

**UNIVERSIDADE PAULISTA**

**PERSPECTIVAS DO IDOSO PARA INTERNET E  
PERSPECTIVAS DA INTERNET PARA O IDOSO.  
Ambientes de comunicação, de consumo, de  
cultura midiática e exclusão digital**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP para obtenção do título de mestre em Comunicação.

**ALESSANDRA MARTINS FRANCO TUTUNIC**

**SÃO PAULO  
2013**

**UNIVERSIDADE PAULISTA**

**PERSPECTIVAS DO IDOSO PARA INTERNET E  
PERSPECTIVAS DA INTERNET PARA O IDOSO.  
Ambientes de comunicação, de consumo, de  
cultura midiática e exclusão digital**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP para obtenção do título de mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Milton Pelegrini

**ALESSANDRA MARTINS FRANCO TUTUNIC**

**SÃO PAULO  
2013**

Tutunic, Alessandra Martins Franco.

Perspectivas do Idoso para a Internet e Perspectivas da Internet para o Idoso. Ambientes de comunicação, de consumo, de cultura midiática e exclusão digital / Alessandra Martins Franco Tutunic. - 2013.

74 f. : il. color.

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2013.

Área de Concentração: Contribuições da Mídia para a Interação entre Grupos Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Milton Pelegrini.

1. Comunicação e cultura. 2. Políticas públicas. 3. Idoso. 4. Inclusão digital. I. Título. II. Pelegrini, Milton (orientador).

**ALESSANDRA MARTINS FRANCO TUTUNIC**

**PERSPECTIVAS DO IDOSO PARA INTERNET E  
PERSPECTIVAS DA INTERNET PARA O IDOSO.**

**Ambientes de comunicação, de consumo, de  
cultura midiática e exclusão digital**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP para obtenção do título de mestre em Comunicação.

Aprovado em:

**BANCA EXAMINADORA**

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Milton Pelegrini

Universidade Paulista – UNIP

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Prof. Dra. Carla Reis Longhi

Universidade Paulista – UNIP

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Prof. Dra. Carmem Lúcia José

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho ao meu esposo, André Tutunic, que foi um grande incentivador para realização deste sonho e ao meu pai, Valtemar Lázaro Franco, que estará sempre presente no meu coração e foi responsável pelo meu desejo de estudar.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus pela oportunidade de realizar este sonho e por ser a base de minhas conquistas.

Ao meu esposo André Tutunic, que me apoiou e esteve incondicionalmente ao meu lado no decorrer deste curso.

Ao colega Profº. Fabio Quirino Homem, que me indicou os caminhos e me incentivou a realizar o Mestrado.

Ao Profº. Milton Pelegrini, pela dedicação e paciência em suas orientações prestadas na elaboração deste trabalho, me incentivando e colaborando no desenvolvimento de minhas ideias.

*“Um aviso talvez muito importante: o território em que você está entrando pode tornar-se um fantástico sumidouro do seu tempo. Horas podem passar, pessoas podem vir e ir, e você continuará preso no ciberespaço, sem tomar conhecimento do que ocorre à sua volta...”*

*(Brendan P. Kehoe)*

## **RESUMO**

Este trabalho aborda a temática Comunicação e Cultura a partir dos estudos da Semiótica da Cultura e da Comunicação, sob o ponto de vista de autores que construíram uma teoria crítica da comunicação e seus meios. Tem como objeto de estudo as Políticas Públicas voltadas para o Idoso no que tange aspectos relacionados a este tema. Nesta análise, busca-se entender Comunicação e Cultura a partir dos conceitos propostos por Ivan Bystrina e Vilém Flusser, fazendo um contraponto com as disposições legais brasileiras constituintes das Políticas Públicas (PPs) para a pessoa Idosa, especialmente no que se refere ao uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como meio de comunicação, também entendida como Inclusão Digital. Percebe-se, portanto que as PPs tratam o assunto com certa restrição, reforçando a cultura midiática, o consumismo e o uso do computador como “obrigação” social.

