

TELEJORNALISMO, CONSUMO E AS REPRESENTAÇÕES DO ENVELHECIMENTO: UM ESTUDO SOBRE OS DISCURSOS DA TERCEIRA IDADE EM GLOBO REPÓRTER¹

José Augusto Mendes Lobato²

Mayara Luma Assmar Correia Maia Lobato³

RESUMO: Este artigo propõe uma análise sobre os discursos jornalísticos que abordam os processos de envelhecimento, identificando, nestes, a produção de novos sentidos e imaginários sobre o idoso, com foco em aspectos como longevidade, bem-estar, inclinação para o lazer e atividade profissional. Para isso, tomamos como objeto de discussão duas edições do programa Globo Repórter: “Mapa da longevidade nacional”, exibida em 2006, e “A vida sem limites”, de 2013. Como articulação teórica, adotamos referenciais das ciências da linguagem e da análise do discurso, além de pesquisas sobre as questões do consumo e da ressignificação da velhice. Notamos que, em sintonia com a integração desse público ao universo do consumo, da economia e dos bens simbólicos, Globo Repórter propõe a reconfiguração de sentidos, discursos e representações associados à terceira idade.

PALAVRAS-CHAVE: *Telejornalismo; grande reportagem; Envelhecimento; Representação social; Estereótipo; Discurso.*

ABSTRACT: This article proposes a discussion about journalistic discourses which feature the processes of aging, identifying in them the production of new meanings and imaginaries on the elder person, focusing on aspects such as aging, well-being, leisure

¹ Esta investigação foi apresentada no Congresso Internacional de Novas Narrativas, organizado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo nos dias 11 e 12 de junho de 2015.

² Jornalista, doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP) e mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. Professor da Escola de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Anhembi Morumbi (UAM), no curso de Jornalismo. Editor de conteúdo na agência Report Sustentabilidade. Membro do Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (MidiAto), da Escola de Comunicações e Artes da USP.

³ Doutoranda em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Coordenadora adjunta do curso de Jornalismo e professora dos cursos de comunicação social do FIAM-FAAM Centro Universitário. Mestre em Comunicação na Contemporaneidade pela Faculdade Cásper Líbero e graduada em Jornalismo pela Universidade da Amazônia. Membro do Grupo de Pesquisa Memória, Comunicação e Consumo (MNEMON), da ESPM-SP, e do Núcleo de Estudos de Gênero e Sexualidade, do FIAM-FAAM.

practices and professional activity. As an object of discussion we take two editions of “Globo Repórter”: “Mapa da longevidade nacional”, exhibited in 2006, and “A vida sem limites”, featured in 2013. The theoretical articulation will use references from sciences of the language and discourse analysis, as well as studies which analyze the consumerism and the re-signification of aging. We conclude that, in line with the integration of this public to the universe of consumerism, economy and symbolic goods, “Globo Repórter” proposes the reconfiguration of meanings, discourses and representations connected to the old age.

KEYWORDS: *In-Depth Reporting; Telejournalism; Aging; Social Representation; Stereotype; Discourse.*

Ao longo das duas últimas décadas, o Brasil se viu diante de um desafio já vivido em diversas economias maduras na Europa e na América do Norte: o envelhecimento da população. O grupo de pessoas idosas, ou seja, acima dos 60 anos, conforme definição do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mais que dobrou no País – de 10,7 milhões (1991) para 23,5 milhões (2011) –, enquanto a população economicamente ativa entre 60 e 69 anos cresceu de 2,5 milhões para 4 milhões. A expectativa de vida também aumentou quase 18% entre 1980 e 2013, saltando de 62,7 para 73,9 anos. Tais transformações, movidas pelo aumento da qualidade de vida e pela inclusão socioeconômica nas diversas regiões do País, reverberam diretamente na presença e recorrência das narrativas que abordam esse público na televisão.

Em sintonia com o papel integrador que a TV possui no cotidiano nacional (FRANÇA, 2006; BUCCI, 2006), os gêneros de informação têm dedicado cada vez mais tempo a assuntos comumente vinculados ao envelhecimento – como saúde e nutrição, hábitos para a longevidade, consumo, lazer/viagens, medicamentos/tratamentos, trabalho e relacionamentos afetivos. Programas de variedades, telejornais vespertinos e revistas eletrônicas estão entre os formatos de preferência do assunto, correspondendo ao interesse preponderante de faixas etárias mais maduras por informação sobre temáticas de natureza social (WAINBERG, 2011).

