situações dos vídeos do YouTube® analisados neste estudo. Ainda, no estudo de Cicirelli (2006), realizado com dois grupos de idosos, os mais jovens e os de idade mais avançada, também foram demonstradas evidências quanto ao medo da velhice, sendo evidenciados fatores associados ao medo decorrente da diminuição do tempo de vida e da morte, medo de agravamento da saúde e aspectos relacionados principalmente ao quadro físico debilitado do idoso na velhice, mas não ao quadro psicológico e espiritual dos mesmos.

Estas evidências de negação da velhice e o medo em chegar a esta etapa da vida, ficam ainda mais notórias, quando associadas à aproximação demasiada com a juventude. O estudo de Piccoli et al. (2012), demonstra justamente que, idosos que se consideram roqueiros, relataram que têm o espírito jovial e por isso, acabam renegando as condições negativas e inevitáveis da velhice. Assim, estes autores sugerem que tais atitudes e condutas podem deixar subentendida a eterna e incansável busca pela juventude, situação esta que pode ser influenciada pelo preconceito, pela visão estigmatizada e equivocada de ser idoso atualmente. Os dados encontrados por esses autores sugeririam, então, uma problematização representada ou demonstrada por uma emoção (medo) que, para alguns idosos, acaba sendo preconizada, ora pelo fato dele ter medo de ser idoso, ora por ele se apegar ao fato de ser jovem, consequentemente, ter medo de se sentir idoso.

Nesta perspectiva da necessidade da perpetuar a juventude e renegar a velhice por parte de pessoas não idosas, é demonstrada no estudo de Moreira e Nogueira (2008), que evidencia nitidamente o modo equivocado como um grupo de adultos que trabalham com procedimentos estéticos, faz associações à velhice.

Estes participantes relataram, nesse estudo, o medo da velhice proveniente de associações às debilidades físicas, assim como, foram evidenciados, nos estudos anteriormente citados, que os próprios idosos demonstravam medo da velhice, mas também, o medo da perda de socialização e de espaços, da morte, da solidão, perda de condições financeiras, decorrentes das pequenas remunerações da aposentadoria, bem como, medo do não ser mais jovem. Estes dados permitem compreender que a ideia ligada ao medo da velhice não ocorre apenas com as pessoas que já se encontram em fase avançada do envelhecimento, mas, pode incidir em diferentes etapas da vida, seja na infância, adolescência ou na fase adulta, onde há maior proximidade com a velhice.

No mesmo sentido, o estudo de Concone (2007), realizado por meio de discussões baseadas na experiência própria da pesquisadora, ocorre um detalhamento com relação ao medo do envelhecimento. Nesse estudo são abarcadas discussões que também incluem o medo da perda de socialização, da morte, das evidências físicas e relacionadas à saúde e medo das perdas psicológicas.

Este quadro permite observar que, visualizar o idoso e a velhice como uma etapa natural do desenvolvimento humano, parecer ser, ainda, algo incompreendido pelas pessoas, seja com base nos valores provenientes do próprio idoso que desfruta da velhice, ou por pessoas periféricas (demais participantes dos vídeos) a ele, as quais, em muitas situações, demonstram querer certo distanciamento desta etapa da vida. Este fato pode ser evidenciado no estudo de Campos, Dias e Rodrigues (2011), no qual cuidadores de idosos, participantes do estudo, afirmaram que os idosos têm medo da velhice, associando este medo à solidão e à perda de socialização do mesmo. Ou seja, mesmo que estes idosos não sintam efetivamente medo ou repúdio à velhice, é esta a visão afirmada ou compreendida pelas pessoas com a qual ele convive, neste caso, cuidadores. Todavia, há que se considerar que esta é a visão de uma das pessoas que convivem com o idoso, no caso, o cuidador, mas não necessariamente esta é a própria visão do indivíduo idoso.

Outros estudos também tomam como foco a visão da imagem do idoso, partindo de pessoas que convivem com ele. No estudo de Freitas e Ferreira (2013), os autores, na busca da concepção de adolescentes acerca da imagem do idoso,

evidenciaram que os mesmos, ainda que reconhecessem os aspectos positivos da velhice, relataram a imagem do idoso numa perspectiva de conclusão, ou seja, mostraram a vida idosa como uma etapa de declínios físicos, fragilidades e cansaço, associando essa imagem aos cabelos brancos, rugas e a pessoas que precisam de cuidados ou atenção especial. É possível compreender que, este tipo de preconceito ocorre, não somente por parte de pessoas adultas com as quais o idoso convive, mas também, com adolescentes, os quais, na realidade dos idosos, poderiam ser seus netos.

Dados semelhantes foram também encontrados no estudo de Martins, Biasus e Camargo (2008), os quais buscaram compreender a visão do próprio idoso e também de indivíduos de diferentes faixas etárias (adultos e adolescentes) sobre a velhice, e encontraram resultados que indicam uma concepção de idoso vinculada a perdas orgânicas, na qual, a vida senil não é considerada como um processo, mas como uma etapa de difícil desenvolvimento ou final, na visão de pessoas periféricas (demais participantes do vídeo). Estes dados foram complementados com os de reconhecimento das características positivas da vida do idoso, como a sabedoria e a experiência.

Dados relacionados a esta ideia da imagem estereotipada do idoso também constavam no aspecto **significados das falas de tendências negativas**. Nas características referentes ao reconhecimento, apenas dos pontos negativos em ser idoso, foi percebido que estas perspectivas eram preconizadas de uma forma exacerbada. Estas incidências foram muito recorrentes, sendo observadas em 13 situações distintas, quando partiram dos próprios idosos e pior, em 29 situações, quando partiram dos participantes periféricos.

Quando se trata da imagem do próprio idoso com relação a sua fase da vida em um contexto social, nota-se que ainda existe uma visão de tendência negativa, principalmente quando os idosos vivem em instituições voltadas para o idoso, como asilos ou lares de idosos. Em estudos realizados com estes idosos institucionalizados, foram observadas associações com doenças, perdas inerentes à velhice e a proximidade com a morte (ARAAÚJO, COUTINHO; SALDANHA, 2005; ARAÚJO; COUTINHO; SANTOS, 2006; COSTA; CAMPOS, 2009; VELOZ; NASCIMENTO-SCHULZE; CAMARGO, 1999).

De modo semelhante, no estudo realizado por Costa e Campos (2009), os autores analisaram idosos de diferentes instituições (Universidade Terceira Idade, um grupo de idosos e um centro de convivência) e observaram que existem percepções diferentes dos idosos com relação à velhice. As mesmas acabavam indicando a relação da fase da vida com declínios funcionais, mas também, com o reconhecimento dos direitos sociais do idoso. Os autores enfatizam a importância de programas e políticas voltadas para o idoso, no sentido de contribuir para sua socialização e ampliação de relacionamentos dos mesmos.

Em contrapartida, outros estudos (ARAÚJO; COUTINHO; CARVALHO, 2005; MAGNABOSCO-MARTINS; VIZEU-CAMARGO; BIASUS, 2008;) demonstraram que este reconhecimento do próprio idoso apresentou tendências mais positivas, sendo ora associadas aos benefícios da vida idosa, como a aposentadoria, ora aos benefícios da atividade física para a vida do idoso, bem como, ao maior tempo de que estes dispõem para isso.

No estudo de Magnabosco-Martins, Vizeu-Camargo e Biasus (2008), apesar dos indivíduos não idosos terem apresentado uma visão de tendência negativa em relação à velhice, os próprios idosos também participantes da pesquisa, reconhecem a importância da socialização e da convivência familiar, bem como as diferenças existentes entre o ser idoso ativo ou desanimado, ideia esta preconizada pela participação em grupos de idoso. Os dados desses estudos podem indicar que o responsável principal por esta percepção de uma imagem positiva é o próprio idoso, ou sua própria visão sobre este aspecto.

No mesmo sentido, no estudo de Araújo, Coutinho e Carvalho (2005), os pesquisadores se propuseram a investigar as representações sociais estabelecidas por idoso participantes de grupos de convivência de atividades diversificadas. Estes autores encontraram resultados que evidenciaram reflexos positivos na vida do idoso que participa destes grupos, entre os quais foram incluídos os benefícios da autoimagem positiva do idoso, o reestabelecimento das relações pessoais, a formação de idosos cidadãos em detrimento das práticas realizadas nestes grupos e a utilização de suas potencialidades, que ainda podem ser desenvolvidas, mesmo na fase do envelhecimento. Estes dados evidenciam a eficácia da participação de

idosos praticam atividades prazerosas e diversificadas na compreensão sobre a imagem do idoso, ressaltando-se os aspectos positivos.

No caso do presente estudo, foi observado, nas falas constantes dos vídeos analisados que, ao mesmo tempo em que os idosos compreendem suas debilidades físicas e as limitações da velhice, também conseguem compreender os benefícios nela existentes. Ou, ainda, existe uma porcentagem de idosos que acredita que a velhice é preconizada por tendências de caráter muito mais positivo, enquanto que outros enfatizam aquelas perspectivas somente negativas. Isso pode ser observado pelo número de incidências ocorridas nos significados das falas dos idosos, caracterizadas como tendências positivas e tendências negativas, que foram muito semelhantes (44 e 38, respectivamente), mostrando uma pequena diferença para as tendências positivas em comparação com as negativas.

Diferentemente, quando se tratou dos dados referentes aos **significados das falas** dos demais participantes dos vídeos, a incidência demonstrada nas tendências negativas, relacionadas à representação da fase da vida idosa apenas por seu caráter pejorativo, foi superior às positivas (86 e 61, respectivamente). Deste fato, pode-se hipotetizar que a problemática da compreensão mais negativa sobre a representação social ou da imagem que tem sido associada ao idoso, se percebe com maior força na comunidade, nos profissionais que cuidam de idosos, na família e nas pessoas com as quais ele convive e não tanto do próprio idoso.

Todavia, os dados encontrados nos estudos (CAMPOS; DIAS; RODRIGUES, 2011; GONÇALVES et al., 2006), parecem estar permeados por percepções divididas, quando se tratam de pessoas não idosas, evidenciando que, apesar destas pessoas em muitas situações reconhecerem e caracterizarem o idoso por aspectos de tendências negativas, também manifestam percepções mais positivas com relação à velhice e aos benefícios nela existentes, como por exemplo a aposentaria e a possibilidade de conviver em um bom local de longa permanência. Deste modo, estes dados não evidenciam tantas divergências de opiniões entre os idosos e pessoas não idosas em relação às tendências negativas e positivas, o que difere do presente estudo, haja vista que há maior incidência de tendências negativas.

No estudo realizado por Campos, Dias e Rodrigues (2011) os dados apontados mostraram uma visão dividida com relação à figura idosa e a representação de sua vida. Esta visão demonstrada por cuidadores de idosos e que, portanto, têm grande convivência com eles, mostrou que os mesmos reconhecem que a vida idosa é caracterizado pela satisfação pessoal, pelo aumento de tempo para realização de atividades prazerosas, portanto, uma fase da vida que tem seu valor. Todavia, estas pessoas evidenciam que existem perdas no processo de envelhecimento, mas entendem que a velhice não é e não deve mais ser compreendida somente por tais aspectos.

Em semelhante direção, o estudo de Gonçalves et al. (2006), também apresentou dados referentes à percepção de pessoas com as quais os idosos convivem. Estes pesquisadores buscaram compreender a visão de familiares que convivem e cuidam de idosos e perceberam que, em muitas situações, estas pessoas cuidavam dos idosos por obrigação e porque esta era a única opção que tinham. Ao mesmo tempo, reconheciam que o cuidar destas pessoas está associado à gratidão que tem por eles, à importância de sua dignidade como pessoa cidadã e ao reconhecimento de que estes idosos têm na família e na comunidade em que vivem, o que pode representar uma visão mais positiva destas pessoas periféricas.

Campos, Dias e Rodrigues (2011), assim como Freitas e Ferreira (2013) sugerem, justamente, que é necessário que esta visão carregada por tendências negativas, simplistas ou reducionistas sobre o idoso seja modificada, investida por intervenções educativas, que sejam propostas desde a infância, já na escola, para que estes indivíduos possam crescer sem terem intrínsecos a eles uma imagem preconceituosa do idoso e tenham oportunidades de criar e manter relacionamentos com estas pessoas de modo natural, nos quais haja a compreensão dos conhecimentos e da sabedoria do idoso e dos benefícios diante de tais relacionamentos. Estes estudos sugerem que as mudanças já começaram a ser feitas, indicando expectativas positivas quanto a esta visão, porém ainda são necessários maiores investimentos neste sentido.

Nesta perspectiva positiva proposta por esses autores anteriormente citados, foram observados dados semelhantes durante a análise dos **significados das falas**, de acordo com a visão dos idosos. Estas observações ocorreram nas características

referentes ao reconhecimento dos benefícios em ser idoso e a importância de práticas de atividades diversas para sua vida. No mesmo sentido, os participantes periféricos (demais participantes do vídeo) também tinham falas que evidenciavam a valorização do idoso, o reconhecimento de sua importância na sociedade e da prática de atividades diversificadas, bem como, dos cuidados da saúde e de recursos preventivos a ela.

Assim como nas observações realizadas no estudo em apreço, na pesquisa desenvolvida por Gomes (2012), foram demonstradas percepções positivas quanto à vida de idosos que realizam atividades físicas. Estes idosos associam os benefícios da prática a aspectos físicos e também psicológicos, como por exemplo, a felicidade. No mesmo sentido, Gomes e Zazá (2009) demonstraram que um grupo de idosas praticantes de atividades físicas, relataram benefícios em suas vidas provenientes destas práticas, relacionando-os com as melhorias dos quadros patológicos e da saúde de modo geral, além de contribuírem para a socialização, a aprendizagem de atividades e movimentos diversificados e mudanças positivas para a autoestima.

Também, em um estudo comparativo realizado por Costello et al. (2011), os autores demonstram a percepção de idosos praticantes e não praticantes de atividade física, quanto aos benefícios da prática, da adesão e as barreiras existentes para a prática. Para tanto, evidenciam que, independente destes idosos praticarem ou não atividade, eles reconhecem que os benefícios e os motivos da prática estão associados principalmente com a manutenção de saúde, bem como, da socialização decorrente das práticas.

Com relação à perspectiva positiva de pessoas não idosas sobre a participação de idosos em programas de atividade física, é importante ressaltar que, nos vídeos analisados, em que havia estas situações, existia um reconhecimento dos benefícios que ela pode oferecer na vida do idoso. Este reconhecimento é proveniente de diferentes tipos de pessoas com as quais o idoso convive, como os integrantes de sua família, os profissionais que trabalham com ele, como os profissionais de Educação Física, médicos, fisioterapeutas, psicólogos e também de pesquisadores e órgãos públicos que tem oferecido programas e projetos que estimulam a prática de atividades físicas, manuais, intelectuais visando melhor qualidade de vida aos idosos (BENEDETTI; GONÇALVEZ; MOTA, 2007)

Para tanto, todos os aspectos observados nas falas dos idosos e também dos demais participantes dos vídeos, relacionados às tendências positivas ou negativas podem ser manifestados, não somente em situações cotidianas, com idosos participantes de grupos específicos, familiares ou cuidadores de idosos, mas também, têm sido apregoados em diferentes mídias. Segundo Andrade (2012) os acontecimentos de uma sociedade estão imersos por sistemas simbólicos, nos quais, a velhice está inserida e é discutida por diferentes discursos, sendo o principal deles a mídia, de uma forma geral. Esta, por sua vez, contribuiu com a construção de um imaginário social composto por certos direcionamentos, ou seja, é determinada por apontamentos, atitudes e posturas daquilo que ela pretende apresentar, como ocorre com a imagem do idoso em diferentes contextos.