**Palavras-chave:** Comunicação e Cultura; Políticas Públicas; Idoso; Inclusão Digital.

## **ABSTRACT**

This study analyzes the issues Communication and Culture from studies Semiotics of Culture and Communication on from the point of view of authors who constructed a critical theory of communication and its means. With the object of study for Public Policy aimed at the elderly regarding aspects related to this subject. In this analysis, we seek to understand Communication and Culture from the concepts proposed by Ivan Bystrina and Flusser a counterpoint with the Brazilian laws constituents of Public Policies for Gerry, especially with regard to the use of ICT as a means of communication, also understood as Digital Inclusion. It can be seen therefore that the PPs treat the subject with some restriction, reinforcing the culture media, consumerism and the use of computers as "obligation" social.

**Keywords:** Communication and Culture; Public Policy; Elderly Digital Inclusion.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Quadro 1 – Comparação teoria X legislação.....	27
Figura 1 – Festa do Divino Pai Eterno – Carro de Boi.....	28
Figura 2 – Campanha de vacinação para Idosos – Ministério da Saúde .....	41
Figura 3 – Campanha Caixa Econômica Federal – Aposentados .....	41
Figura 4 – Campanha de valorização do Idoso – Governo de Minas Gerais .....	42

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação

PPs – Políticas Públicas

p.e. – Por exemplo

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2. MENS SANA CUM CULTURAЕ SANA.....</b>	<b>16</b>
2.1. Semiótica da Cultura e Comunicação .....	16
2.1.1. Raízes da cultura: uma visão dos Idosos .....	20
2.2. Disposições legais sobre Comunicação e Cultura .....	24
2.3. O Idoso – Fruto social, cultural e legal .....	29
2.3.1. Idosos: um grupo social .....	29
2.3.2. Características heterogêneas do Idoso .....	32
<b>3. CORPORE SANO CUM MEDIUM SANO.....</b>	<b>34</b>
3.1. Mídia Primária.....	34
3.2. Mídia Secundária .....	39
3.3. Mídia Terciária .....	42
3.4. Impactos da comunicação mediada pelo computador .....	43
3.5. Inclusão Digital na Terceira Idade .....	48
<b>4. CONSUMENDI CULTURAЕ.....</b>	<b>51</b>
4.1. Sociedade do Consumo .....	51
4.2. A contribuição do Estado .....	53
4.2.1. Histórico do crédito consignado .....	54
4.3. A contribuição dos veículos de comunicação e da publicidade .....	55
4.4. Fetichismo da Mercadoria – O computador como tabu.....	56
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>59</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>65</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>71</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho busca estudar a interação de um grupo social – Idosos no Brasil – e sua relação com ambientes comunicacionais digitais, por meio de pesquisa bibliográfica acerca do Idoso e da análise das Políticas Públicas (PPs) voltadas para esse indivíduo, no que se refere especificamente aos temas Comunicação, Cultura e Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

Propõe-se um comparativo entre os conceitos teóricos e as disposições legais sobre o tema. Para isso, foi construído um referencial que parte do aporte de conhecimentos da Semiótica da Cultura, cuja tese tem autoria de Ivan Bystrina, um intelectual tcheco que criou uma “Semiótica da Cultura” como uma “ciência que trata dos signos e dos textos da cultura” (BYSTRINA, 1990, p.1). Segundo o autor, a cultura é um conjunto de significados criado pelo homem para dar sentido à sua vida, sendo suas raízes os sonhos, os jogos, os estados alterados de consciência e a loucura<sup>1</sup>. Os textos produzidos pela cultura são partilhados por meio da comunicação humana (BYSTRINA, 1990).

Os conceitos de Cultura e Comunicação estão imbricados um no outro. O significado etimológico da palavra comunicação, associado aos conceitos de Vilém Flusser e Norval Baitello Jr. sobre o tema, aponta para um entendimento complexo a respeito da comunicação humana, não apenas como um sistema ou um fluxo de informações, mas como um processo de vinculação, de troca, de partilha, que também é uma produção cultural e carece de um meio para que aconteça. Os mediadores da comunicação humana foram conceituados por Harry Pross, em sua Teoria da Mídia.

Portanto, esta investigação descreve a Teoria da Mídia de Harry Pross<sup>2</sup>, tema bastante explorado, no Brasil, por Baitello Jr. Em linhas gerais, o autor apresenta a existência da Mídia Primária – o corpo, a Mídia Secundária – a escrita, e os aparatos de suporte à escrita e a Mídia Terciária – a eletricidade. Para a comunicação humana é imprescindível a existência de um corpo como emissor e outro como

---

<sup>1</sup> Para complementar as teses de Bystrina, serão utilizados os trabalhos de Roger Caillois e Johan Huizinga, sobre Jogos, e de Sigmund Freud, sobre sonhos.