Entendida como uma estratégia de produção de “códigos, referências, representações” que sintonizam telespectadores em uma agenda coletiva (FRANÇA, 2006, p. 23), a inclusão do idoso como personagem da narrativa jornalística compõe o pano de fundo deste trabalho – cujo objetivo é examinar a construção de representações

sociais sobre o envelhecimento na grande reportagem de TV. Como objeto de estudo, selecionamos duas edições do programa Globo Repórter, a fim de compreender a produção de novos imaginários a respeito do idoso. Examinaremos esse material à luz de reflexões vinculadas aos estudos sobre a linguagem, o discurso e sobre o universo do consumo, conectando-o à ressignificação dos modos de viver a velhice na contemporaneidade.

A DEMARCAÇÃO DO MUNDO PELA LINGUAGEM: REPRESENTAÇÕES, DISCURSOS E ESTEREÓTIPOS

Desde muito antes do ambiente das mídias, a produção e a circulação de enunciados via linguagem figuram como operações essenciais para a constituição do sujeito e da comunidade simbólica. Com uma dimensão a um só tempo pragmática – produzir enunciados que expliquem os fenômenos, os sujeitos e os objetos, inserindo-os em um sequenciamento lógico específico – e intersubjetiva – perpetuar costumes, hábitos, aprendizados e textos culturais –, o hábito de contar e ouvir histórias veio sendo analisado desde a Antiguidade, especialmente nos trabalhos de Aristóteles, a partir dos processos de representação. Na *Poética*, o autor trata da representação reforçando seu potencial criativo. Para isso, trabalha com uma percepção de que a *mimese* – ou seja, a “imitação” do mundo – ultrapassa a reprodução pura da realidade visível (aparência), destacada por Platão; na realidade, sempre visa à criação de algo novo. Tal ideia chega à contemporaneidade em conexão estreita com as noções de narrativa e discurso – trabalhadas a fim de destacar a influência da linguagem na conformação ideológica, na constituição da identidade e no estabelecimento de disciplinas que conduzem o trabalho de apreensão de sentido do ambiente exterior.

Os efeitos e operações de produção de representações nas comunidades humanas resultaram no estabelecimento daquilo que Serge Moscovici (2003) denomina *representações sociais* – construções que visam à redução de não familiaridade com relação ao que está ao nosso redor, à produção consensual e prescritiva de sentidos sobre o mundo e à demarcação terminológica, conceitual e ontológica dos fenômenos. Segundo o autor, nossas reações em determinadas situações de comunicação ou contato com fenômenos externos demandam dinâmicas de familiarização, nas quais “os objetos, pessoas e acontecimentos são percebidos e compreendidos em relação a prévios encontros e paradigmas” (MOSCOVICI, 2003, p. 55).

Duas atribuições são essenciais às representações sociais: a *convencional ou consensual*, que se associa ao estabelecimento de padrões e consensos sobre os objetos, pessoas ou acontecimentos, dando-lhes “uma forma definitiva” e um “modelo de determinado tipo, distinto e partilhado por um grupo de pessoas” (MOSCOVICI, 2003, p. 34), e a *prescritiva*, que indica o potencial dessas operações de apresentar estruturas de leitura do real “antes mesmo que nós comecemos a pensar e de uma tradição que decreta o que deve ser pensado” (MOSCOVICI, 2003, p. 36). Ou seja: a um só lado, essas construções da linguagem atuam na formação do senso comum e – nos termos de Foucault (1996) – na disciplinarização da experiência.

Assim, chegamos à finalidade central de todas as representações: “tornar familiar algo não familiar, ou a própria não familiaridade”, produzindo universos consensuais em que “todos querem sentir-se em casa, a salvo de qualquer risco, atrito ou conflito” (MOSCOVICI, 2003, p.54). Nas palavras de Moscovici, isso ocorre centralmente na comunicação, já que “a conversação (os discursos) cria nós de estabilidade e recorrência, uma base comum de significância entre seus praticantes” (MOSCOVICI, 2003, p.51).

De maneira complementar às ideias de Moscovici, porém deslocando seu foco de análise para a produção de narrativas, Jerome Bruner (2014) identifica, na linguagem, um instrumento que é capaz de articular a interioridade do sujeito. Para além do consumo e produção de narrativas que servem para olharmos para fora, ou seja, para contemplarmos o mundo, “nós também nos agarramos a modelos narrativos da realidade e os utilizamos para moldar nossas experiências diárias” (BRUNER, 2014, p.17).

Os variados estudos lançados sobre a experiência narrativa, como os ensaios de Walter Benjamin (1996) e Bruner (2014) e os trabalhos de Sodré (2009), permitem-nos notar que elas operam, em suma, como *estruturas de transmissão e organiza o espaço-temporal da experiência cotidiana*, influenciando a constitui o das subjetividades, dos modos de ver e dos discursos circulantes de uma época e de uma cultura. A um só tempo, estimulam forma es identitárias, sedimentam saberes e conhecimentos e fornecem “uma imagem de unidade de funcionamento do cotidiano” (SODRÉ, 2009, p.87), permitindo a atua o direta e criativa do homem sobre os fen menos que o cercam.