Diante deste quadro, é possível, então, questionar se a mídia tem ou não influência sobre a compreensão das pessoas com relação à representação do idoso e dos valores e ideias associadas a ele ou, se apenas reflete aquilo que é pregado ou vivido em determinada sociedade. Segundo Félix e Santos (2011), pode-se dizer que ela, ao mesmo tempo em que apresenta moldes de representações sociais, também reproduz tais representações vivenciadas na sociedade. E Incontri (2002) afirma ainda que é impossível dizer que a mídia não se posiciona com relação à representação do idoso, visto que ela tem seus interesses capitalistas, marcados pela venda de produtos considerados lucrativos. Neste sentido, aquilo que gera mais lucro se torna notícia ou assunto a ser discutido na mídia e aquelas notícias que demonstram o bem, não são tão atrativas quanto aquelas que são exploradas por assuntos picantes, escandalosos ou desastrosos.

Nos vídeos analisados, pertencentes às categorias 1, 2, 4 e 5, houve uma incidência de 19 vídeos, abordando diversos assuntos, que podem ser considerados desagradáveis, tais como: agressão (física ou verbal) cometida contra algum idoso, idosos acidentados, atropelados, roubados, assassinados, passando mal, doentes, sendo presos ou com problemas na justiça, sendo algumas delas caracterizadas pela violência. Ainda, na categoria 3, dentre todos os 12 vídeos analisados, 9 dos vídeos de propagandas se relacionavam com comercialização de produtos específicos para idosos, sendo eles: produtos, empresas, instituições ou serviços relacionados à saúde.

Esta comercialização direcionada ao público idoso, por vezes, associa a imagem do idoso com a necessidade de cuidar da saúde. Entretanto, tal necessidade de cuidado com a saúde também pode representar uma fonte de renda, uma maneira de gerar lucros para as empresas, que acabam tirando proveito disto. Estes dados corroboram as ideias propostas por Incontri (2002), quando afirma que situações de violência, agressão ou desgraça são mais atrativas para as mídias, por permitirem mais atenção dos receptores e maior gestão de lucros, como por exemplo a venda de medicamentos.

A violência é um fenômeno complexo e é foco de investigação de diferentes áreas do conhecimento, tais como: Sociologia, Filosofia, Psicologia, História, Antropologia e inclusive, a Motricidade Humana. A violência é um fenômeno amplo, que sofre mutação de sentido ao longo do tempo (WIEVIORKA, 2006), é apresentada em diversas escalas (micro, meso, macro ou mega dimensões) e ocorre em diferentes contextos e âmbitos (entre pessoas, grupos, famílias, classes sociais, instituições, civilizações). Por tal razão, o uso do vocábulo violência é utilizado em diferentes contextos, sendo assim, pode-se falar em: violência dos fenômenos da natureza, violência sexual, doméstica, policial, verbal, racial, escolar, política, esportiva, etc. (RISTUM, 2001; ASSIS, 2008).

Chauí (1998, p.33) também define violência, enfatizando que a palavra “[...] etimologicamente vem do latim *vis* que significa força [...]” e compreende 5 abordagens em direção à ética:

- 1) tudo o que age usando a força para ir contra a natureza de algum ser (é desnaturar); 2) todo ato de força contra a espontaneidade, a vontade e a liberdade de alguém (é coagir, constranger, torturar, brutalizar); 3) todo ato de violação da natureza de alguém ou de alguma coisa valorizada positivamente por uma sociedade (é violar); 4) todo ato de transgressão contra aquelas coisas e ações que alguém ou uma sociedade define como justas e como um direito; 5) consequentemente, violência é um ato de brutalidade, sevícia e abuso físico e/ou psíquico contra alguém e caracteriza relações intersubjetivas e sociais definidas pela opressão, intimidação, pelo medo e pelo terror.

É possível compreender, assim, que a violência está relacionada com atos de força ou violação da natureza, de alguém, ou de alguma instituição, dependendo sempre de um julgamento externo para ser considerado como ato ou conduta violenta ou não-violenta. Já a agressão, é mais visual, ou seja, refere-se a ações

que evidentemente extrapolam aquilo que é considerado de bom senso, cometidas ou sofridas por pessoas concretas¹. Sendo assim, agressão é uma das características da violência e no contexto desta dissertação, abandonar um idoso seria cometer violência contra o mesmo, e não uma agressão, assim como salientam Côrte e Gomes (2006).

Alguns estudos têm evidenciado as situações de violência ocorridas contra idosos, seja no cotidiano dos mesmos, ou na representação destes na mídia. Constantemente, a imagem do idoso é transformada (dependendo dos interesses e do público alvo em questão) em alguma representação deturpada, e tal fato pode ser considerado como uma violência contra o idoso (ALVES, 2001; CÔRTE; GOMES, 2006; DEBERT, 2003; FÉLIX; SANTOS, 2011; MINAYO, 2004).

Porém, Minayo (2004), afirma que este quadro de violência contra idosos é recente no Brasil e decorre, principalmente, da inversão da pirâmide populacional e se, cada vez mais aumenta o número de idosos no país, cresce a possibilidade de violência contra o idoso (se há mais idosos, então há mais chance para ocorrer violência contra o mesmo). Neste sentido, a autora justifica que este aumento populacional acaba gerando atenção das mídias, as quais, por sua vez, acabam veiculando cada vez mais matérias e notícias de idosos em situações violentas e agressivas fisicamente ou verbalmente.

Nos casos de agressão ao idoso, pode-se dizer que existe falta de socialização e, até mesmo, o desprezo do agressor para com o idoso. No entanto, há uma espécie de ideia cíclica em relação a este tema da agressão, pois, mais cedo ou mais tarde, o próprio agressor, que um dia também será um idoso, vai passar por situações semelhantes (CÔRTE; GOMES, 2006).

Para Côrte e Gomes (2006), a violência contra o idoso pode ocorrer de diferentes formas, não incluindo apenas agressões físicas cometidas por familiares ou desconhecidos. A violência contra o idoso também decorre da omissão dos cuidados e da atenção ao idoso, das dificuldades financeiras, da falta do espaço adequado e dificuldades nos relacionamentos, que acabam gerando traumas

¹ Mais informações sobre a agressão podem ser encontradas no estudo de Díaz (2011) que discute de modo mais aprofundado a estrutura da agressão e suas implicações bioéticas. Para mais ver: Díaz, J. L. The psychobiology of aggression and violence: bioethical implications. **International Social Science Journal** (UNESCO), Chichester, v. 200-201, p.233-245, 2011.

emocionais, físicos e/ou sociais. Outras situações de violência tratadas por Debert (2003) incluem situações corriqueiras, como por exemplo: o fato de um idoso ter que pagar uma passagem de transporte coletivo, apesar do mesmo possuir o direito garantido de gratuidade.

Situações semelhantes foram observadas nos vídeos analisados neste estudo, no que se refere à veiculação de situações desagradáveis ocorridas com idosos. Alguns exemplos que poderiam ser destacados, seriam a situação apresentada no vídeo 7, de um idoso hospitalizado, o qual fala sobre os traumas gerados no relacionamento com sua família. Já no vídeo 35, há um idoso que é enganado por pessoas que organizam o condomínio do local onde mora. O referido vídeo apresenta o idoso sendo enganado, pois este precisa pagar um valor extra, um valor abusivo, para tais organizadores. No vídeo 41, onde uma idosa, apesar de ter seus direitos garantidos por lei, é obrigada a pagar uma passagem de circular, após uma discussão com o motorista, que a agride verbalmente, indicando a possibilidade de um quadro de violência institucional de empresas de ônibus com idosos.

Minayo (2004) ressalta ainda a presença de outros tipos de agressões cometidas contra o idoso, além destas anteriormente citadas. Esta autora evidencia que a fragilidade dos idosos seria um dos principais motivos das causas de sua morte (3,5%) e que estas estão associadas com violências cometidas contra o idoso. Os dados apontados por Minayo e Souza (2003), evidenciam ainda que, juntamente com o fator acidente, a violência contra idosos representava o motivo de 37 óbitos por dia. Estes dados relacionados a acidentes e violência também foram evidenciados nos vídeos da categoria 1, em 10 situações, da categoria 2, em 5 situações e da categoria 4, em 2 situações, corroborando os dados em questão. Assim, estes autores sugerem que, o próprio modo discriminado em que ele se encontra, o leva a sofrer maus-tratos, violência sexual e psicológica.

Estas situações ocorridas com idosos são alarmantes e também foram observadas em 17 situações nos vídeos do YouTube®. Neste sentido, Minayo (2004), afirma que este problema é de grande responsabilidade da própria família com a qual o idoso convive, mas também, do governo, o qual, ainda não tem subsídios de controle e impedimentos necessários para frear esta situação.

Nesta mesma direção da necessidade de maior atenção ao idoso, Minayo (2003), em outro estudo, se propõe a analisar os trabalhos desenvolvidos acerca da temática violência contra o idoso, disponibilizados em três bases de dados científicos. Por meio desta análise de pesquisas nacionais e internacionais, Minayo evidencia que ainda é necessária maior atenção das políticas públicas, no sentido de permitirem a redefinição do lugar do idoso na sociedade, marcada por iniciativas positivas, que envolvem condutas concretas do cotidiano do idoso, tais como: a maior atenção à proteção ao idoso e a sua integridade física e moral, aos cuidados essenciais para sua segurança, maior dedicação em investimentos de espaços públicos e privados, incluindo como exemplo, a própria reeducação de motoristas, quanto à vida humana e ao respeito a ela. Isto inclui também o idoso, na tentativa de combater as situações desagradáveis vivenciadas por este, ao subir ou descer de ônibus, ou mesmo, por ter o direito a que o motorista pare o ônibus, quando este deseja adentrar o veículo. Dados semelhantes aos evidenciados por Minayo, também foram observados no vídeo 41, onde um idoso afirma a quantidade de vezes que já se deparou com uma situação em que está aguardando o coletivo no ponto de ônibus e o motorista, não faz a parada, apenas pelo fato deste ser idoso, uma vez que este poderia demorar muito tempo para subir.

Quando se trata de mídia, situações em que o idoso é associado a temas de violência ou agressão também parecem ser comuns, assim como foi demonstrado no estudo de Félix e Santos (2011), que enfatiza uma grande preocupação referente à população idosa que ainda é vítima de violência, agressão, discriminação e abuso. Os autores percebem estas evidências, por meio das análises realizadas no estudo das notícias de uma mídia escrita, na qual existe uma grande parcela de matérias associadas à violência cometida contra o idoso, ocorridas por meio de agressões, acidentes, fraudes e assaltos, assim como, foram observados, nos vídeos analisados deste estudo, em que os mesmos eram desmoralizados. Estes autores apontam que a violência contra o idoso, provém, não somente da família, assim como foram evidenciados nos estudos anteriormente discutidos, mas também, dos cuidadores de idosos e das pessoas que trabalham em instituições de longa permanência.

Diante de tal realidade Minayo (2003), afirma ser essencial que as mídias, as quais geralmente associam situações duvidosas ou dotadas de violência, marcadas em publicidades, deveriam favorecer um olhar mais criativo, o qual pudesse alcançar maior sensibilização da sociedade quanto ao idoso e as necessidades de atenção demandadas nesta etapa da vida.

É importante ainda salientar que, para a postagem de vídeos no YouTube® é necessário que se faça um cadastro prévio, no qual o usuário afirma que não publicará vídeos de conteúdos violentos. Todavia, durante a análise dos vídeos amostrais deste estudo, observou-se que, em alguns deles a violência era preconizada.

Deste modo, algumas hipóteses foram levantadas com relação a esta situação. A primeira delas se refere ao fato de que, o próprio sistema, apesar de exigir que o usuário concorde que não publicará conteúdos violentos no YouTube®, ele próprio não tem controle total sobre isso. Outra hipótese é a de que, apesar de em alguns destes vídeos ser abordada a temática violência, os mesmos apresentavam manifestações de combate à mesma, o que justificaria a permanência destes vídeos no *site*. Todavia, vale ressaltar que, assim como os vídeos relacionados à violência, os de pornografia e de conteúdos abusivos também são encontrados facilmente no *site*, enfatizando que o YouTube® detém a possibilidade de opção de remover ou não determinado conteúdo postado, porém, algumas vezes, isto não é feito, tornando-se um fator a ser repensado e ajustado.

Apesar deste quadro observado nos vários estudos que evidenciaram diferentes formas de violência e agressão cometidas com idosos, no estudo em questão, além destes, também foram observadas situações em que as pessoas que convivem com o idoso se indignavam, zangavam ou tinham pena diante de situações cometidas contra os idosos ou ocorridas com eles. Estas situações foram observadas nos **aspectos relacionados às falas de tendências negativas**, evidentes quando partiam, tanto das falas de outros idosos, demonstrados em 5 situações, como na dos participantes periféricos dos vídeos, ocorridas em 14 situações e, portanto, são diferentes daquelas evidenciadas nas pesquisas anteriormente apresentadas.

No mesmo sentido, alguns elementos relacionados ao comportamento marcaram um aspecto analisado no Eixo 2, referente à **conduta dos demais participantes do vídeo** em relação ao idoso, o qual evidenciou que, apesar de serem notadas situações envolvendo condutas de subestimar o idoso, pelas falas induzidas, as características mais incidentes demonstraram a não aceitação ao desrespeito para com o idoso, além de situações de auxílio, em que os participantes periféricos ofereciam ajuda e demonstravam cuidados e carinho para com os idosos.

Nesta mesma direção positiva, também foram encontradas 24 incidências em que os **assuntos abordados nos vídeos**, se relacionavam com “boas” perspectivas, como a prática de atividades diversas voltadas para o idoso, o casamento entre idosos, os benefícios da convivência em asilos ou lares para idoso, o convívio com a família e sobre o concurso de vídeo, ressaltando a importância e a sabedoria do idoso. Com estes dados, observados, nota-se que há uma tendência de demonstração também positiva quando se trata do assunto idoso. Porém, apesar de tais observações derivadas das análises dos vídeos, notou-se a prevalência de propagandas associadas a situações negativas da vida do idoso, como por exemplo àquelas que se relacionava com produtos destinados a sanar patologias.

Os dados encontrados nos vídeos analisados neste estudo, referentes aos assuntos abordados nos mesmos (negativos e positivos) trazem à realidade, a possibilidade de discutir, não somente os motivos pelos quais a mídia se interessa por alguns assuntos e outros não, mas também, coloca em pauta a dúvida se o assunto idoso e a apresentação de sua imagem adentra no seu contexto de interesses. Em um estudo realizado por Andrade (2012), fica claro o modo desinteressado que a mídia tem diante da pessoa idosa, quando foram analisadas as imagens de idosos em uma mídia impressa (revista). A autora, após a análise, assume que a temática da velhice, quando tratada na mídia, é encarada como algo especial, permitindo a ideia de segregação desta população que só é discutida, abordada ou demonstrada em condições ocasionais. Esta seria uma evidência de que, apesar da situação do idoso de hoje ter mudado nos últimos anos e ele ter conquistado mais espaço e direitos, sua imagem continua ainda diminuída, sugerindo que ele não representa um assunto de grande interesse das mídias. Entretanto, apesar do pouco foco dado a este assunto, conforme os resultados deste

estudo apontam, pode-se perceber a presença de aspectos positivos, os quais valorizavam a vida do idoso durante a realização de atividades físicas, a vivência prazerosa em locais de longa permanência e projetos e atividades diversificados, voltados à população idosa, por exemplo.

Também com relação àquilo que é mostrado nas mídias, no estudo de Dias, Paúl e Watanabe (2014), foi observado que, os autores ao analisarem a imagem do idoso em um filme e uma notícia, verificaram que a velhice, nestas mídias, é considerada como uma etapa da vida irreversível, recheada por dificuldades, onde é destacada a aceitação da morte em detrimento de diversos fatores, dos quais se incluem, não somente os sofrimentos (físicos ou psíquicos), mas também, a falta de apoio social, a solidão, a dor e o fator de dependência do idoso, preconizados por características predominantemente negativas, o que não foi demonstrado de modo tão enfático no presente estudo.