<sup>2</sup> Aportes de Dietmar Kamper, sobre o corpo, e Peter Sloterdijk, sobre a escrita, serão realizados para complementar os conceitos de Harry Pross.

receptor, porém, como fruto da cultura, o meio utilizado para suporte e transporte da mensagem vem sofrendo alterações no decorrer da história.

Em seu processo comunicativo, o Idoso também utiliza, com particularidades, seu corpo, a escrita e até mesmo o computador como meio de comunicação. Pode carregar no corpo algumas deficiências, que ao mesmo tempo em que dificulta a comunicação, possui sua mensagem, seja nas rugas ou nos cabelos brancos (o próprio corpo transmite mensagens não verbais). Em relação à Mídia Secundária, pode-se dizer que parte deste grupo não teve acesso ao ensino, sendo analfabetos, segundo dados do IBGE de 2010, 29,4% das pessoas com mais de 65 anos estão nesta situação (IBGE 2011), não podendo desfrutar desta mediação. Mas, também é possível perceber que alguns Idosos, mesmo sem ter intimidade com computadores, já estão aderindo à rede como suporte comunicacional.

Isso se deve à evolução histórica da implementação das redes de computadores e dos mercados criados a partir delas, que serão mapeados com base nos autores Manuel Castells e Asa Briggs&Peter Burke, em A sociedade em rede Volume I e Uma história social da mídia, respectivamente, cabendo apenas um apontamento sintético do surgimento da Internet.

O estudo da obra de Norval Baitello Jr. será fundamental para descrever como o uso da Internet se configura como uma “obrigação” social, a partir de um “endeusamento” da tecnologia que transforma o uso do computador em exercício de cidadania. Serão apresentados aportes sobre a “Monocultura Informática”, de Edilson Cazeloto, e os trabalhos de Baitello Jr., que discorrem sobre Mídia Terciária e cultura midiática para entender como o uso da Internet reconfigura e reorganiza a vida social (uso do tempo livre, relações sociais, participação “ativa” da sociedade). Günther Anders será referência quando a relevância recair sobre o distanciamento do real produzido pela cultura midiática, como explica em “O mundo como espectro e como matriz” (2007).

Assim, o computador (aparelho que permite acesso à Internet) passa a ser a mercadoria vital na contemporaneidade. Para relacionar seu uso à lógica de consumo<sup>3</sup> será necessário discorrer sobre os conceitos de consumo de Tomás

---

<sup>3</sup> Neste trabalho serão abordados os termos lógica de consumo, consumismo, lógica de mercado, todos com o mesmo sentido.

Moulian, Zygmunt Bauman e Néstor Garcia Canclini, referenciais teóricos que irão fundamentar as afirmações sobre a Inclusão Digital dos Idosos em uma sociedade do consumo na qual o computador é um fetiche.

Estes conceitos serão confrontados com as determinações legais constituintes do Estatuto do Idoso, da Política Nacional do Idoso – Lei 1041/2003, que dispõe sobre o Estatuto do Idoso, da Lei nº 8.842/94, que dispõe sobre a Política Nacional do Idoso e cria o Conselho Nacional do Idoso e das demais regulamentações e leis voltadas para esse grupo de pessoas no que se refere ao uso das TICs e da Comunicação e Cultura, constituindo quatro documentos públicos, sendo três leis e um decreto: todos dispondo a respeito dos direitos dos Idosos. Foram selecionados os trechos pertinentes aos temas comunicação, cultura, consumo e TICs.

Esta análise terá como objeto o Idoso desenhado pelas PPs que os definem a partir da idade cronológica, considerando como tal as pessoas com 60 anos ou mais de idade (BRASIL, 1994). Este critério foi utilizado no trabalho devido aos documentos analisados. Porém, entende-se que a idade cronológica seja insuficiente para uma classificação, uma vez que outros fatores como estilo de vida, situação financeira, profissão, atuação, grau de escolaridade, fatores geográficos, construção histórica pessoal, entre outros, podem influenciar no perfil do Idoso.