Há, ainda, uma questão subjacente especialmente crítica para nosso propósito de análise: a vincula o dos enunciados socialmente dirigidos   dissemina o de leituras

preferenciais, juízos de valor e disciplinas sobre o que é narrado; raciocínio conectado ao que vários pensadores, como Charaudeau (2006), Gomes (2003) e Lippmann (2008), abordam sobre a relação entre discursos, ideologia e a construção de estereótipos.

A noção de discurso desenvolvida ao longo do século XX associa a circulação de enunciados e narrativas à construção da realidade, modelando e determinando não apenas comportamentos, mas também juízos de valor, práticas e sistemas cognitivos que moldam a apreensão de sentido. Para Charaudeau (2006), os discursos circulantes no *socius* exprimem o conjunto de valores e relações de poder das sociedades que os consomem e produzem, por um lado, e estabelecem o contrato de comunicação que conecta indivíduos, representações e o real-histórico, por outro. Isso, de certo, não ocorre de maneira isenta ou inocente: por atuar como “laço social” ou espaço de “imbricação da socialidade e da singularidade” (FREITAS, 1992, p. 122), o discurso é também lugar de disciplinarização – de determinação prévia dos modos de ver e entender o mundo. Como sumariza Gomes (2003, p. 103), interpretando as reflexões de Foucault (1996)⁴, “onde quer que haja discurso há palavras de ordem, a disciplina e o controle com que ele alimenta, e dos quais se alimenta”. A todo tempo, é nele e por meio dele que “enuncia-se o visível e, portanto, o vivível”.

Na realidade, desde antes do Estruturalismo questões dessa natureza já permeavam, em maior ou menor medida, os estudos da linguagem. Nos trabalhos de Bakhtin, no início do século XX, nota-se que o uso da palavra e da língua como suporte é, por si só, considerado um instrumento de interpelação ideológica, confirmando duas assertivas extremamente conhecidas – a de que “não é a atividade mental que organiza a expressão, mas, ao contrário, é a expressão que organiza a atividade mental, que a modela e determina sua orientação” (BAKHTIN, 1988, p. 114), por um lado, e a de que a palavra é o repositório dos signos circulantes em um contexto, por outro.

Outros autores, como Motter (1994), também notarão que a palavra se torna, hoje, o principal espaço da interpelação ideológica. Por meio dela, formam-se consciências, saberes são construídos e transformações sociais são empreendidas. “Como criação de um grupo de indivíduos, a linguagem tem um caráter eminentemente social”, afirma Motter (1994, p. 69), e “a experiência social fixada na língua impõe-se, de maneira indiscutível, sobre os membros da comunidade”. Ideia semelhante é

⁴ Não iremos explorar, aqui, a noção de disciplina, trabalhada por Foucault (1996) como um dos princípios de controle do discurso, fixando seus limites e suas regras. Cabe notar, porém, que, como afirma Gomes (2009, p.3), a própria natureza das mídias é disciplinar, pois, “enquanto mostram, elas controlam pelo próprio mostrar”.

apresentada por Schaff (1971, p. 250), para quem a palavra “não se desenvolve de uma maneira natural, sem a ingerência do processo social da educação”.

Com base nessas reflexões sobre o discurso, podemos percebê-los como meio de emoldurar as experiências humanas e definir o que delas se torna acessível aos interlocutores, por meio da palavra, da língua e dos ambientes comunicativos. Ao rotinizar os fenômenos, todo enunciado é campo privilegiado de ordenamento e disciplinarização da experiência. Somos intimados a conhecer o mundo por meio daquilo que ouvimos e falamos sobre ele, nos termos em que ele é enunciado.

Uma noção especialmente pertinente que se conecta a esse raciocínio é a de *estereótipo*: ou seja, das estratégias conceituais e discursivas de generalização, predefinição e rotinização de olhares que ajudam na compreensão do mundo, domesticando-o. Walter Lippmann nota que o uso de estereótipos, mais que um modo de deformar ou dissimular os acontecimentos, é uma estratégia básica da comunicação; segundo o autor, nenhuma representação ou atividade perceptiva, inclusive o testemunho ocular, é capaz de fornecer-nos “um quadro ingênuo da cena” (LIPPMANN, 2008, p. 149).