No mesmo sentido, no estudo de Andrade e Lopes (2012), as autoras realizaram uma busca em comunidades e *sítes* que trouxessem a representação do idoso, sendo as análises realizadas no período de 2011 e 2012, procedimentos este também adotado no presente estudo, devido à abrangência de material existente. As autoras perceberam tendências negativas demonstradas nestes espaços, que caracterizava os idosos de forma estereotipada, nas quais, apareciam as ideias de doenças e fragilidades, ou a condição de afastamento social do mesmo.

No estudo de Félix e Santos (2011), os autores se propuseram a analisar a imagem representada do idoso, em uma mídia impressa (jornal) e obtiveram diversas compreensões acerca daquilo que foi publicado referente ao idoso, em um período específico. Estes autores compreenderam que, nestas matérias publicadas, apesar de serem percebidas notícias que promoviam os benefícios do desenvolvimento tecnológico e do científico na busca de melhor qualidade de vida para os idosos, também identificaram a veiculação da imagem do idoso permeada, predominantemente, pela etapa da vida preconizada pelas perdas e por esforços direcionados a este combate, nos altos custos que estas pessoas geram para o governo e o pequeno investimento dele para com os idosos. Estes resultados implicaram na compreensão de uma perspectiva mais negativa da vida do idoso,

mas, em contrapartida, os autores demonstraram esperança de mudanças neste quadro de representação social.

Nesta direção, é preconizada a tendência da mídia de apresentar a imagem da figura idosa por meio do sensacionalismo, ou seja, evidenciar um assunto de maneira não real, caracterizada por direcionamentos que ela deseja para vender a notícia ou esta imagem. Segundo Incontri (2002), é nesta situação que a imagem do idoso pode ser ridicularizada, ou pode ser explorada de modo exacerbado, por meio da apresentação da notícia apenas vinculada aos seus problemas. Com relação a isto, neste estudo, foram observados, nos **significados das falas dos idosos e dos participantes periféricos**, incidências de características que indicavam desrespeito ao idoso (em 5 situações) e ridicularização dos idosos (2 situações), constantes nos **significados das falas** dos participantes periféricos. Também, foram notadas características relacionadas à tristeza do idoso, decorrente de uma situação específica, evidenciada em 8 situações, nos **significados das falas** dos próprios idosos. Nestes vídeos, foi possível perceber o modo como a notícia, apregoada neste estudo na forma de reportagens, entrevistas e vídeos de imagens, ou seja, provenientes de situações corriqueiras, enfatizava a dor do idoso, sua situação difícil em lidar com problemas, bem como, se percebia a satirização do idoso por ter cometido uma ação incorreta, desleal, ou por buscar seus direitos.

Para a característica relacionada ao reconhecimento dos direitos dos idosos, no presente estudo observou-se tais manifestações dentre os aspectos de tendência positiva, proveniente das falas dos idosos, em 6 situações e também nas falas dos demais participantes dos vídeos, em 8 situações. Estas incidências demonstram que, apesar de ter ocorrido uma pequena recorrência nos vídeos analisados, existe um reconhecimento proveniente do idoso e também das pessoas com as quais ele convive, no que tange aos direitos dos idosos e da necessidade de políticas públicas neste sentido.

Neste sentido, o estudo de Griebler (2013), no qual o autor pretende investigar a representação social de idosos apresentada na mídia, especificamente relacionada a prática de exercícios, foram encontrados resultados que evidenciaram, em uma das categorias analisadas, o reconhecimento de seus direitos, pelas idosas entrevistadas, o qual ocorre dentro do contexto familiar, ou fora, no ambiente em que

vive, bem como, ressalta a necessidade de políticas públicas que possam subsidiar o envelhecimento, sendo a mídia considerada o principal fator de influência deste quadro.

Pode-se notar também, que existe um reconhecimento externo ao idoso, no que tange ao reconhecimento dos direitos adquiridos pelos mesmos. Estes provêm, não somente de familiares, mas também, de pesquisadores, especialistas em idosos, cuidadores de idosos e participantes de grupos ou associações voltadas para o idoso. Neste sentido, desde que os processos de regulamentação dos direitos do idoso se iniciaram e deram origem ao Projeto de Lei nº 3.561/97, o qual “[...] dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências no ano de 2003.” (IBGE, 2006), alguns estudos foram realizados também no intuito de fomentar a discussão acerca destes direitos em diferentes contextos, tais como o de Dantas e Silva (2013), Gontijo, Inocente e Kaminura (2011), Lima (2011) e Silva et al. (2013) também estudos nos quais se discutiam tais direitos, no intuito de fundamentar estes direitos em diferentes tipos de mídias (RIBEIRO, 2007; RODRIGUES, 2008).

Quando se trata dos interesses da mídia sobre a pessoa idosa, ressalta-se ainda que, no estudo em questão, a percepção destes interesses, também é notada pelos participantes constantes nos vídeos amostrais desta pesquisa. Foi observado, ainda, em menor incidência, que o pequeno acesso das pessoas idosas nas mídias é percebido, tanto pelos próprios idosos, como também por pessoas periféricas a ele. Entretanto, foi evidenciado, nas características relacionadas à visão deturpada da mídia sobre o idoso, uma única situação em que o idoso reconhece que sua imagem tenha sido apresentada de forma alterada. Isto levou a caracterizar esta fala dentro dos **aspectos de tendência positiva das falas dos idosos**. Para os demais participantes dos vídeos, observou-se que os mesmos reconhecem que ainda hoje, existe falta de interesse da mídia pelo idoso, bem como, que esta apresenta uma visão deturpada sobre ele, situação esta ocorrida 3 vezes.

No que se refere à compreensão da imagem do próprio idoso representado na mídia, foram apontados estudos que demonstraram o modo como estes indivíduos se sentem representados. No estudo de Lira (2007), realizado com pessoas idosas, o autor afirma que o idoso não consegue se reconhecer na sua imagem constante na mídia, visto que, em muitas situações, ela é mostrada

somente por suas características negativas, sendo excluídas ou esquecidas as de tendências positivas.

Diferentemente, no estudo de Areosa et al. (2011), os autores foram buscar informações, por meio de entrevistas, acerca da percepção de idosos diante da imagem deles veiculada nas diferentes mídias. Surpreendentemente, apesar de autores apresentarem uma discussão sobre a visão negativa frequentemente apregoada nas mídias para o indivíduo em envelhecimento, os resultados encontrados (quase 47%), evidenciaram que os idosos acreditam e percebem que ocorreram mudanças com relação a esta imagem apresentada, indicando maior aproximação da mídia com o idoso da realidade, sendo evidenciado como justificativas o aumento da oferta de programas específicos voltados a eles e o aumento de notícias e temas discutidos sobre idosos.

Apesar de ter sido percebido menor participação (falas) dos idosos nos vídeos analisados, no que tange ao aspecto **condição de participação do idoso**, observou-se que, em 43 vídeos, os idosos tiveram participação principal ou protagonista nos vídeos. Estes dados podem ser explicados pelo fato de que, na maioria dos vídeos nos quais os idosos foram considerados protagonistas, apesar de não terem muitas falas, estes eram filmados de modo enquadrado, ou seja, sua imagem aparecia com muito mais frequência nas cenas do que os demais participantes, que, em muitas situações, nem mesmo apareciam nos vídeos. Além disso, nos 17 vídeos nos quais os idosos apareciam como participantes secundários, os temas abordados eram referentes à velhice, o que não coloca o idoso em segundo plano, apesar de o vídeo ter sido categorizado como participação secundária. Portanto, a predominância de participação nos vídeos era maior, mesmo que o idoso não tivesse tantas falas, corroborando os estudos de Lautenschleger (2010) e Côrte e Gomes (2006), que demonstram tendências de uma visão mais participativa e positiva do idoso apresentada na mídia.

Nesta mesma perspectiva positiva, o estudo de Ribeiro (2007), no qual a autora decide avaliar apenas as características de caráter mais positivos em duas propagandas televisivas, demonstrou que estas publicidades permitiram discussões acerca destes aspectos, como a independência de movimentos do idoso, socialização, prática de atividades diversificadas, prazer, dentre outros aspectos e

que vão além da visão negativa. Todavia, vale ressaltar que, nesse referido estudo, a autora faz a análise de apenas duas propagandas e, portanto, não se pode generalizar esta situação. No mesmo sentido, o estudo de Prado e Aragão (2009), que também objetivou analisar publicidades televisivas, chegou a resultados de análise que indicaram percepções mais positivas nas entrelinhas destas propagandas, como a propagação de valores, o reconhecimento da importância do idoso, sua sabedoria e conhecimentos.

No estudo de Lautenschleger (2010), foi possível observar que o autor faz uma reflexão acerca dos interesses da mídia na demonstração da figura idosa. Assim, evidencia as transformações observadas diante dos avanços tecnológicos ocorridos na sociedade e compara a mesma situação da vida idosa, que acompanha este desenvolvimento, ainda que em velocidade menor. Ele discute que é possível perceber o maior número de programas voltados para o idoso no que tange à mídia televisiva, também de notícias apresentadas sobre ele, seja pela evidência de situações negativas, tais como problemas ou situações de violência contra o idoso, ou também positivas, como as novelas onde são demonstrados idosos que se preocupam mais com sua imagem e não apresentam características da imagem do idoso fora de moda, ou que se veste e se comporta de forma “tradicional”.

Deste modo, apesar da compreensão do quadro negativo relativo à imagem deste indivíduo geralmente apresentado nas diferentes mídias, o autor demonstra estar esperançoso, apontando uma visão que reconhece o modo como o idoso vem ganhando cada vez mais espaço neste ambiente tecnológico, principalmente quando se trata do idoso e a prática de atividades diversificadas, como a participação em grupos de idosos. Nesta mesma direção, os dados deste estudo anteriormente citado, coincidem com as evidências observadas nos assuntos abordados nos vídeos, dos quais, em 14 vídeos, os idosos realizam atividades diversificadas, incluindo a atividade física e a participação de eventos ou grupos específicos para idosos.

Para o estudo realizado por Côrte e Gomes (2006), também foi observada esta expectativa no que tange ao aparecimento da imagem idosa na mídia. Apesar dos autores terem discutido de modo sobressalente a questão dos tipos de violência ocorridos com idosos nas mídias, observaram 2 cenas narrativas e verificaram que

os idosos estão aparecendo mais tempo e com maior frequência nestas cenas, ainda que, em algumas ocasiões, elas sejam caracterizadas por medo da velhice ou excesso de juventude, indicando que estes indivíduos não podem mais ser considerados como seres invisíveis.

Assim como estes autores propõem, no que tange ao medo da velhice, dados semelhantes também foram observados neste estudo no aspecto relacionado aos **significados das falas dos idosos e participantes periféricos**, aspecto este que já foi discutido anteriormente. Mas também, foram observadas semelhanças nos significados das falas dos demais participantes em 16 vídeos, marcados por características relacionadas à fase idosa da vida como jovial, e, inclusive, como se fosse a melhor fase da vida, onde são preconizados apenas os benefícios ou o prazer em ser idoso.

Com relação à veiculação da imagem exacerbada do indivíduo idoso na mídia, ou seja, carregada pelo excesso de jovialidade, de bem-estar e de saúde, Lautenschleger (2010), discute e evidencia as nomenclaturas voltadas para idosos, sempre aproximando esta ideia positiva da vida do idoso, como os seguintes aspectos: “melhor idade”, “sempre feliz” e “terceira idade”. Todavia, Rodrigues (2008), afirma que a utilização destes termos associando o idoso à felicidade, nada mais são do que recusas e renegações da velhice.

Esta autora discute acerca do uso do termo “terceira idade”, que passou a ser utilizado justamente para acabar com a visão pejorativa e generalista de que o idoso é uma pessoa inválida ou inútil, e passou a ser apregoada por diferentes mídias, e especificamente em propagandas, foco daqueles estudos, porque se tornava mais atrativo do que o termo “idoso”, durante a internalização de uma nova ideia ou a venda de um produto. Acredita-se que realmente existem vantagens e benefícios nesta etapa da vida humana, porém não se pode considerar o idoso somente nesta perspectiva de jovialidade, assim como também foram observados, nos vídeos analisados deste estudo, tanto tendências positivas, como negativas associadas a sua representação.

Há que se considerar para este estudo, outros aspectos de mesmo direcionamento destes anteriormente citados, relacionados às falas que induziam a compreensões de um idoso jovial, “caricaturizado”. Estes se referem ao tratamento

do idoso como coisa, objeto, ou alguém insignificante e que pode ser moldado, reconhecido nas **falas dos participantes periféricos**, em 4 situações ocorridas nos vídeos das categorias 1 e 2. Tais situações estão atreladas ao modo desvalorizado, insignificante e desinteressado com que o idoso é tratado, seja na mídia ou nas situações cotidianas e que vão interferir diretamente na sua imagem e no modo que ele se porta e se expressa no local onde vive, ou seja, na sua liberdade de ser.

Este quadro de insignificância pode retomar a questão de violência já discutida anteriormente, visto que, segundo Chauí (1998) nas situações nas quais o indivíduo perde sua liberdade para outrem, torna-se alguém invisível, ou seja, insignificante, irracional e não exprime suas próprias vontades, há uma desumanização do ser humano. Estes atos violam a ética, segundo Chauí e podem ser considerados em um quadro de violência completa, ou seja, por todos os sentidos de violência. Deste modo, condutas que promovem a violência contra o idoso permitem que a pessoa seja considerada como coisa e não mais como um cidadão de direitos e desejos próprios.

Com relação à imagem física do idoso, foram observados diferentes aspectos que permitiram maior compreensão da figura idosa expressa nos vídeos do Youtube. Com relação à imagem jovial do idoso, observada também em outros aspectos anteriormente discutidos, foi evidenciado, em 1 vídeo da categoria 3) Propagandas, a imagem do idoso que demonstrava mudança de comportamentos e de vestimentas. Neste vídeo, o idoso usava roupas tradicionais de uma pessoa mais velha (calça social, camisa clara, pulôver marrom de lã e boina). Lia um livro sentado e, na cena seguinte, enquanto estava sozinho, ele colocava roupas semelhantes à de um apreciador do rock (toda preta, de couro e uma bandana preta na cabeça) e andava com uma moto caracterizada pelo mesmo estilo, utilizada com maior frequência por pessoas jovens ou aventureiras de estrada. Apesar de este dado ter sido evidenciado em apenas 1 vídeo, dentre os 12 constantes na categoria referida, ficam hipotetizadas as seguintes ideias: o idoso quer ser ou ter comportamentos jovens, mas, devido a sua idade, não pode ter tais comportamentos; o idoso não gosta de se vestir com roupas fora de moda (típicas); o outro (idoso ou não idoso) não permite que o idoso tenha comportamentos jovens, ou seja, influencia o modo

como ele se representa. Todas estas são questões a serem discutidas e que podem interferir no modo real com que o idoso se apresenta, quer e se permite ser.

De maneira geral, os dados observados neste estudo com relação aos aspectos constantes no Eixo 2, que permitiram uma visão da expressão corporal do idoso demonstrada no vídeos do YouTube®, indicaram que: nos aspectos avaliados relacionados às **características físicas dos idosos**, detalhados especificamente no item 6. Resultados deste estudo, observou-se que, nas situações diárias, corriqueiras e reais, houve uma pequena diferença de incidência com relação à **cor de cabelo** destes idosos, aspecto observado, principalmente, nos vídeos provenientes de situações reais e corriqueiras, nos quais, os idosos apresentavam cabelos brancos e grisalhos e com menor incidência cabelos tingidos de cor escura.

Outros dados observados referentes à **cor de pele dos idosos** demonstrados nos vídeos evidenciaram que a figura idosa apresentada no YouTube®, não é somente daquele velho de pele branca, mas também parda, e pele negra em menor incidência. Com relação as suas **vestimentas**, são caracterizadas por roupas simples, de tonalidades claras, pequenas estampas, ou escuras de cores lisas, também de modelos simples, mas também utilizam roupas esportivas, camisetas e roupas mais sociais e finas em ocasiões apropriadas.