Como a cada dia é maior o número de Idosos que aderem à Internet como meio de comunicação, pretende-se verificar se as Políticas Públicas voltadas para eles contribuem para sua inserção na lógica informática no Brasil.

Os objetivos específicos deste trabalho são:

- Entender Comunicação e Cultura de acordo com as teses de Ivan Bystrina, Harry Pross e Vilém Flusser;
- Compreender Comunicação e Cultura a partir das PPs;
- Mapear o processo evolutivo dos meios de comunicação e o surgimento da cultura midiática;
- Analisar como as PPs entendem o acesso às TICs por parte dos Idosos;
- Compreender se as disposições da legislação reforçam a cultura midiática;

- Entender a lógica de consumo e como o computador se torna uma mercadoria obrigatória nos dias atuais;
- Verificar se as leis contribuem para o entendimento da tecnologia como instrumento mágico (BAITELLO Jr., 1998), colaborando para que o computador se torne um objeto de desejo;
- Levantar as desvantagens da comunicação mediada pelo computador para os Idosos;
- Apontar a Inclusão Digital desse grupo por meio de dados secundários (jornais, revistas, portais de Internet).

O avanço tecnológico tem sido entendido, na maioria das vezes, inclusive pelas Políticas Públicas voltadas para os Idosos, pelos benefícios que propicia aos indivíduos. Mas em um momento de transição no modo de vida e de comunicação, devido às imensas possibilidades que a Internet oferece, é importante manter uma visão crítica e avaliar como estas mudanças trazem desvantagens para o desenvolvimento das relações humanas e os impactos que podem decorrer da perda da humanidade pelo uso excessivo da tecnologia na comunicação.

Muitos estudos têm sido realizados sobre a Inclusão Digital na Terceira Idade, em diferentes áreas do saber, como na Educação Física, Filosofia, Sociologia e Tecnologia da Informação<sup>4</sup>. Nota-se, porém, que as pesquisas são, via de regra, voltadas para apontar os programas de Inclusão Digital, abordar benefícios que a Internet proporciona no seu dia a dia e, sobre a importância do acesso à Internet por esse grupo de pessoas.

Em contrapartida, as pesquisas críticas das Ciências da Comunicação apresentam trabalhos que discutem a “involução”, do ponto de vista humano, causada pelo uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), como a

---

<sup>4</sup> Como, por exemplo: BASTOS, LOUREIRO e WAGNER. **Inclusão digital da terceira idade**. Disponível em: <<http://guaiiba.ulbra.tche.br/pesquisa/2009/artigos/sistemas/salao/524.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2012. Silva, 2007. **Inclusão digital para pessoas da terceira idade**. Disponível em: <[http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CFUQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.colombiadigital.net%2Fnewcd%2Fcomponent%2Fdocman%2Fdoc\\_download%2F1037-inclusao-digital-para-pessoas-da-terceira-idade.pdf&ei=wc0vUOXtD4G46QHM\\_YGADg&usg=AFQjCNGKrlp5wYWColfUun-rMcKTvbzosQ](http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CFUQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.colombiadigital.net%2Fnewcd%2Fcomponent%2Fdocman%2Fdoc_download%2F1037-inclusao-digital-para-pessoas-da-terceira-idade.pdf&ei=wc0vUOXtD4G46QHM_YGADg&usg=AFQjCNGKrlp5wYWColfUun-rMcKTvbzosQ)>. Acesso em: 18 ago. 2012. ACCIOLY, SANTOS e SANTOS. **Inclusão digital e terceira idade: um relato de experiência**. Disponível em: <<http://www.cesmac.com.br/erbase2010/papers/windbase/66641.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2012. Entre outros.

escalada da abstração (FLUSSER apud BAITELLO Jr., 2010), a perda do corpo, o excesso de informação sem contexto, o que gera a Incomunicação (BAITELLO Jr., 2002).

Sendo assim, o estudo das PPs voltadas para o Idoso passa a ser fundamental para compreender quais fatores estão contribuindo para o crescimento da comunicação mediada pelo computador, por parte deste grupo.