Para Lippmann, todo relato “é o produto conjunto do conhecedor e do conhecido, no qual o papel do observador é sempre seletivo e geralmente criativo” (LIPPMANN, 2008, p. 150). Por isso, embora sejam estratégias de conhecimento e reconhecimento necessárias a todo ato de comunicação/representação, os estereótipos coordenam de forma velada a maneira como percebemos as informações e as inscrevemos em nosso imaginário:

As mais sutis e penetrantes de todas as influências são as que criam e mantêm o repertório de estereótipos. Dizem-nos tudo sobre o mundo antes que o vejamos. Imaginamos a maioria das coisas antes de experimentá-las. E a menos que a educação nos tenha tornado agudamente conscientes, essas concepções governam profundamente todo o processo da percepção (LIPPMANN, 2008, p. 156).

No contexto das mídias, tal questão torna-se ainda mais desafiadora: como aponta Baccega (1998, p. 9), o relato “vem impregnado dos valores e estereótipos da cultura de quem relata”, processo que é comumente apagado ou ocultado nos processos de comunicação mediada, em função do mito da representação objetiva. Segundo a autora, o processo de facilitação da leitura propiciado pelas mídias faz com que a interpretação dos sujeitos se dê sobre um solo cultural que gera “simplificações

excessivas da complexidade dos fatos e acontecimentos sociais”, por meio do acesso exclusivo a “dados previamente recortados e aceitos pela cultura” (BACCEGA, 1998, p. 8).

Fixamos, assim, os referenciais com o qual pretendemos examinar as estratégias de representação das novas formas de envelhecimento no telejornalismo. Considerando o discurso como veículo no qual representações sociais e estereótipos são fixados, no qual as falas sociais são postas em circulação e conformadas socialmente, torna-se essencial, agora, analisarmos de que modo a velhice é ressignificada na pós-modernidade, viabilizando o surgimento de novos universos de experiência e consumo voltados ao idoso.

A RESSIGNIFICAÇÃO DA VELHICE NO UNIVERSO DO CONSUMO

Outro conjunto de reflexões pertinentes à nossa análise diz respeito à ressignificação dos processos de envelhecimento e à integração do idoso ao universo do consumo – algo que está em estreita conexão com as transformações recentes vividas na transição para a pós-modernidade, momento histórico marcado pelo descentramento do sujeito, pela desestabilização das grandes representações e pela fragmentação das identidades. Conforme alertam diversos autores (HALL, 2001; HARVEY, 2003), a pós-modernidade representa um momento de intensa mundialização dos costumes, articulada com as esferas econômica e da cultura.

Nas questões sociais e culturais, a pós-modernidade significou uma série de questionamentos, oriundos dos movimentos de contracultura e da revolução sexual que ganhavam força nos anos 1960, que levam a “um rompimento impiedoso com toda e qualquer condição precedente” (HARVEY apud HALL, 2001, p. 16). O mundo social e cultural moderno se dissipa, assim como o que Hall (2001, p. 9) chamou de “sólidas localizações” culturais, de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade. Segundo o autor, “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado” (HALL, 2001, p. 7).

Ao mesmo tempo, Harvey (2003) trabalha a ideia de que a pós-modernidade é a lógica cultural do capitalismo. Nesse novo paradigma, consumo, cidadania e participação social estão diretamente relacionados, aspecto que marca a passagem de

um consumidor pouco ativo, dominante na modernidade, para aquele “‘ativo’ ou ‘consumidor cidadão’, confiante e racional, articulando identidade pessoal e servindo ao interesse público” (TRENTMANN, 2006, p. 2)⁵. O latino-americano Garcia Canclini (1995, p. 45)⁶ pensa de forma semelhante e afirma que “no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade”.

É interessante fazer uma passagem de tempo e observar que os jovens dos anos 1960, que conduziram os questionamentos sociais e a ressignificação da atividade do consumo, envelheceram e, hoje, passam a reinterpretar a noção de velhice e aposentadoria. Isso é ainda mais significativo para as mulheres que, tendo ingressado mais tardiamente no mercado de trabalho, estão passando pela primeira vez por processos massivos de aposentadoria. Juntos, homens e mulheres da geração em questão estão criando novos signos para a aposentadoria, “que deixa de ser um momento de descanso e recolhimento para tornar-se um período de atividade e lazer” (DEBERT, 1999, p. 61).

O que se nota agora – com grande destaque nas reportagens que examinamos – é que está caindo em desuso a ideia que associava a aposentadoria a uma última etapa da vida, a um período de reclusão, em que novos projetos não eram admitidos. Atualmente, os idosos têm se preocupado em investir em si mesmos e em seu tempo livre, o que acaba levando à “transformação da terceira idade em segmento de mercado [que] movimenta a economia e enseja novas configurações nas cartografias de consumo” (CASTRO, 2014, p. 15).