Para a **utilização de objetos decorativos ou de auxílio**, evidencia-se um pequeno número de incidências observadas na utilização de objetos de auxílio requisitados para suprir alguma debilidade física do idoso. Ressalta-se que muitos deles eram relacionados a óculos, aparatos estes utilizados por pessoas de todas as idades e não somente por idosos, não representando, portanto, um objeto de seu uso exclusivo. O maior número destas observações foi destinado aos objetos decorativos. Estas características sugerem a apresentação da imagem de um idoso que gosta de se arrumar, se preocupa com sua aparência e aprecia vestimentas simples.

Com relação aos dados encontrados sobre a cor da pele dos idosos, vale ressaltar que os achados deste estudo corroboram os apontamentos demonstrados pelo IBGE (2010), indicando que os idosos demonstrados nos vídeos do YouTube®, no que tange à cor de pele, condizem com a real situação brasileira. Segundo os dados do IBGE (2010), a maior parte da população idosa, acima de 60 anos e

também acima de 65 anos, é branca, seguida pela porcentagem de pardos e há menor incidência para pretos, ou negros. Estes dados, apenas são diferentes na região Norte do país, na qual, a maior parte da população idosa é de pele parda. Estes dados fornecidos pelo IBGE estão apresentados na tabela 21, a seguir.

Tabela 21. Demonstração da população residente de 60 e 65 anos ou mais de idade, total e respectiva distribuição percentual, por cor ou raça, segundo as Grandes Regiões - 2009

Grandes Regiões	População residente de 60 e 65 anos ou mais de idade						
	Total (1000 pessoas)	Distribuição percentual, por cor ou raça (%)					
		60 anos e mais			65 anos e mais		
		Branca	Parda	Preta	Branca	Parda	Preta
Brasil	36 824	55,4	36,1	7,2	56,2	35,3	7,2
Norte	1 902	25,4	67,0	6,6	26,3	66,0	6,7
Nordeste	9 658	32,0	58,8	8,9	33,4	57,5	8,8
Sudeste	17 322	64,0	26,7	7,6	64,8	25,8	7,5
Sul	5 727	82,0	13,4	3,6	82,4	12,9	3,7
Centro-Oeste	2 216	46,9	44,7	7,2	48,1	43,6	7,0

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (2010)

Em consonância com a tabela supracitada, observou-se que, no estudo em apreço, os vídeos nos quais foi possível perceber que se referiam a idosos do norte ou nordeste do país, os mesmos tinham predominância de cor parda.

Uma ressalva pode ser feita na categoria 3) Propagandas, na qual, os idosos representavam a figura de um idoso, o que não significa que esta representação condizia necessariamente com sua imagem real. As observações realizadas nestes vídeos indicam que estes idosos têm cabelos brancos predominantemente, com pele branca e vestimentas de tonalidades claras, pequenas estampas, consideradas tradicionais de um idoso, como as blusas de lã, calça social, saias compridas, dentre outras e utilizavam objetos de auxílio em quase todas as situações dos vídeos (óculos e boinas). Estes dados são contrários àqueles observados nos demais vídeos, o que sugere que ainda hoje, as propagandas demonstram uma imagem equivocada do idoso, assim como também foram encontrados dados semelhantes

nos estudos de Batista e Freitas (2011), Debert (2003), Lira (2007), Rodrigues (2008).

Alguns estudos, também evidenciaram diferentes características da figura idosa apresentadas pelas mídias. No estudo de Buratti (2004), foi proposta pela autora a análise de propagandas televisivas, na busca de se identificar o número de vezes, bem como, a maneira que a imagem do idoso é demonstrada nesta mídia. Os resultados encontrados neste estudo evidenciam que, além de o número de publicidades nas quais há a presença de um idoso ser reduzido, estes estão presentes, em maior parte, com pele branca, enquanto que pouquíssimas foram as evidências quanto a idosos de pele negra. Os dados do estudo em apreço corroboram os resultados do estudo de Buratti.

Com relação às vestimentas utilizadas por idosos, no estudo de Ribeiro (2007), a autora avalia duas propagandas televisivas e busca pela compreensão da imagem preconizada da pessoa em envelhecimento. Nesta perspectiva, assim como também foi observado no presente estudo, são observadas situações em que idosos usam roupas largas e de pouca cor, roupas coloridas e modernas, sociais e roupas simples. Todavia, a autora também evidenciou a utilização de roupas de banho, o que não foi observado no presente estudo.

No estudo de Swayne e Greco (1987), os pesquisadores buscaram respostas quanto à incidência de imagens de idosos constantes em uma rede televisiva norte-americana apresentada em diferentes programas. Deste modo, estes autores selecionaram imagens de idosos por meio de algumas características marcantes, como a presença de cabelos brancos e a utilização de objetos de auxílio, tais como, cadeira de rodas ou bengalas. Do mesmo modo, no presente estudo, também foram observadas tais características marcantes com relação à cor de cabelo e também na utilização de objetos de auxílio, mesmo que em menor incidência.

Ainda com relação à imagem física dos idosos, a **postura dos idosos** e a demonstração da **expressão facial** dos mesmos, analisadas neste estudo, indicaram predominância de situações em que os idosos estavam sorrindo, dando gargalhadas, ou sérios por estarem concentrados em alguma tarefa e foram poucas as ocorrências que mostraram o idoso chorando, bravo ou triste, o que permite pensar em um idoso que, apesar de tudo, é feliz, alegre ou de bem com a vida.

Juntamente com estes dados, evidencia-se que a postura destes idosos era predominantemente ereta e em poucas situações os idosos estavam inclinados, ocasiões estas em que os mesmos encontravam-se em situações reais, diferentemente das propagandas. Estas características se assemelham àqueles observadas na categoria 3, nas quais, os idosos estavam predominantemente animados, sorrindo, com postura ereta. Observações semelhantes quanto à expressão facial mais positiva também foram observadas em idosos demonstrados em uma das propagandas analisadas no estudo de Ribeiro (2007) e também nas duas propagandas analisadas no estudo de Silva (2012).

Durante as análises dos conteúdos dos vídeos, também foi observado que os idosos presentes eram majoritariamente do gênero feminino. Esta evidência ficou clara, tanto nos vídeos nos quais havia poucos idosos, como naqueles em que havia grandes grupos. Estes dados foram observados no aspecto **número e gênero de idosos**, constante no Eixo 3.

Conforme os números encontrados nos dados apresentados pelo IBGE (2010), percebe-se que existe, no Brasil, maior índice de idosos do gênero feminino do que do gênero masculino, com uma representação de 55,8% do número total de idosos no país sendo mulheres, com predominância, inclusive, em todos os estados brasileiros. Estes dados apresentados pelo IBGE reiteram os resultados deste estudo, referente aos vídeos do YouTube® associados ao idoso. Os dados detalhados apontados pelo IBGE (2010), constam na tabela 22, apresentada a seguir:

Tabela 22 – Dados fornecidos pelo IBGE sobre o número de pessoas com 60 anos ou mais de idade, total e respectiva distribuição percentual, por situação do domicílio e sexo, segundo as Grandes Regiões, as Unidades da Federação e as Regiões Metropolitanas - 2009

Grandes Regiões, Unidades da Federação e Regiões Metropolitanas	Pessoas de 60 anos ou mais de idade				
	Total (1 000 pessoas)	Distribuição percentual (%)			
		Situação do domicílio		Sexo	
		Urbana	Rural	Homem	Mulher
Brasil	21 736	83,5	16,5	44,2	55,8
Norte	1 134	76,4	23,6	49,0	51,0
Rondônia	112	69,8	30,2	51,9	48,1
Acre	47	82,6	(1)17,4	47,8	52,2
Amazonas	225	81,1	18,9	45,8	54,2
Roraima	20	78,9	(1)21,1	53,7	46,3
Pará	556	76,6	23,4	48,5	51,5
Região Metropolitana de Belém	184	96,9	(1)3,1	42,4	57,6
Amapá	39	97,7	(1)2,3	51,1	48,9
Tocantins	135	64,3	35,7	53,4	46,6
Nordeste	5 646	70,2	29,8	45,1	54,9
Maranhão	589	67,5	32,5	49,2	50,8
Piauí	365	62,1	37,9	46,7	53,3
Ceará	903	74,0	26,0	44,8	55,2
Região Metropolitana de Fortaleza	318	95,9	4,1	38,4	61,6
Rio Grande do Norte	331	70,7	29,3	44,7	55,3
Paraíba	437	76,7	23,3	43,7	56,3
Pernambuco	961	77,7	22,3	42,7	57,3
Região Metropolitana de Recife	414	98,5	(1)1,5	37,8	62,2
Alagoas	321	65,6	34,4	44,6	55,4
Sergipe	172	78,5	21,5	42,8	57,2
Bahia	1 566	64,3	35,7	45,4	54,6
Região Metropolitana de Salvador	331	98,3	(1)1,7	38,4	61,6
Sudeste	10 225	92,2	7,8	42,9	57,1
Minas Gerais	2 445	83,9	16,1	44,1	55,9
Região Metropolitana de Belo Horizonte	569	98,9	(1)1,1	42,3	57,7
Espírito Santo	375	79,3	20,7	46,2	53,8
Rio de Janeiro	2 376	96,7	3,3	40,7	59,3
Região Metropolitana do Rio de Janeiro	1 784	99,0	(1)1,0	40,3	59,7
São Paulo	5 029	95,1	4,9	43,2	56,8
Região Metropolitana de São Paulo	2 223	97,3	2,7	41,8	58,2
Sul	3 406	80,8	19,2	44,1	55,9
Paraná	1 238	84,0	16,0	44,9	55,1
Região Metropolitana de Curitiba	361	90,0	10,0	41,5	58,5
Santa Catarina	669	77,6	22,4	44,7	55,3
Rio Grande do Sul	1 499	79,6	20,4	43,1	56,9
Região Metropolitana de Porto Alegre	506	94,6	5,4	40,2	59,8
Centro-Oeste	1 326	85,3	14,7	47,1	52,9
Mato Grosso do Sul	248	84,8	15,2	48,7	51,3
Mato Grosso	281	75,2	24,8	49,9	50,1
Goiás	593	87,1	12,9	46,6	53,4
Distrito Federal	204	94,3	(1) 5,7	42,6	57,4

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (2010)

É importante ressaltar que, por trás destes dados, existem diversos fatores que podem influenciar este quadro relacionado ao gênero. Além disso, há que se considerar que esta é uma situação que não atinge somente a população idosa, mas também, pessoas de outras idades. Para Bruno, Marque e Silva (2006), quando se trata de idosos, um dos fatores que estariam associados à prevalência feminina, seria a condição cultural da mulher, caracterizada por sua maior passividade, o que a deixaria menos envolvida em situações geradoras de morte. Estes autores afirmam que a mulher, geralmente, lida mais facilmente com a situação de morte de seu esposo, mas acaba com dificuldades decorrentes de má situação econômica, visto que as mesmas foram condicionadas a uma época em que poucas trabalhavam e, por isso, tendem a procurar mais grupos de idosos, sejam aqueles de trabalhos manuais, que, inclusive, podem render algum lucro, ou os de atividades físicas, no intuito de ampliar as perspectivas de socialização ou, ainda, acabarem se mudando para instituições asilares.

No mesmo sentido, Veras (2002) afirma ainda que as idosas, por suas características mais pacíficas, acabam se envolvendo em menos situações de risco durante a vida, incluindo o trabalho. Outros motivos evidenciados por Veras (2002), fazem referência aos aspectos biológicos da mulher, marcados, principalmente, pela existência de hormônios femininos protetivos, capazes de imprimir maior longevidade às idosas, ao menor consumo de álcool e tabaco por parte de mulheres, o que acabada refletindo na velhice, ao maior cuidado com a saúde, geralmente observado em mulheres, que acabam percebendo mais rapidamente certos sintomas de doenças, dando maior atenção à busca pela cura em serviços de saúde do que os homens.

Em relação à questão de gênero, a prevalência feminina sobre a masculina na população idosa pode ser observada em outras situações, como nas pesquisas acadêmicas realizadas com pessoas idosas, nas quais os grupos de idosos avaliados (moradores de asilos ou participantes de grupos) eram geralmente constituídos predominantemente por mulheres (BENEDETTI; PETROSKI, 1999; FONTES; BOTELHO; FERNANDES, 2013; OLIVEITA et al., 2006; SANTOS et al., 2013).

Assim, neste estudo, notou-se que a maior parte dos vídeos do YouTube® selecionados para o estudo mostrou a predominância de mulheres, que faziam algum tipo de atividade (manuais, físicas, passeios, visitas a locais). Neste sentido, existem diversos estudos que têm demonstrado a grande adesão, principalmente de idosos do gênero feminino a estas atividades, bem como, os benefícios que podem ser gerados na vida destes indivíduos, tais como os estudos de Almeida et al. (2014), Franchi e Júnior (2005), Rosa et al., (2013) e Santos et al. (2014). Os vídeos analisados apenas demonstraram aquilo que ocorre na realidade atual do país, sugerindo que o YouTube®, neste aspecto, é apenas um refletor desta realidade.

Também foram analisados os aspectos relacionados à presença de **manifestações religiosas** e de **música** nos vídeos amostrais constantes no YouTube® e que integraram o Eixo 3 da análise de conteúdo. Com relação às manifestações religiosas associadas ao idoso e observadas nos vídeos, notou-se que elas ocorreram principalmente em falas dos idosos, ou em locais onde havia objetos de referência a algum tipo de religião. Este fato sugere que idosos, tendo em vista a situação na qual se encontram, de debilidades e proximidade à finitude, fazerem a associação de Deus, a sua vontade e sua misericórdia, com relação aos anos que ainda vão viver. Nas falas presentes associadas à religião, foi observado um grande temor a Deus e a fidelidade ao mesmo. No mesmo sentido, o estudo de Barbosa, Mota e Gomes (2011), realizado com grupos de idosos, demonstrou que os idosos têm uma familiaridade com a religião e Deus, porque ela causa alegria e porque ela ajuda a vida do idoso, visto que a longevidade é considerada por eles como uma permissão de Deus, possibilitando maior socialização, melhoria na autoestima e contribui para o crescimento pessoal do idoso.

Quando se trata de idosos hospitalizados, os fatores religiosos parecem ser ainda mais recorrentes, assim como mostra o estudo de Duarte e Wanderley (2011). Estes pesquisadores evidenciaram que a religião e o contato com Deus, era muito importante para a vida dos idosos participantes daquele estudo, visto que, cerca de 90% responderam que Deus e o Espírito Santo eram totalmente importantes em suas vidas e representavam toda a vida destes indivíduos. Assim, os autores sugerem que estes dados demonstram como os idosos utilizam estes recursos para lidar com as situações difíceis no hospital e da falta dos amigos e da família.

Do mesmo modo, o estudo de Stanley et al. (2011) realizado com idosos inseridos em um programa de terapia para ansiedade e depressão, forneceu informações, indicando que, cerca de 80% dos idosos participantes do estudo, preferiam e ressaltaram a importância da religião e da espiritualidade no tratamento destas patologias. Assim, os dados indicaram que as manifestações religiosas utilizadas por estes idosos poderiam auxiliar no tratamento, no qual os mesmos lidavam com estes problemas com maior força e fé, em comparação com aqueles que não achavam importante a religião em suas vidas.

Assim, como houve a utilização predominante de falas e objetos que demonstraram manifestações religiosas, em alguns vídeos foi observado que haviam canções religiosas, cantadas pelos idosos e que, portanto, traziam agregadas a eles sentidos semelhantes a estes discutidos anteriormente, referentes à necessidade de Deus no prolongamento da vida dos idosos e representavam atividades diversas que envolviam estas práticas.