## **2. MENS SANA CUM CULTURAE SANA**

### **2.1. Semiótica da Cultura e Comunicação**

Em meio a uma sociedade submersa na cultura midiática há muita confusão acerca dos termos Comunicação e Informação<sup>5</sup>. Caberá, neste trabalho, apresentar, a partir dos estudos da “Semiótica da Cultura”, conforme apresentado por Ivan Bystrina (1990), definições destes conceitos.

Comunicação vem do latim *Communicare*, como sentido de “partilha, comunhão, troca, tornar comum, trocar opiniões<sup>6</sup>”. O significado etimológico da palavra pressupõe uma interação entre duas ou mais pessoas, em um processo em que há troca mútua de conhecimento, ou seja, ambos são emissores e receptores de mensagens construídas e, em muitos casos, elas são alteradas, acrescentadas, transformadas em conhecimento.

O significado da palavra comunicação sofreu muitas alterações no decorrer do tempo. Distinto nos Estados Unidos e França, o termo ganhou interpretações diferentes ao longo da história (WINKING, 1998). Entretanto, o importante é entender que passou do sentido de partilha para o entendimento de transmissão e que, independente do sentido atual, carrega consigo uma característica específica: a comunicação é subjetiva.

Por este motivo, não pode ser vista apenas como um processo determinístico, no qual o emissor envia uma mensagem por meio de um código (comum entre os agentes) que é recebida e decodificada por um receptor que emite um *feedback*. Mas sim, como um fato probabilístico, pois não está determinada a compreensão da mensagem. O ato de comunicar-se pode alterar a relação dos indivíduos, com os outros e com o mundo, tornando-o conhecedor das coisas, capaz de construir seu próprio entendimento e visão. A comunicação é um processo de troca que pode proporcionar crescimento intelectual, evolução do processo cognitivo e aprendizado,

---

<sup>5</sup> Informar: do latim, *Informare*, modelar, dar forma, formar. Pressupõe-se que no ato de informar não ocorre a troca comunicacional. Disponível em: <<http://origemdapalavra.com.br/palavras/informacoes>>. Acesso em: 18 mar. 2012.

<sup>6</sup> Curso on-line Processo de Comunicação e Comunicação Institucional, FGV Online. Disponível em: <[http://www5.fgv.br/fgvonline/ocw/OCWCOMEAD/index2.htm?cpf=22076138870&prod\\_cd=OCWCOMEAD0001/20091](http://www5.fgv.br/fgvonline/ocw/OCWCOMEAD/index2.htm?cpf=22076138870&prod_cd=OCWCOMEAD0001/20091)>. Acesso em: 17 mar. 2012.

que requer uma vinculação entre interlocutores, uma ligação intimamente dada pela doação do tempo de cada um e pela partilha de um espaço em comum.

A troca comunicacional é possível quando se tem em comum um conjunto de significados e significantes produtores de sentido e valores. A própria cultura constitui-se assim em uma relação muito tênue com a comunicação, uma vez que é pela troca comunicacional que os textos culturais são partilhados.

Por este motivo, para entender a comunicação é necessário considerar aspectos descritos pela Semiótica da Cultura, conforme propôs Ivan Bystrina. Segundo esta teoria, a partir da cultura, ou seja, de um conjunto de sentidos e significados, as pessoas se vinculam com o mundo, por meio de laços, quer dizer, por meio da comunicação.

Segundo Ivan Bystrina<sup>7</sup>, os textos culturais são consequência da noção da finitude humana. O homem tomou conhecimento da sua morte como a única verdade possível; ele se conscientizou que em algum momento, sem anúncio prévio, sua vida teria um fim, independente de qualquer coisa que tivesse realizado ou deixado de fazer.

Essa descoberta teria inaugurado o sentido de tempo ou de fim, a partir do qual se constituíram os entendimentos de passado, presente e futuro, além de significar que o homem não possui controle sobre a realidade.

A Primeira Realidade, a certeza de que a morte poderia chegar a qualquer momento, mas que não é anunciada, provocou a criação de uma Segunda Realidade, um universo paralelo, uma realidade simbólica, um conjunto de significação e sentidos, pelo qual a humanidade se guia e que permeia a relação do homem com o mundo, que dá sentido à vida que é finita, também chamada cultura.