Essa transição também se associa à constituição de novos imaginários, a partir dos quais sujeitos de idades mais avançadas passam a ser interpelados nas sociedades de consumo (DEBERT, 1999). No contexto brasileiro, podemos associar o envelhecimento da população e o aumento de sua representatividade socioeconômica à presença cada vez mais recorrente do idoso nos produtos jornalísticos – que, vivendo na tensão entre o interesse público e o mercado, trabalham como articuladores de sentido da experiência cotidiana, não podendo abster-se de reverberar as vozes da esfera pública.

⁵ No idioma original: “[...]‘active’ or ‘citizen consumer’ – a creative, confident and rational being articulating personal identity and serving the public interest.” Tradução livre.

⁶ No idioma original: “en el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad”. Tradução livre.

AS REPRESENTAÇÕES DA VELHICE EM GLOBO REPÓRTER

Os diversos estudos sobre a televisão, seja no contexto europeu (JOST, 2007), seja no brasileiro (FRANÇA, 2006; BUCCI, 2006), indicam vinculação estreita entre aquilo que é narrado nos programas televisivos, a vida cotidiana e a esfera pública, associando a mídia à simulação do contato, à fragmentação espaço-temporal das experiências de mundo e à promoção extrema de efeitos de mediação, colocando “o mundo na mão do telespectador” (JOST, 2007, p. 45-46) e resolvendo um antigo dilema da humanidade: o de visualizar lugares distantes, antes restritos ao imaginário.

Para Eugenio Bucci, a TV se estrutura no Brasil como uma nova forma de espaço público – *telespaço* –, dada “pela visualidade e pela discursividade televisivas” (BUCCI, 2006, p. 2), marcada pelo fluxo incessante da imagem ao vivo e pela capacidade de estruturar a agenda de discussões do País. Ideia semelhante, supondo uma comunicação em duas vias entre sociedade e mídia, é traçada por Vera França (2006, p. 33), para quem não é possível conceber o cotidiano brasileiro sem pensar na “presença da televisão inserindo e repercutindo imagens, representações, temas, formas de procedimento e de conduta”.

Tomando esse ambiente como objeto de discussão, propomos a análise de duas edições do programa jornalístico Globo Repórter, exibido de maneira quase ininterrupta pela Rede Globo desde 1973. Com uma linha editorial que combina diversos temas sociais, culturais e políticos, priorizando, hoje, reportagens de aventura, viagens, saúde, bem-estar e comportamento, o programa segue os moldes de jornalísticos de emissoras como BBC e CNN. Seu formato alterna blocos de reportagem *in loco* com falas do apresentador Sérgio Chapelin, gravadas em estúdio, o que o faz diferir substancialmente dos códigos-padrão do modelo tradicional (MACHADO, 2000) do telejornalismo *hard news*, com uma caracterização técnica e estética próxima à grande reportagem – formato definido por Medina (1988, p. 72) como uma “narrativa noticiosa”, que combina informação ampliada, humanização/personificação do fato relatado, contextualização e reconstituição histórica e um trabalho de reforço do processo de enunciação.

O primeiro programa que selecionamos para análise, intitulado “Mapa da longevidade nacional” e exibido em 2006, investiga os lugares do Brasil onde a população superior a 70 anos é mais representativa, demonstrando seus costumes e estilos de vida. Já o segundo material, de setembro de 2013, intitula-se “A vida sem limites” e explora o fenômeno dos “superidosos” – centenários –, destacando suas

práticas de lazer, trabalho e relações afetivas. Por meio da utilização de métodos da análise do discurso e da narrativa, somos confrontados com uma série de reflexões a respeito de como tais programas aventam novos sentidos para a experiência do envelhecimento, associando-a à renovação de práticas, à reinvenção de modos de vida e aos cuidados com a saúde, o bem-estar e o lazer.

Como vimos, o Brasil vem passando por um significativo processo de envelhecimento, com o aumento da expectativa de vida e transformações que impactam os imaginários e sentidos associados ao idoso. Não à toa, Globo Repórter explora o assunto de forma recorrente, enfatizando as transformações no comportamento do idoso brasileiro e seus novos hábitos de vida, consumo, lazer, trabalho e relacionamento.

As duas edições do programa que selecionamos para analisar são separadas por um intervalo de sete anos; é curioso notar que, apesar disso, a forma de explorar a velhice e os discursos relacionados a ela permaneceram os mesmos. Valorização de atividades físicas, alimentação saudável, ocupação do tempo livre, conservação das amizades, proximidade com a família, independência e atividade profissional são discursos comuns a ambas as edições analisadas. Frases como “corpo em movimento é saúde prolongada”, “dependência é doença”, “trabalho e alimentação saudável sempre fizeram parte da vida deles. E deu certo!”, da edição de 2006; e “Dona Maria e o marido [...] capricham nos exercícios”, “ela faz até ginástica cerebral” e “paixão maior que o trabalho, só mesmo a família”, da reportagem de 2013, com a função de descrever personagens entrevistados, indicam a abordagem adotada para enfatizar as escolhas de vida das personagens retratadas.