No estudo realizado por Silva, Alvim e Marcon (2014), foi observado por meio de entrevistas realizadas com idosos hospitalizados, que faziam tratamento de câncer e seus familiares, que os mesmos gostavam principalmente de ouvir 2 tipos de música, dentre as quais, as músicas religiosas, assim como foram observadas tais músicas nos vídeos analisados. Estes pesquisadores evidenciaram que a música religiosa resgatava a espiritualidade destes idosos e permitia o resgate da historicidade dos mesmos. Além disso, estes autores concluíram que a música favorecia a elevação da auto-estima dos idosos, bem como, auxiliava a lidar com o sofrimento e a dor decorrente do tratamento da doença.

Outros tipos de músicas presentes nos vídeos analisados foram predominantemente as músicas instrumentais, ocorridas principalmente nos vídeos da categoria 3 e com menor incidência nos vídeos das categorias 1 e 5. Assim, foi observado que elas eram utilizadas com a finalidade de mostrar a situação de um idoso e colaborar na compreensão desta situação, ou seja, havia músicas motivacionais, quando se falava de aspectos positivos da velhice ou músicas instrumentais mais lentas, quando se tratava de suas debilidades, por exemplo.

Berchmans (2006) quando trata sobre a funcionalidade da utilização da música em vídeos e filmes, assim como no presente estudo, apregoa que elas são

utilizadas para chamar a atenção, sensibilizar e comover as pessoas. Deste modo, assim como foi observado nas situações nas quais havia música, Berchmans, afirma que ela tem a finalidade de facilitar a compreensão da narrativa do filme ou vídeo e fazer com que aquele que assiste se comova com uma situação de dor, dê gargalhada com uma piada, ou fique feliz com uma imagem bonita. Araújo e Sequeira (2013) contribuem com estas afirmações, ao analisarem estudos que comprovam a relação da demonstração de emoções geradas por sensações positivas enviadas pelo cérebro, como o prazer e o bem-estar da pessoa que houve música.

No estudo realizado por Borges (2013), o qual contou com a participação de universitários que assistiram cenas de filmes de diferentes gêneros e com a presença de trilhas sonoras nas mesmas, foi observado que a música constante naqueles vídeos permitia a aproximação entre o espectador e a realidade demonstrada, visto que ela fazia com que ele estivesse envolvido com a cena, com muito mais facilidade. Assim, estes autores afirmam que, do mesmo modo que os demais componentes de um vídeo, a música auxilia a provocar as emoções naquele que assiste, por contribuir com a transmissão da mensagem pretendida no filme ou vídeo, como no caso das observações realizadas neste estudo.

Outro fato observado neste estudo diz respeito à utilização de músicas de diferentes estilos, nos vídeos do YouTube® selecionados. As situações em que estas músicas foram observadas se referiam a ocasiões em que os idosos faziam algum tipo de atividade física, atividade manual, dançavam, estavam lendo, ou enquanto faziam alguma atividade corriqueira. Estes dados evidenciam que os idosos têm apreciação por diferentes estilos musicais, incluindo aqueles que são característicos de pessoas mais jovens.

Um estudo recente realizado por Piccoli et al. (2012) demonstrou, por meio de entrevistas, que idosos considerados roqueiros, se identificam como pessoas idosas e, independente da idade, continuam gostando do estilo. Estes idosos participantes do estudo enfatizaram que o estilo musical é para pessoas de todas as idades e que este estilo acompanhou o percurso de vida dos mesmos, sendo por este motivo que há tal aproximação, mesmo na vida idosa. Todavia, os pesquisadores sugerem que, por meio das falas destes indivíduos, foi possível observar que os mesmos não

sabem explicar se esta apreciação está associada ao espírito de ser jovem, apregoado ao “ser roqueiro”, ou se este gosto é independente desta questão. Outros estilos musicais, considerados de preferência de idosos, foram as músicas religiosas e também as de estilo sertanejo, justificadas pelo contexto sociocultural dos idosos analisados e demonstrados no estudo de Silva, Alvim e Marcon (2014), assim como também foram demonstrados no presente estudo. Todos estes dados relacionados a apreciação musical, reiteram a ideia de que idosos gostam de diferentes estilos musicais e o fator velhice não é condicionante a tais escolhas.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos resultados encontrados neste estudo, foi possível verificar inicialmente, algumas limitações em relação ao próprio *site*. Diante da grandiosidade de temas e vídeos vinculados ao YouTube®, pode-se considerar que existe apenas uma pequena parcela de vídeos relacionados com os temas “idoso” e “mídia”. Todavia, este reduzido número de vídeos encontrados pode indicar a inconsistência de demonstração de resultados oferecidos pelo sistema do *site*. Esta situação foi observada durante a coleta dos vídeos amostrais, na qual se notou que, na lista de apresentação dos resultados, não constavam alguns vídeos que apareciam na lateral direita do *site*, um espaço onde são disponibilizados vídeos de temas semelhantes àquele ao qual se assiste, enquanto se processa a busca de vídeos.

É importante ressaltar ainda que, durante a definição dos termos de busca, o termo “mídia” foi utilizado no sentido de filtrar os resultados encontrados, pois quando realizada a tentativa apenas com o termo “idoso”, o *site* disponibilizava um número exorbitante de resultados. Além disso, independente da utilização do termo “mídia” juntamente com o termo “idoso”, os resultados apresentados também incluíam vídeos que não se relacionavam com mídia diretamente, assim como foram observados os vídeos sem edição, com filmagens de situações cotidianas de idosos, ou vídeos editados, porém sem nenhum vínculo midiático, como o vídeo de idosos que falavam sobre as atividades desempenhadas em uma instituição de longa permanência, na qual habitam. Estas observações indicam que a utilização dos dois termos anteriormente citados não comprometeram a seleção amostral do estudo e os resultados finais do mesmo.

Compreendeu-se, que as categorias de vídeos disponibilizadas nas postagens do *site* não abrangem a tipologia e estrutura dos mesmos, o que seria outro fator a ser considerado durante a realização de pesquisas acadêmicas, no intuito de facilitar o desenvolvimento das mesmas. Ademais, no YouTube®, há diferentes tipos de vídeos, no que tange à estrutura dos mesmos e que este fator é determinante na demonstração da imagem do idoso apresentada no *site*, pois, nos vídeos observados na categoria 3) Propagandas e em alguns dos vídeos da categoria 2) Vídeos de Imagens e Filmes, os idosos eram personagens, ou seja,

apenas interpretavam um idoso em uma situação específica. E, mesmo que fisicamente aparentassem a figura de um indivíduo idoso, não necessariamente tinham ou têm falas e comportamentos que coincidem com aqueles reais, vivenciados cotidianamente por eles, assim como foram observados nos vídeos das categorias 1) Reportagens e 4) Entrevistas. Este fato permitiu a observação de que a imagem deste idoso, em algumas das propagandas, era a do idoso radical, marcado pelo apelo à juventude, ou, então, era aquela de alguém que precisa de cuidados e de atenção, por apresentar muitas limitações.

Durante a análise dos conteúdos apresentados nos vídeos, notou-se que a imagem do indivíduo idoso construída e apresentada no YouTube®, está associada a diferentes aspectos. Estes se referem às falas das pessoas idosas e das pessoas periféricas a ele, às condutas dos idosos e dos demais participantes dos vídeos, às características físicas do idoso, sua expressão corporal, bem como, aos aspectos de composição do vídeo, que segundo Rose (2012), Korins (1992) e Bauer e Gaskell (2012), contribuem para que uma ideia ou imagem seja compreendida, tais como os sons constantes nos vídeos, sua estrutura, as cores das imagens e a focalização dos personagens.

A partir das análises, pode-se dizer que a imagem do idoso no YouTube® pode ser considerada por duas vertentes: 1) Imagem do idoso permeada por tendências negativas e 2) Imagem do idoso permeada por tendências positivas. A compreensão destas tendências se deu por meio da construção de uma imagem que é expressa pelo próprio idoso, mas também expressa por pessoas periféricas a eles, neste caso, os demais participantes dos vídeos.

Esta compreensão, que parte de dois focos distintos, foi observada no Eixo 1, em situações nas quais, os idosos apresentavam comportamentos e falas com respostas manipuladas, ou, até mesmo, perdiam a fala por outros, que acabavam falando por ele, o que sugeriu a demonstração da figura de um idoso que é influenciado pelos demais indivíduos com que convive ou divide uma situação específica. Também foi evidenciado que o número de incidências de tendências negativas quando comparadas com as positivas, principalmente no que tange às falas dos participantes dos vídeos, foi maior quando considerados os participantes periféricos, indicando a possibilidade de, nestes vídeos analisados, os participantes

periféricos demonstrarem uma visão mais negativa da figura idosa do que os próprios indivíduos que se encontram no processo de envelhecimento.

Outra observação muito relevante indicou que, dentre as características de tendências negativas, as falas dos participantes dos vídeos observados, relacionadas à visão da vida idosa por um ângulo somente negativo (debilidades físicas, psicológicas e intelectuais reduzidas, perda de autonomia e necessidade de auxílios, pior fase da vida, falta de motivação e a consideração do idoso como um “peso” para os demais), foram muito mais incidentes para os participantes periféricos do que para os próprios idosos. Além disso, nas falas dos participantes foram notados outros tipos de manifestações de tendências negativas que não ocorreram por parte dos idosos, como o desrespeito ao idoso, sua ridicularização e o tratamento dele, como se fosse um objeto, o que sugere a maneira equivocada como o idoso é visto por pessoas periféricas a ele.

Também deve ser evidenciado como tendência negativa, o grande número de vídeos em que havia algum tipo de manifestação agressiva contra o idoso. Isto gera uma preocupação que extrapola o fato de sua imagem ser apresentada por caráter positivo ou negativo no YouTube® e indica que o preconceito contra o idoso pode gerar a repulsa e condutas agressivas contra ele, cometidas sem nenhuma consideração por estas pessoas, que, independente da idade, deveriam ser respeitadas.

Apesar de serem notadas situações cuja predominância foi marcada por tendências negativas, observou-se, neste estudo que, a imagem do idoso no YouTube® é apresentada por situações reais vivenciadas por ele, nas quais, tanto os próprios idosos como os demais participantes dos vídeos, reconhecem a importância da prática de atividades diversificadas em suas vidas e dos benefícios resultantes dela, como o combate ao envelhecimento, a manutenção e ampliação de relacionamentos e, portanto, melhorias na socialização, contribuição para uma boa saúde, tendo o reconhecimento de sua importância e de seus direitos.

Para os participantes periféricos nos vídeos, também foram ressaltadas falas referentes à indignação de conduta incorreta cometida contra um idoso, percebida com grande frequência nos vídeos. Estes aspectos de tendência positiva, quando derivados dos participantes periféricos, também foram mais incidentes quando

comparados com os próprios idosos. Este quadro permite uma visão mais esperançosa e otimista da representação da imagem do idoso apregoada na sociedade e também nas mídias virtuais e, especificamente, no YouTube®.

Além disso, outras observações realizadas durante as análises colaboraram para este otimismo, como os assuntos abordados nos vídeos, preconizados predominantemente por assuntos positivos quando comparados àqueles de tendências mais negativas. Estes assuntos incluíram principalmente o incentivo ou a própria compreensão da importância e dos benefícios da prática de atividades diversificadas (principalmente a atividade física), a atenção de programas televisivos utilizando espaços nos mesmos para a discussão sobre o idoso, o casamento entre idosos, os benefícios do convívio em uma instituição de longa permanência ou com a família e a realização de concurso evidenciando a vida em envelhecimento.

Outra observação relevante e de tendência positiva, incluiu o aspecto tonalidade das falas, constante no Eixo 1, que indicou predominância de situações em que os idosos apresentaram tonalidade de voz forte, com demonstração de entusiasmo durante a realização de atividades prazerosas. Ainda neste sentido, deve-se enfatizar que, os aspectos preconizados no Eixo 2 e alguns do Eixo 3, indicaram uma imagem corporal de idosos abarcada muito mais por tendências positivas do que negativas, demonstradas predominantemente nos aspectos: gestos dos idosos, expressão facial, posturas, características físicas, utilização de objetos decorativos em predominância àqueles de auxílio, vestimentas, protagonismo nos vídeos e apreciação de estilos musicais. Neste sentido, a pessoa em envelhecimento, demonstrada no YouTube®, não é somente aquela de pele e cabelos brancos, que geralmente está triste, “de mal com a vida”, desmotivada e que precisa de objetos de auxílio, mas caminha para a indicação da imagem de um idoso que se diverte, pratica atividades que gosta e que dão prazer, pode ter uma boa condição física, uma vida ativa e que tem o direito de apreciar músicas de diferentes estilos, mesmo aquelas consideradas mais “joviais”. Deste modo, os achados deste estudo, apesar de terem sido preconizados fatores que marcaram as tendências negativas, corrobora os de Aersa et al., 2011, Félix e Santos (2011), Lautenschleger (2010), Ribeiro (2007), Silva (2012) e permite perceber as mudanças já ocorridas no que tange a demonstração da imagem do idoso visualizada na mídia

interativa YouTube®, e preconização de sua imagem caracterizada por tendências positivas.

Após a consideração de todos os aspectos analisados nos 3 eixos estruturados no presente estudo, conclui-se que a imagem do idoso no YouTube® pode ser considerada aquela preconizada muito mais por suas tendências positivas do que negativas, visto que na maior parte dos aspectos analisados, as predominâncias contabilizadas foram representadas positivamente.

Assim, pode-se dizer que a hipótese sugerida neste estudo se confirma apenas em parte, pois a imagem do idoso apresentada no YouTube® não é preconizada somente por aspectos de tendências negativas, mas principalmente por positivas. Sugerem-se novos estudos relacionados às temáticas em apreço, que contribuam para a compreensão da imagem do idoso representada em diferentes contextos e especificamente no YouTube®, para as quais sejam considerados os aspectos de limitação do próprio *site*, visando contribuir a realização de pesquisas neste espaço interativo.

9 REFERÊNCIAS

ACOSTA, M. A.; RODRIGUES, F. A.; PASTORIO, A. Análise do uso dos meios de comunicação por idosos de Santa Maria/RS. **Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento**, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p. 167-182, 2012. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/RevEnvelhecer/article/view/20824/2319>>. Acesso em: 12 jan. 2015.

AGUIAR, L. M.; ROSÁRIO, N. M. A desconstrução do Corpo Eletrônico nos conteúdos Audiovisuais do YouTube. In: FEEVALE. Aprendizado, descobertas e inovação em iniciação científica e salão de extensão: livro de destaques da Feira de Iniciação Científica e Salão de Extensão, 2008, Novo Hamburgo. **Anais...** Novo Hamburgo: Editora FEEVALE, 2008, p. 205-217. Disponível em: <http://corporalidades.com.br/site/wpcontent/uploads/downloads/2013/12/2008_1.pdf>. Acesso em: 12 out. 2013.

ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para a cidadania? **Ciência da Informação**, Brasília, n. 3, v. 25, p. 396-404, set./dez. 1996. Disponível em: <<file:///C:/Users/RODRIGUES/Downloads/465-1047-1-PB.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2013

ALVES, A. M. A Construção Social da Violência Contra os Idosos. **Textos sobre Envelhecimento**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 6, p. 9-31, 2001. Disponível em: <http://revista.unati.uerj.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-59282001000200002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 11 jan. 2015.

AMARAL, A. O. **A inserção do idoso na publicidade**, 2002. 95 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2002. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/Amauri-de-Oliveira-Amaral.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

AMORIM, A. B. S. Raiva a emoção que cura: desbloqueando o eu inferior a partir das técnicas em core energetics. In: Congresso em psicologia corporal em core energetics, 1., 2008, Atibaia. **Anais...** Atibaia, Instituto Core Energetics do Brasil, 2008. Disponível em: <http://www.brasil-coreenergetics.com.br/imagens/PDF/anais_arlene.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2015.

ANDRADE, E. R. A exclusão dos idosos na mídia impressa: o que é dito e o que é silenciado sobre eles. **Revista Línguas e Letras**, Cascavel, v. 13, n. 24, p. 67-88, 2012. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/linguaseletras/article/view/1156>>. Acesso em: 30 out. 2014.