Este campo amplo recebe as contribuições e descobertas de cada indivíduo, de cada grupo social, de cada época, e as perpetua, transmitindo as informações de geração em geração, de grupo para grupo, de época a época. Suas criações têm normas próprias e independentes (e é por esta razão que ela consegue contrariar até as normas mais rígidas da vida) constituindo-se numa “segunda realidade”. Dela fazem parte o vestir, os gestos, as artes, as danças, os rituais, a literatura, os mitos, o morar e suas formas individuais e sociais, os hábitos (ao comer, ao beber, ao

---

<sup>7</sup> Os conceitos utilizados neste trabalho foram extraídos das aulas de Mídia e Sincronização social do Prof. Dr. Milton Pelegrini e fazem parte da obra de Ivan Bystrina *Semiotik der Kultur*, 1989.

cumprimentar, ao relacionar-se), as religiões, os sistemas políticos e ideológicos, aos jogos e os brinquedos. Assim é que a cultura se organiza como um complexo sistema comunicativo, semiótico portanto, que coordena todas essas atividades. (BAITELLO Jr., 1999, p. 18)

Na Segunda Realidade o homem cria seu próprio sistema de crenças. É ela quem vai definir a razão da vida humana. Através da cultura, a humanidade visualiza sentido para a sua vida em todos os aspectos, seja no âmbito pessoal, seguindo o curso de crescer e se reproduzir; ou intelectual e profissional, que faz com que os indivíduos estudem, trabalhem e galguem novas posições; no sentido de amizade, de poder, nas regras sociais, nos papéis representados na sociedade, no significado dos objetos, enfim, todos são sentidos dados pela cultura.

Este ambiente simbólico é construído pelo homem por meio de “textos imaginativos e criativos” (BYSTRINA, 1995, p. 5) e visam garantir sua sobrevivência psíquica, de modo que os indivíduos passam a não viver em função da Primeira Realidade (a morte), mas dentro de uma lógica cultural que “o homem cria; sua criação o estimula e lhe modifica as habilidades e as capacidades, transforma-lhe a vida enfim” (BAITELLO Jr., 1999, p. 19). Ou seja, as pessoas constroem sua cultura e são moldados por ela, que é uma obra mutável e flexível, estando em constante processo evolutivo.

Por este motivo, os idosos precisam a todo o momento se adaptar a mudanças culturais, de maneira fluida e natural, pois quando eram crianças os significados eram outros, as relações pessoais e sociais eram diferentes, as representações de poder se davam de outras maneiras, etc. É comum em ditos populares, afirmações como: quando eu era criança bastava o pai dar uma olhada para o filho saber que estava errado, hoje, as crianças de cinco anos ameaçam chamar a polícia se os pais tentam adverti-los com uma palmada.

Assim como os produtos da cultura são outros, a moda se renova cada vez em uma velocidade maior, a música que eles ouviam quando eram jovens, a religião, a política, tudo se configura e reconfigura com o passar do tempo, constituindo assim a Segunda Realidade.

Esta é criada, desde o princípio, para vencer a morte, seja pelo que foi realizado em vida, ou seja, o legado deixado pelo morto ou, pela representação da

morte, que em algumas culturas, é uma passagem, um novo começo. Seu objetivo principal é garantir algum tipo de permanência no mundo.

Embora, em última instância, esse seja seu principal objetivo, os sentidos do universo simbólico são particulares em povos diversos, por exemplo: a significação e os rituais de morte praticados no Ocidente são distintos daqueles praticados no Oriente.

Cada grupo social constrói seus próprios textos culturais, “como os mitos, os rituais, obras de arte, ideologias, as ficções, etc.” (BYSTRINA, 1995, p. 4), que são partilhados e difundidos por meio da comunicação, da comunhão. Os homens comungam um composto de símbolos dotados de sentido, uma compreensão de um modo de viver e se vincular com o mundo, e constituem seus padrões de conduta, leis de convivência, que não são pautadas pela razão, mas em criações do imaginário.

Pode-se entender que a cultura<sup>8</sup> se organiza e se realiza como um sistema de transmissão, de conservação, produção de sentido. É um ambiente que recebe, conserva e emite sentido para as coisas. Um conjunto de produções humanas que (re)produzem o homem.

Esta produção é dada pela comunicação, pela partilha e construção de conhecimento, de sabedoria; um processo em que ambas as partes ganham pela troca de experiências, por um entendimento em comum, pela discussão, pelo confronto de ideias, pela disseminação de sentidos e de símbolos. Assim, pode-se entender cultura como comunicação.