Com base nos personagens entrevistados e nas vozes especializadas (médicos, terapeutas ocupacionais, fisioterapeutas etc.) que participam do programa, as duas edições têm em comum a apresentação de segredos ou dicas para envelhecer com qualidade. Em 2013, o texto narrado pela repórter chega a dizer: “Anote os conselhos de quem estuda as vidas longas e saudáveis”, e o resto do material segue com verbos no imperativo, como “*experimente* o máximo que puder”, “*mantenha-se* perto da família”, “*faça* planos”. Ou seja, como uma receita culinária ou médica, é preciso seguir rigorosamente os conselhos – que assumem feições de ordem – para se atingir o resultado proposto. Com isso, é natural que o programa trabalhe com uma linguagem disciplinar, a partir da disseminação de estereótipos, e contribua para sua disseminação na sociedade. Como diz Walter Lippmann, “na grande confusão florida e zunzunte do mundo exterior, colhemos o que nossa cultura já definiu para nós e tendemos a perceber

o que colhemos na forma estereotipada por nós, pela nossa cultura” (LIPPMANN, 2008, p. 151). Nota-se, nos programas, a construção de representações sociais que tendem a atuar de maneira prescritiva, determinando leituras sobre os processos de envelhecimento a partir do trabalho com ideais de comportamento para a pessoa idosa.

Um dos conselhos explorados exaustivamente pelo programa é o da ocupação do tempo por meio do trabalho. A edição de 2013, por exemplo, começa com a abordagem deste assunto ao apresentar uma senhora (Maria Schmitz) que já passou dos 80 anos e não deixou de trabalhar. Seu exemplo ganha comprovação científica na fala de um médico entrevistado na sequência, que afirma: “O trabalho é essencial para o idoso. A gente sabe que, observando os idosos com 80, 90 anos e que estão ativos, saudáveis, todos eles trabalham”. Entre os vários outros casos semelhantes apresentados, chama a atenção o de Klaus Rehfeldt, um senhor de 78 anos que, segundo mostra a reportagem, vinha se reinventando desde os anos 60: cursou faculdade de Serviço Social, passou a trabalhar com dependentes químicos, escreveu um livro e virou professor de alemão. Há, ainda, o caso de Mie Tomita, que aos 80 anos ainda trabalha como advogada. A edição de 2006 não é diferente; de forma constante, enfatiza os benefícios de se manter no trabalho, mesmo em idades mais avançadas.

A partir desses trechos, recorrentes nas duas edições, observamos a valorização do trabalho, que é uma das grandes marcas de sociedades de consumo, capitalistas, como as em que vivemos. Nessas sociedades, utilidade e produtividade estão intimamente relacionadas, algo bastante evidente nos programas analisados, em que os idosos, sugere-se, são úteis enquanto produzem – ou seja, trabalham. A ideia ganha força quando, na edição de 2006, dá-se voz à pesquisadora Angela Alvarez, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que afirma: “O trabalho do homem rural persiste porque ele continua cuidando da terra, plantando, contemplando as sementes germinarem, as plantas crescerem. Isso faz com que ele tenha uma perspectiva de viver mais porque tem uma tarefa a cumprir”. A valorização do trabalho está intimamente vinculada ao consumo – que alude à compra/venda de produtos, mas também à participação social (CANCLINI, 1995). Para os idosos, manter-se no mercado de trabalho significa conservar por um tempo maior sua capacidade de consumir, garantindo sua importância em termos sociais, políticos e econômicos. Com isso, o idoso é reintegrado à sociedade e passa, também, a ser sujeito/assunto de interesse para a mídia televisiva.

Outra noção amplamente explorada pelas duas reportagens analisadas é a de juventude, apresentada como valor positivo, em total oposição à velhice e à carga negativa que a palavra carrega em nossa sociedade. A juventude é apresentada como um valor a ser perseguido eternamente; inclusive, as palavras velho/velha e velhice são evitadas sempre que possível. No programa de 2006, por exemplo, o termo “velhice” não é utilizado; já “velho” aparece uma única vez, na frase “...os mais velhos viram atletas” – ou seja, colocando a palavra em um contexto positivo. Tais termos foram impregnados de cargas valorativas negativas dentro das interações de nosso horizonte social e dos nossos grupos sociais, em sintonia com as reflexões de Bakhtin (1988, p. 43) sobre o caráter ideológico da palavra.