ANDRADE, L. L. S.; NASCIMENTO, U. N.; QUINTELA, S. H. C.; RAMALHO, L. A.; CABRAL, M. F.; MESQUITA, I. C. B.; FONTES, A. A.; BORGES, R. R.; ANDRADE, L. L. S. VERSUTI, A. C. A expressividade do cinema mudo na construção de significados. **Distúrbios da Comunicação**, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 95-100, mar.

2014. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/dic/article/view/14753>>. Acesso em: 13 jan. 2015.

ARAÚJO, C. S.; SEQUEIRA, B. J. A relação da música com a neurociência e o seu efeito no cérebro sobre as emoções. **Caderno de Ciências Biológicas e da Saúde**, Boa Vista, n. 1, p. 1-13, 2013. Disponível em: <<http://200.230.184.11/ojs/index.php/CCBS/article/view/28/17>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

ARAÚJO, L. F.; COUTINHO, M. P. L.; CARVALHO, V. A. M. L. Representações sociais da velhice entre idosos que participam de grupos de convivência.

Psicologia: Ciência e Profissão, Brasília, v. 25, n. 1, p. 118-131, mar. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932005000100010>. Acesso em: 25 nov. 2014.

ARAÚJO, L. F.; COUTINHO, M. P. L.; SALDANHA, A. A. W. Análise comparativa das representações sociais da velhice entre idosos de instituições geriátricas e grupos de convivência. **Psico**, Porto Alegre, v. 36, n. 2, p. 197-204, maio/ago. 2005. Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/viewFile/1390/1090>>. Acesso em: 17 dez. 2014.

ARAÚJO, L. F.; COUTINHO, M. P. L.; SANTOS, M. F. S. O idoso nas instituições gerontológicas: um estudo na perspectiva das representações sociais. **Psicologia e Sociedade**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 89-98, maio/ago. 2006. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-71822006000200012&script=sci_arttext>. Acesso em: 17 nov. 2014.

AREOSA, S. V. C.; BENITEZ, L. B.; WICHMANN, F. M. A.; LEPPER, L.; CARDOSO, C. M. C.; PEREIRA, E. M.; WEGNER, E. Envelhecimento, mídia e sociedade.

Revista Contexto e Saúde, Ujuí, v. 10, n. 20, p. 261-266, jan./jun. 2011. Disponível em:

<<https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/contextoesaude/article/view/1528/1287>>. Acesso em: 12 nov. 2013.

ASSIS, T. C. F. **A representação social da violência em torcidas organizadas de futebol**. 2008. 131 f. (Mestrado em Psicologia Social) – Instituto de Psicologia. Universidade Católica de Goiás, 2008. Disponível em:

<http://tede.biblioteca.ucg.br/tde_arquivos/11/TDE-2008-09-16T120928Z-480/Publico/Tulia%20Cristina%20Ferraz%20de%20Assis.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2015.

AUMONT, J.; MARIE, M. **L'Analyse des Films**. 2. ed. Paris: Nathan, 1999.

BALOGH, C. Corpo em tempo real. In: LYRA, B.; GARCIA, W. (Org.) **Corpo e Imagem**. São Paulo: Arte e Ciência, 2002. p. 211-218.

BAPTISTA, R. R.; VAZ, M; A. Arquitetura muscular e envelhecimento: adaptação funcional e aspectos clínicos: revisão da literatura. **Fisioterapia e Pesquisa**, São

Paulo, v.16, n. 4, p. 368-373, out./dez. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-29502009000400015>. Acesso: 08 ago. 2013.

BARBOSA, R. M. S. P.; MOTA, N. M.; GOMES, D. C. Dinamismo social no envelhecimento - onde estamos? e para onde vamos? **BIUS - Boletim Informativo Unimotrisaúde em Sociogerontologia**, Manaus, v. 2, n. 1, p. 3-13, 2011.

Disponível em:

<<http://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/BIUS/article/view/113/20>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução de L. A. R. Augusto. 1. ed. rev. e ampl. Lisboa: Edições 70, 2011.

BATISTA, T. X.; FREITAS, S. A. A imagem do idoso no discurso publicitário. In: Encontro de Iniciação Científica da UEMS, 9., 2001, Dourados. **Anais...**Dourados: Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul, 2011. v. 1, n. 1. Disponível em: <<http://periodicos.uems.br/novo/index.php/enic/article/view/717>>. Acesso em: 16 dez. 2012.

BEAUVOIR, S. **A velhice**. Tradução de M. H. F. Monteiro. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1990. 711p

BENEDETTI, T. R. B.; GONÇALVES, L. H. T.; MOTA, J. A. P. S. Uma proposta de política pública de atividade física para idosos. **Texto & Contexto – Enfermagem**, Florianópolis, v. 16, n. 3, p. 387-398, jul./set. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-07072007000300003&script=sci_arttext>. Acesso em: 10 jan. 2015.

BENEDETTI, T. R. B.; PETROSKI, E. L. Idosos asilados e a prática de atividade física. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, Londrina, v. 4, n. 3, p. 5-16, 1999. Disponível em: <<http://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/RBAFS/article/viewFile/1056/1221>>. Acesso em: 23 out. 2014.

BERCHMANS, T. **A música do filme: tudo o que você gostaria de saber sobre a música de cinema**. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

BETTI, M. **A janela de vidro: esporte, televisão e educação física**. Campinas: Papirus, 1998. 159p.

BEZERRA, A. K. G.; A construção e reconstrução da imagem do idoso pela mídia televisiva. **BOCC – Biblioteca online de Ciências da Comunicação**. Campina Grande, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/>>. Acesso em: 25 nov. 2012.

BORGES, A. B. **A Importância da Trilha Sonora na Composição Emocional dos Filmes**. 2013. 50 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <

<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/4005/1/20943847.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

BRANDÃO, H. A Mídia e o Idoso. In: PAPALETTO NETTO, M. **Tratado de Gerontologia**. São Paulo: Atheneu, 2007. p. 823-828.

BRANDÃO, V. M. A.T; MERCADANTE, E. F. **Envelhecimento ou Longevidade?** São Paulo: Paulus, 2009.

BRASIL. **Estatuto do Idoso**. Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. Brasília, 2004.

BRUNO, C. T. S.; MARQUES, M. B.; SILVA, M. J. Avaliação cognitiva de idosos asilados utilizando o Miniexame do estado mental. **Revista Eletrônica Cadernos ESP**, Ceará, v. 2, n. 1, p. 51-59, jan./jun. 2006. Disponível em: <<http://www.esp.ce.gov.br/cadernosesp/index.php/cadernosesp/article/view/15>>. Acesso em: 18 out. 2014.

BURATTI, R. M. **Idosos na Telinha**: investigação da velhice em campanhas publicitárias televisivas. 2004. Dissertação (Mestrado em Gerontologia). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital** : como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo : Aleph, 2009.

CAMPOS, M. R. X.; DIAS, C. A.; RODRIGUES, S. M. Representações de cuidadores de idosos a respeito do “ser idoso”, da “velhice” e do “viver institucionalizado”. **Revista Brasileira de Ciências do Envelhecimento Humano**, Passo Fundo, v. 8, n. 2, p. 255-264, maio/ago. 2011. Disponível em: <<http://www.upf.br/seer/index.php/rbceh/article/view/1373>>. Acesso em: 23 out. 2014.

CARDOSO, A. M. N. **Fatores motivacionais de idosos associados à prática regular de exercícios físicos**. 123f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Motricidade) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista. Rio Claro, 2014. Disponível em: <<http://base.repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/108758/000767637.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 19 out. 2014.

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Editoracontext, 2011.

CHAUÍ, M. Ética e violência. **Teoria & Debate**, São Paulo, v.11, n. 39, p.33-34, out./dez. 1998. Disponível em: <<http://csbh.fpabramo.org.br/o-que-fazemos/editora/teoria-e-debate/edicoes-anteriores/ensaio-etica-e-violencia>>. Acesso em: 03 fev. 2015.

CHENG, X.; DALE, C.; LIU, J. Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study. **Cornell University Library**, 2007.

CIRCIRELLI, V. G. Fear of Death in Mid-Old Age. **Journal of Gerontology: Psychological Sciences**, Cary, v. 61b, n. 2, p. 75-81, mar. 2006. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/16497957>>. Acesso em: 24 out. 2014.

CONCONE, M. H. V. B. Medo de envelhecer ou de parecer? **Kairós**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 19-44, dez. 2007. Disponível em: <<http://biblat.unam.mx/pt/revista/revista-kairos/articulo/medo-de-envelhecer-ou-de-parecer>>. Acesso em: 27 out. 2014.

CORTÊ, B.; GOMES, M. R. A violência e a velhice na mídia. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29. Brasília. **Anais...** Brasília: Intercom, Brasília: UnB, 2006, p. 1-14. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0032-1.pdf>>. Acesso em 08 jan. 2015.

COSTA, F. G.; CAMPOS, P. H. F. F. Representação Social da Velhice, Exclusão e Práticas Institucionais. **Revista Eletrônica de Psicologia e Políticas Públicas**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 100-113, 2009. Disponível em: <<http://www.crp09.org.br/NetManager/documentos/v1n1a6.pdf>>. Acesso em: 20 dez 2014.

COSTA, H. O.; MATIAS, C. O impacto da voz na qualidade da vida da mulher idosa. **Revista Brasileira de Otorrinolaringologia**, São Paulo, v. 71, n. 2, p. 172-178, mar./abr. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-72992005000200010&script=sci_arttext>. Acesso em: 19 nov. 2014.

COSTELLO, E.; KAFCHINSKI, M.; VRAZEL, J.; SULLIVAN, P. Motivators, Barriers, and Beliefs Regarding Physical Activity in an Older Adult Population. **Journal of GERIATRIC Physical Therapy**, Philadelphia, v. 34, n. 3, p. 138-147, jul./set. 2011. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21937904>>. Acesso em: 26 out. 2014.

COUTO, M. C. P. P.; KOLLER, S. H.; NOVO, R.; SOARES, P. S. Avaliação de Discriminação contra Idosos em Contexto Brasileiro – Ageismo. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 25, n. 4, p. 509-518, out./dez. 2009. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/20915/000732743.pdf?sequence=1&locale=pt_BR>. Acesso 23 dez. 2014.

DANTAS E SILVA, F. Políticas públicas e direitos dos idosos. **Revista Examãpaku**, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 1-11, 2008. Disponível em: <<http://revista.ufrb.br/index.php/examapaku/article/view/1464/1058>>. Acesso em: 26 jan 2015.

DEBERT, G. G. O velho na Propaganda. **Cadernos Pagu**, Campinas, v.21, p.133-155, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n21/n21a07.pdf>>. Acesso em: 09 set. 2013.

DIAS, J. P. YouTube: um espaço de leituras na contemporaneidade. In: Seminário Interno de Pesquisas do Laboratório Arquivos do Sujeito, 2., Niterói. **Anais...** Niterói: LAS- Laboratório Arquivos do Sujeito, 2013, p. 72-78. Disponível em: <<http://www.uff.br/las/periodicos/index.php/seminariointerno/article/view/38/33>>. Acesso em: 20 out. 2013.

DIAS, M. A. F.; PAÚL, C.; WATANABE, H. A. W. Representações sociais de velhice e suas relações com declínio e finitude em comentários e críticas publicados na mídia. **Revista Kairós Gerontologia**, São Paulo, v. 17, n. 1, p. 125-143, mar. 2014. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/20286/15062>>. Acesso em: 21 jan 2015.

DROGUETT, J. G. Corpo, cultura e imagem. In: LYRA, B.; GARCIA, W.(orgs.) **Corpo e Imagem**. São Pulo: Arte e Ciência, 2002. p. 287-292.

DUARTE, F. **Arquitetura e tecnologias de informação**: da Revolução Industrial à Revolução Digital. Campinas: Editora Unicamp, 1999.

DUARTE, F. M.; WANDERLEY, K. S. Religião e espiritualidade de idosos internados em uma enfermaria geriátrica. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 27, n. 1, p. 49-53, jan./mar. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-37722011000100007&script=sci_arttext>. Acesso em: 16 dez. 2014.

DUBOIS, P. **Cinema, Video, Godard**, São Paulo: Editora Cosac Naify, 2004.

FÉLIX, L. B.; SANTOS, M. F. S. A velhice na mídia escrita: um estudo em representações sociais. **Revista Brasileira de Ciências do Envelhecimento Humano**, Passo Fundo, v. 8, n. 3, p. 363-374, set./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.upf.br/seer/index.php/rbceh/article/view/1541/pdf>>. Acesso em: 27 jan 2015.

FERNANDES, E. R.; ZITZKE, V. A. A evolução da técnica e o surgimento da tecnologia no contexto econômico e educacional. In: Congresso Internacional de História da UFG, 3., 2012, Jataí. **Anais...** Jataí: Curso de História, 2012. Disponível em: <<http://www.congressohistoriajatai.org/anais2012/Link%20%28147%29.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2013.

FERNANDES, M. G. M.; GARCIA, L. G. O Sentido da Velhice para Homens e Mulheres Idosos. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 19, n. 4, p. 771-783, 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/sausoc/article/view/29701/31576>>. Acesso em: 08 jan. 2015.

FISCHER, R. M. B. Mídia e educação: em cena, modo de existência jovem. **Educar**, Curitiba, n. 26, p. 17-38, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/er/n26/n26a03.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2013.

FONTES, A. P.; BOTELHO, M. A.; FERNANDES, A. A. A funcionalidade dos mais idosos (≥ 75 anos): conceitos, perfis e oportunidades de um grupo heterogêneo.

Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 91-107, 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbgg/v16n1/a10v16n1.pdf>>. Acesso em: 16 nov. 2014.

FRANCHI, K. M. B.; MONTENEGRO JUNIOR, R. M.; Atividade física: uma necessidade para a boa saúde na terceira idade. **Revista Brasileira em Promoção da Saúde**, Fortaleza, v. 18, n. 3, p. 152-156, 2005. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40818308>>. Acesso em: 09 jan. 2015.

FREITAS, M. C.; FERREIRA, M. A. Velhice e pessoa idosa: representações sociais de adolescentes escolares. **Revista Latino-Americana de Enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 21, n. 3, p. 1-8, jun. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-11692013000300750&script=sci_arttext>. Acesso em: 27 nov. 2014.

GODOY, R. F. Benefícios do Exercício Físico sobre a Área Emocional. **Movimento**, Porto Alegre, v. 8, n. 2, p.7-16, maio/ago. 2002. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/2639/1265>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

GOMES, K. V.; ZAZÁ, D. C. Motivos de adesão a prática de atividade física em idosas. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, Londrina, v. 14, n. 2, p. 132-138, 2009. Disponível em: <<http://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/RBAFS/article/view/765>>. Acesso em: 23 nov. 2014.

GOMES, L. R. R. Projeto esporte cidadão: vivências positivas por meio de atividades físicas para idosos em situação de risco econômico e social. **Revista Interdisciplinar de Extensão Universitária**, Alfenas, n. 5, p. 114-125, 2012. Disponível em: <<http://seer.uniritter.edu.br/index.php/comuni/article/view/559>>. Acesso em: 28 dez. 2014.

GONÇALVES, L. H. T.; ALVAREZ, A. M.; SENA, E. L. S.; SANTANA, L. W. S.; VICENTE, F. R. Perfil da família cuidadora de idoso doente/fragilizado do contexto sociocultural de Florianópolis, SC. **Texto & Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 570-577, out./dez. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tce/v15n4/v15n4a04>>. Acesso em: 30 nov. 2014.

GONTIJO, E. E. L.; INOCENTE, N. J.; KAMIMURA, Q. P.; Políticas públicas voltadas ao idoso no Brasil. In: XV Encontro Latino Americano de Iniciação Científica; XI Encontro Latino Americano de Pós Graduação; V Encontro Latino Americano de Iniciação Júnior, 15. 11. 5, 2011, Urbanova. **Anais...**São Jose dos Campos: Univap, 2011. p. 1-6. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2011/anais/trabalhos_sociaisaplicadas.html>. Acesso em: 14 jan. 2015.

GRABE, S.; WARD, L. M.; HYDE, J. S. The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. **Psychological Bulletin**, Washington, v. 134, n. 3, p. 460–476, 2008.

Disponível em:

<http://people.ucsc.edu/~sgrabe/Shellys_Home_page/Publications_files/Grabe%20%26%20Ward,%20Hyde,%20Media%20Meta%20%28PB,%202008%29.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2013.

GRAF, M. G. **Propaganda**: De lá para Cá. São Paulo: Ibrasa, 2005.

GRIEBLER, E. M. **Representação Social da atividade física para idosos**:

perspectivas na mídia. 2013. 51 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Educação Física) – Escola de Educação Física, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em:

<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/87770?locale=pt_BR>. Acesso em: 15 dez 2014.

GUERRA, A. C. L. C.; CALDAS, C. P. Dificuldades e recompensas no processo de envelhecimento: a percepção do sujeito idoso. **Ciência e saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 6, p. 2931-2940, set. 2010. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232010000600031&script=sci_arttext>. Acesso em: 17 jun. 2013.

HOWITT, D.; CRAMER, D. **Introduction to research methods in psychology**. 3. ed. London: Pearson Education Limited, 2011.

HUSSIN, M.; FRAZIER, S.; THOMPSON, K. Fat stigmatization on YouTube: A content analysis, **Body Image**, Amsterdam, n. 1, v. 8, p. 90-92, jan. 2011. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144510001063#>>.

Acesso em: 28 out. 2014.

IBGE. **Síntese de indicadores sociais**: uma análise das condições de vida da população brasileira, 2010. Disponível em:

<ftp://ftp.ibge.gov.br/Indicadores_Sociais/Sintese_de_Indicadores_Sociais_2012/SIS_2012.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2015.

IBGE. **As mulheres no alvo das políticas públicas brasileiras**, 2006. Disponível em:

<<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=605>>. Acesso em: 22 nov. 2014.

IBGE. **Primeiros resultados definitivos do Censo 2010**: população do Brasil é de 190.755.799 pessoas, 2011. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1866&id_pagina=1>. Acesso em: 28 nov. 2012.

INCONTRI, D. A mídia e a imagem do idoso: uma questão de ética. In: PAPALÉO NETTO, M. **Gerontologia**: A velhice e o envelhecimento em visão globalizada. São Paulo: Editora Atheneu, 2002. p. 458-462.

FREIRE JÚNIOR, R. C. F.; TAVARES, M. F. L. Saúde sob o olhar do idoso institucionalizado: conhecendo e valorizando sua opinião. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, Botucatu, v. 9, n. 16, p. 147-158, fev. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-32832005000100012&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 12 jan. 2015.

KORNIS, M. A. História e cinema: um debate metodológico. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 237-250, 1992. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1940/1079>>. Acesso em: 12 dez. 2013.

KYRILLUS, L.; COTES, C.; FEIJÓ, D. **Voz e corpo na TV**: a fonoaudiologia a serviço da comunicação. São Paulo: Globo, 2003.

LAUTENSCHLEGER, G. Terceira idade, mídia e sociedade. **Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Araraquara, v. 2, n. 2, jan./jul. 2010. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/redd/article/view/4151>>. Acesso em: 12 jan 2015.

LEEUWEN, T. V.; JEWITT, C. **Handbook of Visual Analysis**. Londres: Sage Publications, 2001. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/27620388/VanLeeuwen-Jewitt-Visual-Analysis-Handbk>>. Acesso em: 28 out. 2013.

LEMOS, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução C. I. COSTA. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, C. R. V. **Políticas públicas para idosos**: a realidade das instituições de longa permanência no distrito federal. 2011. 121 f. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Legislativo e Políticas Públicas) -Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor), Brasília, 2011. Disponível em: <<http://bd.camara.gov.br/bd/handle/bdcamara/6005>>. Acesso em: 25 nov. 2014.

LIRA, P. M. M. **A propaganda e a terceira idade**: como o idoso do Distrito Federal se percebe nas propagandas televisivas brasileiras. maio 2007. 38 f. Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em Comunicação Social). Faculdade de Ciências Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2007. Disponível em: <<http://www.repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/2024/2/20580404.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2013.

LOIZOS, P. Filme, vídeo e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2012. p. 147-155.

LOIZOS, P. Filme, vídeo e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2012. p. 147-155.

LONGO, W. P. Ciência e tecnologia : evolução, inter-relação e perspectivas. **A Defesa Nacional**, Rio de Janeiro, v. 676, n. 4, p. 1-12, jul. 2004. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/6085-6077-1-PB.pdf>>. Acesso em: 02 out 2013.

LOPES, B. C.; ANDRADE, E. R. Representações sobre o idoso em sites e/ou comunidades na internet. **Crátilo: Revista de Estudos Linguísticos e Literários**, Patos de Minas, v. 5, n. 2, p. 165-179, 2012. Disponível em: <<http://cratilo.unipam.edu.br/documents/32405/41762/representacoes.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2014.

MACHADO, C. P. **A designação da palavra preconceito em dicionários atuais**. 2007. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000409473#>>. Acesso em: 14 out. 2014.

MAGNABOSCO-MARTINS, C. R.; VIZEU-CAMARGO, B.; BIASUS, F. Representações sociais do idoso e da velhice de diferentes faixas etárias. **Universitas Psychologica**, Bogotá, v. 8, n. 3, p. 831-847, set./dez. 2009. Disponível em: <<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/viewFile/627/388>>. Acesso em: 29 out. 2014.

MARCHI, A. C. W.; SCHNEIDER, C. M.; OLIVEIRA, L. A. Implicações sociais na velhice e a depressão. **UNOESC & SAÚDE – ACHS**, Joaçaba, v. 1, n. 2, p. 149-158, jul. 2010. Disponível em: <<http://editora.unoesc.edu.br/index.php/achs/article/view/572>>. Acesso em: 10 jan 2015.

MARTINS, J. S. **Sociologia da fotografia e da imagem**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

MARTINS, R. M. L.; RODRIGUES, M. L. M. Estereótipos sobre idosos: uma representação social gerontofóbica, **Millenium – Revista do ISPV**, Viseu, n. 29, p. 249-254, 2004. Disponível em: <<http://www.ipv.pt/millenium/Millenium29/default.htm>>. Acesso em: 18 out. 2014.

MAUERBERG-deCASTRO, E. **Atividade Física Adaptada**. Ribeirão Preto: Novo Conceito, 2011.

MAZO, G. Z.; CARDOSO, F. L.; AGUIAR, D. L. Programa de hidroginástica para idosos: motivação, auto-estima e auto-imagem. **Revista Brasileira de Cineantropometria & Desempenho Humano**, Florianópolis, v. 8, n. 2, p. 67-72, 2006. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/rbcdh/article/view/3883/16671>>. Acesso em: 23 ago. 2013.

MAZO, G. Z.; LIPOSCKI, D. B.; ANANDA, C.; PREVÊ, D. Condições de saúde, incidência de quedas e nível de atividade física dos idosos. **Revista Brasileira de Fisioterapia**, São Carlos, v. 11, n. 6, p. 437-442, nov./dez. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbfis/v11n6/v11n6a04>>. Acesso em: 13 out. 2013.

MEIRA, L. Análise microgética e videografia: ferramentas de pesquisa em psicologia cognitiva. **Temas em Psicologia**, Ribeirão Preto, n. 3, p. 59-71, dez. 1994. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1413-389X1994000300007&script=sci_arttext>. Acesso em: 03 nov. 2013.

MENEZES, L. N.; VICENTE, L. C. C. Envelhecimento vocal em idosos institucionalizados. **Revista CEFAC**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 90-98, jan./mar. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-18462007000100012&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt&userID=-2>. Acesso em: 15 out. 2014.

MILANEZ, N. Corpo cheiroso, corpo gostoso: unidades corporais do sujeito no discurso. **Acta Scientiarum. Language and Culture**, Maringá, n. 2, v. 31, p. 215-222, 2009. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciLangCult/article/view/6684/6684>>. Acesso em: 28 nov. 2014.

MINAYO, M. C. S. **Violência contra idosos: o avesso do respeito à experiência e à sabedoria**. Brasília, DF: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2004.

MINAYO, M. C. S.; SOUZA, E. R. As múltiplas mensagens da violência contra idosos. In: MINAYO, M.C.S; SOUZA, E.R. (orgs). **Violência sobre o olhar da saúde: a infra-política da contemporaneidade brasileira**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2003, p. 223-242

MIRANDA, L. M.; FARIAS, S. F. Contributions from the internet for elderly people: review of the literature. **Interface**, Botucatu, v. 13, n. 29, p. 383-394, abr./jun. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-32832009000200011&script=sci_arttext>. Acesso em: 11 ago. 2013.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: <http://cliente.argom.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html>. Acesso em: 14 set. 2013.

MOREIRA, V.; NOGUEIRA, F. N. N. Do indesejável ao inevitável: a experiência vivida do estigma de envelhecer na contemporaneidade. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 19, n. 1, p. 59-79, jan./mar. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65642008000100009>. Acesso em: 19 nov. 2014.

MORO, V. L. et al. Detalhamento do método. In: SANTOS, S. G. (Org.) **Métodos e técnicas de pesquisa quantitativa aplicada à Educação Física**. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2011. p. 191-208.

NASCIMENTO, C. M. C.; AYAN, C.; CANCELA, J. M.; PEREIRA, J. R.; ANDRADE, L. P.; GARUFFI, M.; GOBBI, S.; STELLA, F. Exercícios físicos generalizados capacidade funcional e sintomas depressivos em idosos brasileiros. **Revista Brasileira de Cineantropometria e Desempenho Humano**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 486-497, jul./ago. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S198000372013000400010&script=sci_arttext> . Acesso em: 01 fev. 2015.

NERI, A. L.; M. O que a psicologia tem a oferecer ao estudo e a intervenção no campo do envelhecimento do Brasil, hoje. In: NERI, A. L.; YASSUDA, M. S. (orgs.); CACHIONI, M. (colab.). **Velhice bem-sucedida e educação: aspectos afetivos e cognitivos**. 3. ed. São Paulo: Papirus, 2004. p. 13-28.

NUNES, V. P. C.; **A inclusão digital e sua contribuição no cotidiano de idosos: possibilidade para uma concepção multidimensional de envelhecimento**. 2006. 84 f. Dissertação (Mestrado em Gerontologia Biomédica) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <http://tede.pucrs.br/tde_arquivos/14/TDE-2007-01-24T152532Z-345/Publico/386536.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2013.

OLIVEIRA, D. A. A. P.; GOMES, L.; OLIVEIRA, R. F. Prevalência de depressão em idosos que frequentam centros de convivência. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 40, n. 4, p. 734-736, ago. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-89102006000500026&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 05 jan 2015.

OLIVEIRA, K. L.; SANTOS, A. A. A.; CRUVINEL, M.; NÉRI, A. L. Relação entre ansiedade, depressão e desesperança entre grupos de idosos. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 11, n. 2, p. 351-359, maio/ago. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-73722006000200014&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 19 dez. 2014.

OMS. **Envelhecimento Ativo: Um Projeto de Política de Saúde**. 1 ed. Madri: (s. n.), 2002.

PAIVA, C. C. YouTube como vetor de modernização tecnológica e desenvolvimento social. In: Simpósio AbCiber, 2., 2008. São Paulo. **Anais...** São Paulo: PUCSP, 2008. p. 1-13. Disponível em: <<http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Claudio%20Cardoso%20de%20Paiva.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2013.

PELLEGRINI, D. P.; REIS, D. D.; MONÇÃO, P. C.; OLIVEIRA, R. YouTube. Uma nova fonte de discursos. **BOCC – Biblioteca online de Ciências da Comunicação**, Santa Cruz, p.1-8, 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/>>. Acesso em: 25 nov 2012.

PENAFRIA, M. Análise de Filmes: conceitos e metodologia(s). In: Congresso SOPCOM, 6., abr 2009, Lisboa. **Anais...** Lisboa: Universidade Lusófona de Lisboa-Portugal, 2009, p. 1-10. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>>. Acesso em: 19 dez 2012.

PICCOLI, M.; LOPES, A.; ARAÚJO, J. R. C.; GRAEFF, B. Idosos “roqueiros” e juventude eterna: pistas para reflexão. **Revista Temática Kairós Gerontologia**, São Paulo, v. 15, n. 6, p. 291-312, 2012. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/17308/12854>>. Acesso em 11 nov. 2014.

PRADO, T. M.; ARAGÃO, V. B. A Imagem do idoso na Publicidade. In: Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, 9., 2009, Curitiba. **Anais...Curitiba**: [s.n.], 2009. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0656-1.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2013.

REZENDE, L. P. O idoso na propaganda. In: ENELIN - Encontro de Estudos da Linguagem, III Encontro Internacional de Estudos da Linguagem, 2011, Pouso Alegre. **Anais...** Pouso Alegre: Universidade do Vale do Sapucaí, 2011. p. 1-9. Disponível em: <www.cienciasdalinguagem.net/enelin>. Acesso em: 17 dez 2012.

RIBEIRO, R. N. **A construção da velhice positivada em propagandas televisivas direcionadas ao público idoso**. 2007. 168 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.ucg.br/ucg/unati/ArquivosUpload/1/file/Trabalhos%20Acad%C3%AAmicos/Velhice%20Positivada%20em%20Propagandas%20Televisivas.pdf>>. Acesso em: 20 jan 2015.

RICHARDSON, J. R. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RISTUM, M. **O conceito de violência de professoras do ensino fundamental**. 2001. 410 f. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2001. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/11857/1/Marilene%20Ristum.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2014.

RODRIGUES, P. K. A. **O discurso da publicidade brasileira: construção e desconstrução de estereótipos da velhice**. 2008. 173 f. Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_arquivos/20/TDE-2008-10-10T06:10:36Z-6522/Publico/Patricia%20Karin%20de%20Almeida%20Rodrigues.pdf>. Acesso em: 04 jan. 2015.

ROSA, F.; ASSMANN, A. P. G.; MARON, L. C.; GRANDOS, T.; BANDEIRA, V. A. C. Atividade física e a qualidade de vida do idoso: um relato de experiência. In: Salão do conhecimento: ciência, saúde, esporte. 2013, Ijuí. **Anais...Ijuí**: Unijuí, 2013. Disponível em: <<https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/salaokonhecimento/article/view/2390/2029>>. Acesso em: 07 jan 2015.

ROSE, A. M. A origem dos Preconceitos. In: GUINSBURG. J. (Org.). **Raça e Ciência II**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

ROSE, D. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 10, ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. p. 343-364.

RUSSO, R. **Imagem corporal: construção através da cultura do belo**. Movimento e Percepção, Espírito Santo do Pinhal, n. 6, v. 5, p. 80-90, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000087&pid=S1413-8123201100100002700001&lng=en>. Acesso em: 16 out 2013.

SAAD, Beth. **Estratégias para a mídia digital: internet, informação e comunicação**. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.

SANTOS, P. M.; MARINHO, A.; MAZO, G. Z.; HALLAL, P. C. Atividades no lazer e qualidade de vida de idosos de um programa de extensão universitária em Florianópolis (SC). **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, Pelotas, v. 19, n. 4, p. 494-503, jul. 2014. Disponível em: <<http://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/RBAFS/article/view/3254>>. Acesso em: 23 nov. 2014.

SEIDEL, T.; BLOMBERG, G.; RENKL, A. Instructional strategies for using video in teacher education. **Teaching and Teacher Education**, Oxford, v. 34, p. 56-65, ago. 2013. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0742051X13000565>>. Acesso em 12 nov 2013.

SERRANO, P. H. S. M.; PAIVA, C. C. Critérios de Categorização Para os Vídeos do YouTube. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31. 2008. Natal. **Anais...**Natal: Intercom, 2008. p. 1-12. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/expocom/EXP-3-0803-1.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2013.