A juventude como valor pode ser observada no programa de 2006, em que o médico gerontólogo Alexandre Kalache propõe um novo termo para designar os idosos: “gerontolescentes”. Como a adolescência, essa fase, segundo o médico, serviria “para me rebelar, para virar a mesa, para gritar, para exigir meus direitos. Ou seja, eu vou ser meio como adolescente, só que eu vou chamar diferente”. A edição de 2013 trabalha ideia semelhante, ao sempre associar o novo a algo bom. Os idosos são estimulados a estar permanentemente abertos a ele, como se nota em uma das dicas dadas ao final do programa: “aprenda algo novo *todos os dias*”. O texto de uma das repórteres afirma, ainda, que “a vontade de aprender em qualquer fase da vida é uma das principais fontes da juventude” – ou seja, promovendo uma dissociação entre faixa etária e juventude, criando a crença de que é possível – e desejável – ser jovem para sempre.

Para além dos sentidos discursivos aventados para os processos de envelhecimento, também cabe examinarmos um aspecto marcante das duas reportagens: o recurso da *singularização*, típico no formato de grande reportagem. Segundo Medina (1988) e Leal (2009), essa técnica permite o desdobramento do tema de interesse a partir da figura humana, usando-a para mover blocos, sequências e determinadas argumentações da narrativa, por meio da transmissão de testemunhos. A ideia central, assim, é “tornar o relato mais acessível ao espectador, acionando sua identificação com o que é narrado” (LEAL, 2009, p. 96).

Nas edições de Globo Repórter analisadas, destaca-se o uso das histórias de vida de idosos que ultrapassaram os 80 – e em alguns casos até os 100 – anos de idade com saúde e independência, associando-os ao sucesso diante dos desafios do envelhecimento; é o caso de Kiohei Maekawa, um dos 30 mil brasileiros centenários citados na reportagem de 2013, cuja trajetória de migração na infância, do Japão para o

Sudeste brasileiro, e de convivência com grandes acontecimentos históricos é reforçada no texto. No mesmo rumo, Eliza Bertucho Carrara, 104 anos de idade, tem sua história de vida contada, com destaque para a viuvez enfrentada há mais de cinco décadas e para o hábito de, até a época da reportagem, ainda dirigir pelas ruas da cidade de São Paulo, algo que, nas palavras da repórter, mostra que, ao invés de se entregar à velhice, “Dona Eliza sempre se adaptou às mudanças do mundo e da vida”. Na reportagem de 2006, também são exibidas as histórias de seu Bonifácio, 84, e Natália Prim, 79, juntos há mais de seis décadas. O texto, do qual transcrevemos um trecho a seguir, reforça como a rotina no campo explicaria o envelhecimento saudável do casal.

Trabalho e alimentação saudável sempre fizeram parte da vida deles. E deu certo! Ele tem 84 anos e ela, 79. Estão juntos a 60 e tiveram 17 filhos. Todos os dias, acordam às 5h. Rotina que parece difícil aos nossos olhos. Mas o resultado de tanta luta é um luxo. Um privilégio para poucos: tempo de sobra para contemplar a paisagem e comida sempre fresquinha no fogão a lenha. E dona Natália diz que ainda quer viver cem anos (GLOBO REPÓRTER, 2016).

Em conexão com a singularização, outro aspecto relevante da estruturação narrativa dos programas analisados se destaca: a produção de um *conflito* ou *intriga* associado aos desafios e problemas enfrentados na velhice, contornado a partir de hábitos de vida – alimentação saudável, atividade profissional, adesão a novos projetos pessoais – e socioemocionais (fê, felicidade, perseverança etc.) diversos, citados como ideais.

Em seus estudos sobre a narrativa, Tzvetan Todorov (2003) trabalha com a noção de intriga para explicar o “estado de desequilíbrio” primordial que move as histórias. Nas palavras do autor, “dois momentos de equilíbrio, semelhantes e diferentes, estão separados por um período de desequilíbrio que será constituído de um processo de degradação e um processo de melhora” (TODOROV, 2003, p. 87) – e é nesse eixo intermediário que o conflito se revela, como mote temático e dramático de toda história.

Sua ideia de que “a narrativa não pode nascer se não se tiver uma aventura a relatar” (TODOROV, 2003, p. 186) está em sintonia com o universo de Globo Repórter. Trabalhando a partir de um mesmo conflito – as dificuldades emocionais e relacionadas à saúde enfrentadas pelos idosos de hoje –, os programas são estruturados a partir das “aventuras” das personagens, com funções de transmissão de experiências intimamente associadas à vitória e à perseverança, que buscam desvelar a possibilidade de