SILVA, B. A tecnologia é uma estratégia. In: DIAS, P.; FREITAS, C. V.; (orgs.). Actas da II Conferência Internacional de Tecnologias de Informação e Comunicação na Educação Desafios 2001. **Anais...**Braga: Centro de Competência da Universidade do Minho do Projecto Nónio, 2001. p. 839-859.

SILVA, C. C.; GOMES, L. G. S.; FREITAS, C. M. S. M.; FRANÇA, I. S. X.; OLIVEIRA, R. C. Principais políticas sociais, nacionais e internacionais, de direito do idoso. **Estudos Interdisciplinares Sobre o Envelhecimento**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 257-274, 2013. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/RevEnvelhecer/article/view/28351>>. Acesso em: 11 jan. 2015.

SILVA, J. R. B.; LAMPOGLIA, F. Mulher e censura em rede: dizeres e silenciamentos na polêmica dos comerciais da hope inscritos no YouTube. In: Encontro virtual de documentação em software livre, 9., Congresso internacional de

linguagem e tecnologia online, 6., 2012, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Texto Livre, 2012, p. 1-5. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/anais_linguagem_tecnologia/issue/view/121>. Acesso em: 13 nov. 2013.

SILVA, L.M.G.; BRASIL, V.V.; GUIMARÃES, H.C.Q.C.P.; SAVONITTI, B.H.R.A.; SILVA, M.J.P.da. Comunicação não-verbal: reflexões acerca da linguagem corporal. **Revista Latino-americana de Enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 8, n. 4, p. 52-58, ago. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rlae/v8n4/12384>>. Acesso em: 12 dez 2014.

SILVA, M. B. Imagens da terceira idade: um estudo sobre a representação do idoso veiculada em duas propagandas da televisão brasileira. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**, Londrina, v. 33, n. 1, p. 91-102, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/seminasoc/article/view/14414>>. Acesso em: 13 jan. 2015.

SILVA, V. A.; ALVIM, N. A. T.; MARCON, S. S. Significados e sentidos da identidade musical de pacientes e familiares sob cuidados paliativos oncológicos. **Revista Eletrônica de Enfermagem**, Goiânia, v. 16, n. 1, p. 132-141, jan./mar. 2014. Disponível em: <<http://revistas.ufg.br/index.php/fen/article/view/20696>>. Acesso em: 05 jan. 2015.

SOUZA, T. C. C. A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 6, 2001. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/323/204>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

STANLEY, M. A.; BUSH, A. L.; CAMP, M. E.; JAMESON, J. P.; PHILLIPS, L. L.; BARBER, C. R.; ZENO, D.; LOMAX, J. W.; CULLY, J. A. Older adults' preferences for religious/spirituality in treatment for anxiety and depression. **Aging & Mental Health**, Abingdon, v. 15, n. 3, p. 334-343, abr. 2011. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13607863.2010.519326#>>. Acesso em: 13 jan. 2015.

SWAYNE, L. E.; GRECO, A. J. The portrayal of older americans in television commercials. **Journal of advertising**, v. 16, n. 1, p. 47-54, 1987. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00913367.1987.10673060#.VNLfWJ3F9qU>>. Acesso em: 22 dez 2014.

TEZZA, R; BONIA, A. C. O idoso e a internet: uma etnografia sobre interação e aprendizagem. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 15, n. 1, p. 185-197, jan./abr. 2010. Disponível em: <<http://www.readcube.com/articles/10.1590%2FS1413-99362010000100011>>. Acesso em: 11 ago. 2013.

THOMAS, J. R.; NELSON, J. K.; SILVERMAN, S. J. **Métodos de pesquisa em atividade física**. Tradução D. R. Sales e M. S. Dornelles. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

THOMPSON, J. K. - **Body Image, Eating Disorders and Obesity**. Washington: American Psychological Association, 1996.

TOURINHO, F. S. V.; MEDEIROS, K. S.; SALVADOR, P. T. C. O.; CASTRO, G. L. T.; SANTOS, V. E. P. Análise de vídeos do YouTube sobre suporte básico de vida e reanimação cardiopulmonar. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões**, Rio de Janeiro, v. 39, n. 4, p. 335-339, jul./ago. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-69912012000400015&script=sci_arttext>. Acesso em: 20 nov. 2014.

VANOYE, F.; GOLLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a Análise Fílmica**. Campinas: Papirus, 1994. 152 p.

VAZ, P. As esperanças democráticas e a evolução da Internet. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 24, p. 125-139, jul., 2004. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3272/2532>>. Acesso em: 15 jul. 2013.

VELOZ, M. C. T.; NASCIMENTO-SCHULZE, C. M.; CAMARGO, B. V. Representações sociais do envelhecimento. **Psicologia Reflexão e Crítica**, Porto Alegre, v. 12, n. 2, p. 479-501, 1999. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-79721999000200015>. Acesso em: 18 ago. 2013.

VERAS, R. P. Atenção preventiva ao idoso: uma abordagem de saúde coletiva. In: PAPALÉO NETTO, M. Gerontologia: **A velhice e o envelhecimento em visão globalizada**. São Paulo: Editora Atheneu, 2002. p. 383-393.

VERASZTO, E. V.; SILVA, D.; MIRANDA, N. A.; SIMON, F. O.; Tecnologia: Buscando uma definição para o conceito. **Revista Prisma**, Oporto, n. 7, p. 60-85, 2008. Disponível em: <<http://revistas.ua.pt/index.php/prisma/article/view/681/pdf>>. Acesso em: 21 set. 2013.

WALTER, M. T. M. T.; BAPTISTA, S. G. A força dos estereótipos na construção da imagem profissional dos bibliotecários. **Informação e Sociedade**, João Pessoa, v. 17, n. 3, p. 27-38, set./dez. 2007. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/962/1583>>. Acesso em: 13 out. 2013.

WIEVIORKA, M. Violência hoje. **Ciência e Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 1147-1153, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232006000500002&script=sci_arttext>. Acesso em: 04 fev 2015.

YOUTUBE. **Estatísticas**, 2012. Disponível em:
<http://www.YouTube.com/t/press_statistics>. Acesso em: 18 de dez de 2012.

10 APÊNCIDE

10.1 APÊNDICE A – Lista dos vídeos amostrais, respectivos números da sequência de análise e links.

NÚM. DO VÍDEO	TÍTULO DO VÍDEO	LINK DE ACESSO
1	ITAPURA/SP - ASILO DOS IDOSOS JESUS DE NAZARÉ	https://www.YouTube.com/watch?v=_rng7jXRl84
2	IDOSA QUE RECEBEU CAFÉ NA VEIA É ENTERRADA HOJE	https://www.YouTube.com/watch?v=vmJyq6D7XkE
3	IDOSO PASSA MAL	https://www.YouTube.com/watch?v=uZJUi2BAcmo
4	SENHORA ATROPELADA POR ÔNIBUS LIGEIRINHO EM CURITIBA	https://www.YouTube.com/watch?v=BrU5B3KCQdY
5	MARCOS RIBEIRO PARTICIPANDO DO ACONTECE APRESENTADO POR MARCIO CAMPOS - BAND	https://www.YouTube.com/watch?v=Qjdmusi64G8
6	FANTASTICO – IDOSA 80 ANOS RECEBE LADRÃO A BALAS	https://www.YouTube.com/watch?v=mrKSPn4iAxM
7	IDOSO ABANDONADO É ADOTADO	https://www.YouTube.com/watch?v=_R5A4An7UKA
8	IDOSO DE 84 ANOS É ATROPELADO POR ÔNIBUS	https://www.YouTube.com/watch?v=kWXpEQzkLOk
9	CONFRESA - POLICIA MILITAR APREENDI IDOSO POR TRÁFICO	https://www.YouTube.com/watch?v=UfW8vjxGp6l

	DE DROGAS	
10	ENCONTRO DE IDOSOS - 10-09-2012	https://www.YouTube.com/watch?v=M9Yo0lzl-qA
11	EIXO C ACOMPANHA ATIVIDADES DA SEMANA DO IDOSO	https://www.YouTube.com/watch?v=D0xuPGwXSp4
12	TVNORTE CERCA DE 3 MIL IDOSOS AINDA FALTAM VACINAR CONTRA A GRIPE EM JANUÁRIA 22 05 12	https://www.YouTube.com/watch?v=BQXLA6i4TIs
13	MULHER HISTÉRICA E SEM EDUCAÇÃO OFENDE IDOSO EM ESTACIONAMENTO DE SP	https://www.YouTube.com/watch?v=AF0MdtvNbc
14	EQUIPE DA FUNDAÇÃO GAZETA VISITA PROJETOS PELO BEM-ESTAR DOS IDOSOS	https://www.YouTube.com/watch?v=brG4YqBiDZs
15	PROGRAMA PONTO DE ENCONTRO -- "A REPRESENTAÇÃO DO IDOSO NA MÍDIA"	https://www.YouTube.com/watch?v=g3Knzp-Wh6s
16	ACM NA MÍDIA - JORNAL SBT BRASIL - IDOSAS QUE CAMINHAMDIARIAMEN TE TOMAM MENOS REMÉDIOS	https://www.YouTube.com/watch?v=HDv6297I_tY
17	SAÚDE IDOSOS	https://www.YouTube.com/watch?v=qZOchscF6jQ
18	TV VOTORANTIM - ERICA DOMINGUES - CASAMENTO NO CENTRO PARA ATENDIMENTO AO	https://www.YouTube.com/watch?v=U5tH1loxXgl

	IDOSO	
19	VISITAS DOS IDOSOS A COLÔNIA DE PESCADORES DE BARRAS PI	https://www.YouTube.com/watch?v=BrrEeo_gj1k
20	GRUPO IDOSOS DA ACEL TCCAVI	https://www.YouTube.com/watch?v=1WrRHN7Hk_s
21	IDOSA É ATROPELADA	https://www.YouTube.com/watch?v=T_mL9jP4_Ng
22	ACM NA MÍDIA - TV GAZETA - ESPORTE NA TERCEIRA IDADE	https://www.YouTube.com/watch?v=2Wz5yC9eQG0
23	CASAMENTO NA TERCEIRA IDADE	https://www.YouTube.com/watch?v=lvu1vUUA3_Q
24	BONDE ALEGRIA - PONTO DE VISTA - ENVELHECER	https://www.YouTube.com/watch?v=Qiq8uovZepo
25	UNIVERSIDADE DA TERCEIRA IDADE PUCC - PROGRAMA MAIS CIDADÃO 003 - PARTE 3/3	https://www.YouTube.com/watch?v=B-c80l35xtc
26	A TERCEIRA IDADE E A MÍDIA	https://www.YouTube.com/watch?v=BV5r5rFGBHI
27	PESQUISA INTERNACIONAL VERIFICA QUALIDADE DE VIDA DE IDOSOS NO BRASIL	https://www.YouTube.com/watch?v=Fr9zjY0lne0
28	NO DIA MUNDIAL DO IDOSO, VEJA QUEM SÃO E COMO VIVEM OS IDOSOS DE LIMEIRA	https://www.YouTube.com/watch?v=4TM1c4vjt3s
29	REPÓRTER BRASIL	https://www.YouTube.com/watch?v=1YaGmbL-NmQ

	(MANHÃ) - EXERCÍCIOS PARA IDOSOS AJUDAM A PREVENIR DOENÇAS	
30	MANHÃ VIVA - A VALORIZAÇÃO DOS IDOSOS - 07/11/12	https://www.YouTube.com/watch?v=U7EK6PNFGLg
31	ITAPETINGA NA MÍDIA ACOMPANHA OS IDOSOS DO CONVIVER.	https://www.YouTube.com/watch?v=9Z95s_RRj4g
32	ITAPETINGA NA MÍDIA NA CONFERÊNCIA DA PESSOA IDOSA	https://www.YouTube.com/watch?v=thdSpyQlqjE
33	IDOSO DE 82 ANOS MORRE EM ACIDENTE MURITIBA - BA	https://www.YouTube.com/watch?v=a8bxwruCAD0
34	AVELHICE E O TEMPO	https://www.YouTube.com/watch?v=ujSBqCUHaiY
35	DENUNCIA GRAVISSIMA LUIZ GEORG KUNZ - VITIMA DE FALSO CONDOMINIO AMAMIR DENUNCIA	https://www.YouTube.com/watch?v=EjoNbDfCiwA
36	IDOSA CAI EM VIA PÚBLICA E MACHUCA A CABEÇA	https://www.YouTube.com/watch?v=W7PNdcenGAM
37	VIAGEM COM OS IDOSOS CRAS CONCEIÇÃO DE MACABU	https://www.YouTube.com/watch?v=HBtjH6mUaeg
38	PRONTO SOCORROJOÃO PAULO II - DESCASO	https://www.YouTube.com/watch?v=AjC-DlanG9A
39	FORRO DOS IDOSOS	https://www.YouTube.com/watch?v=HhNYFibb1p4
40	AVÔ E NETINHA	https://www.YouTube.com/watch?v=47OPdhHjF2Q

	ARRASANDO	
41	RESPEITO É BOM E TODO MUNDO GOSTA PRINCIPALMENTE OS IDOSOS.	https://www.YouTube.com/watch?v=kA7tEaQsR7E
42	PROFESSORA DA UFES, ROSELY REALIZA PALESTRA SOBRE DANÇA PARA IDOSOS EM SANTA TERESA ES	https://www.YouTube.com/watch?v=IRob95J-dEY
43	CINEMA E TERCEIRA IDADE	https://www.YouTube.com/watch?v=6SYFS8-Cg7s
44	O IDOSO E A MIDIA (PLANO DE SAÚDE)	https://www.YouTube.com/watch?v=KckVfZnis7E
45	O IDOSO E A MIDIA (CHINELOS)	https://www.YouTube.com/watch?v=KckVfZnis7E
46	O IDOSO E A MIDIA (FARMÁCIA)	https://www.YouTube.com/watch?v=KckVfZnis7E
47	7ANOS / IDOSOS	https://www.YouTube.com/watch?v=RctKt-eiWJw
48	MIDWAY 6 ANOS / IDOSOS	https://www.YouTube.com/watch?v=DGV4KpdYAxA
49	VELHINHOS DESCOLADOS: CONFIRA A NOVA CAMPANHA DA ULTRAFARMA – ARISTEU	https://www.YouTube.com/watch?v=he-viO24Zms
50	FÁBIO ASSUNÇÃO APARECE ENVELHECIDO EM CAMPANHA	https://www.YouTube.com/watch?v=pcByHAjW_A8
51	FESCRIP1H 2012 - HAMMER	https://www.YouTube.com/watch?v=PSKEcEphrlk

52	LAR DOS IDOSOS	https://www.YouTube.com/watch?v=aPKHILYmr-w
53	VT FARMAVITA DIA DO IDOSO	https://www.YouTube.com/watch?v=WXDZGqWoaM
54	IDOSOS	https://www.YouTube.com/watch?v=FR3IWNyhxTw
55	TURMA 1A - FESCRIP 2012 ESEM	https://www.YouTube.com/watch?v=CQVtm4ism4
56	BRIGA DE VIZINHOS TIRA SOSSEGO DE IDOSO NO ALTO DA PELONHA	https://www.YouTube.com/watch?v=OgdpZRYKCo8
57	IDOSO 171 É PRESO PELA POLÍCIA MILITAR EM TEIXEIRA DE FREITAS	https://www.YouTube.com/watch?v=qv45ZkHYSCM
58	IDOSO É AMARRADO EM POSTE APÓS SURTO EM LONDRINA	https://www.YouTube.com/watch?v=hdfn4jKL56s
59	SEMINÁRIO PESSOA IDOSA NA MÍDIA: ENVELHECIMENTO EM PAUTA	https://www.YouTube.com/watch?v=3sAluCPhdrs
60	VALOR DO IDOSO	https://www.YouTube.com/watch?v=0IGhrSQ-qIs