reequilíbrio do estado de coisas a partir do estabelecimento de uma imagem ideal da velhice. Notamos, assim, que, em sintonia com os estudos de Farré (2014) e outros, a narrativa jornalística se reveste de traços dramáticos e ficcionalizados à hora de aprofundar temas e abordagens, desenhando conflitos, personagens e funções que pontuam o ritmo das histórias apresentadas – muitas vezes, inclusive, em formatação análoga à das narrativas de ficção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscamos elaborar uma breve análise das narrativas sobre o envelhecimento propostas por Globo Repórter, a fim de mapear os sentidos associados à figura da pessoa idosa a partir de valores como bem-estar, inclinação para o lazer, ressignificação do trabalho e relações interpessoais. Também buscamos examinar as estratégias utilizadas para a configuração do processo de envelhecimento como mote do texto jornalístico, com ênfase no uso de personagens que singularizam e retratam os novos sentidos aventados para a terceira idade e no uso e produção de representações e estereótipos.

Nota-se, nos programas analisados, a vinculação discursiva das práticas do idoso contemporâneo com a integração às esferas econômica e do consumo, via atividade profissional, bem como a produção de representações sociais que buscam renovar sentidos pré-fixados para esse público, associados à busca pela manutenção de características ideais de juventude. Outro aspecto relevante é o uso de personagens, que torna as reportagens repositórios de histórias e lições/ideais de vida, configurando uma intriga movida não apenas por estatísticas e tendências de ressignificação da velhice, mas também por casos e relatos pessoais, que objetivam e rotinizam novos imaginários. A nosso ver, tais elementos configuram-se como um rico campo de experimentação para estudos sobre o desenho de novos discursos circulantes e valores sobre a pessoa idosa no Brasil contemporâneo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. Poética. In: *Coleção os pensadores: Aristóteles*. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

BACCEGA, Maria Aparecida. O estereótipo e as diversidades. *Revista Comunicação & Educação*. São Paulo. Nº13, set./dez. 1998.

BAKHTIN, Mikhail (VOLOCHINOV). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1988.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BRUNER, Jerome. *Fabricando histórias: direito, literatura, vida*. São Paulo, Letra e Voz, 2014.

BUCCI, Eugenio. Ubiquidade e instantaneidade no telespaço público: algum pensamento sobre a televisão. *Revista Caligrama – Estudos e Pesquisa em Linguagem e Mídia*. V.2, nº 3, 2006.

CASTRO, Gisela. *Mídia, consumo e envelhecimento na contemporaneidade: apontamentos sobre a retórica publicitária da velhice no Brasil e no Reino Unido*. Relatório de Pesquisa pós-doutoral desenvolvida no Goldsmiths College, University of London. São Paulo (SP), 2014. (Disponibilizado pela autora).

CANCLINI, Nestor García. *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo, 1995.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

DEBERT, Guita Green. *A reinvenção da velhice: Socialização e Processos de Reprivatização do Envelhecimento*. São Paulo: Edusp/Fapesp, 1999.

FARRÉ, Marcela. *El noticiario como mundo posible: estrategias ficcionales en la información audiovisual*. Buenos Aires: La Crujia Ediciones, 2004.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FRANÇA, Vera. *Narrativas televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

FREITAS, Jeanne Marie Machado de. *Comunicação e psicanálise*. São Paulo: Escuta, 1992.

GOMES, Mayra Rodrigues. *Poder no jornalismo*. São Paulo: Hacker/Edusp, 2003.

_____. *Jornalismo: poder disciplinar*. *Revista Kairós*. São Paulo, nº6, dez. 2009.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. RJ: Guaracira Lopes Louro, 2001.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2003.

JOST, François. *Compreender a televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LEAL, Bruno Souza. *Telejornalismo e autenticação do real: Estratégias, espaços e acontecimentos*. In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.). *Televisão e realidade*. Salvador: EDUFBA, 2009. 298 p.

LIPPMANN, Walter. *Estereótipos*. In: *Opinião pública*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MACHADO, Arlindo. *As vozes do telejornal*. In: *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de Cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2004.

MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda*. São Paulo: Summus, 1988.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais*. Petrópolis: Vozes, 2003.

MOTTER, Maria Lourdes. *A linguagem como traço distintivo do humano*. *Princípios*, nº 34, pp. 68-72. São Paulo, 1994.

SCHAFF, Adam. *Linguagem e conhecimento*. Coimbra: Almedina, 1971.

SODRÉ, Muniz. *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2009.

TODOROV, Tzvetan. *As estruturas narrativas*. São Paulo: Perspectiva, 2003.

TRENTMANN, Frank (Ed.). *The making of the consumer: knowledge, power and identity in the modern world*. Oxford & Nova York: Berg, 2006.

WAINBERG, Jacques Alkalai. Relação do brasileiro com o telejornalismo. *Revista Estudos de Jornalismo e Mídia*. Florianópolis, nº11, v.1, 2011