O objetivo da comunicação e da cultura é o mesmo, garantir ao homem uma razão para a vida, vencer a morte. Para Vilém Flusser:

O objetivo da comunicação humana é nos fazer esquecer desse contexto insignificante em que nos encontramos – completamente sozinhos e “incomunicáveis” –, ou seja, é nos fazer esquecer desse mundo em que ocupamos uma cela solitária e em que somos condenados à morte - o mundo da “natureza” (CARDOSO, 2007, p.90).

---

<sup>8</sup> Informação com contexto, texto cultural é um conjunto de signos associados entre si para produção de sentidos (BYSTRINA, 1990).

A partir deste conceito, forma-se uma linha muito tênué entre Comunicação e Cultura. O mundo da “natureza” ao qual Flusser<sup>9</sup> se refere, compreende à Primeira Realidade definida por Bystrina, mundo este que é preenchido por uma série de crenças, hábitos e costumes, por meio da Comunicação, e constitui a Segunda Realidade, conforme este autor propõe.

Bystrina (1990) acrescenta ainda que a cultura tem suas raízes nos sonhos, nos jogos, nos estados alterados de consciência e na loucura.

### **2.1.1. Raízes da cultura: uma visão dos Idosos**

De acordo com Bystrina (1990) existem quatro raízes pelas quais a cultura se organiza: quatro territórios produtores de um universo simbólico, não possuindo eles relação com a razão. São eles: os sonhos, os jogos, os estados alterados de consciência e a loucura.

Todas as pessoas têm sonhos, este é o primeiro texto imaginativo e criativo experimentado pelo homem. É um território em que o tempo e o espaço não existem, portanto podem ser construídos, assim como o foram na cultura (BYSTRINA, 1995). E pode ser fonte para concepção da própria cultura, como no caso dos aborígenes australianos relatado por Bystrina.

Os mitos mostram uma grande influência que o sonho tem sobre a cultura. Existe um mito compartilhado por aborígenes australianos que evidencia a força criativa do sonho. Nele, o sonho exerce papel de criador, é o próprio momento da criação de tudo o que existe. Os primórdios da criação, quando todos os seres surgiram, são designados por esses aborígenes como o “Tempo dos Sonhos”. Na sua narrativa, os primeiros seres sonhavam as plantas, os animais; depois desenhavam seus sonhos em rochas e lhes davam a alma. A partir dos desenhos na rocha, os seres adquiriam corpo, materialidade (BYSTRINA, 1995, p. 14).

Este território se configura como criador de um conjunto de signos e significados dentro da cultura. Segundo Sigmund Freud (1990), a compreensão dos povos da Antiguidade acerca dos sonhos os levou a projetá-lo como realidade. Este comportamento também pode ser visto nos dias de hoje, quando as pessoas sonham acordadas e planejam uma série de ações para torná-los realidade,

---

<sup>9</sup> Flusser considera a Cultura como uma Segunda Natureza.

transformando-os em projetos de vida. Seja de uma carreira profissional ou um ideal de vida, as pessoas são movidas por estes devaneios que surgem a partir do seu entendimento de vida, quer dizer, da sua cultura.

Conforme define Bystrina (1995), o sonho é um território produtor de cultura. Entende-se que a todo novo sonho, novos sentidos podem ser agregados ao conjunto de textos culturais de um indivíduo e que podem ou não ser compartilhados com um grupo, ou seja, esses sonhos vão contribuir para a construção imaginária da Segunda Realidade.

Para Baitello Jr., “do sonho vem a primeira inspiração, mas também do sonho acordado, do devaneio, do delírio joram idéias<sup>10</sup>, imagens, verdadeiros textos que possibilitam a criação de mitos, de ritmos, de histórias” (1999, p. 31). Ainda, segundo o autor:

Sonhar é produzir imagens, criar fantasias, especular sobre novos mundos, olhar para o invisível e ouvir o inaudível, vislumbrar as infinitas possibilidades da inventividade humana, engendrar histórias e, exercendo todas essas possibilidades, criar um sistema complexo chamado "cultura" (BAITELLO Jr.,1997, p. 2).

Sonhar é criar vida em ação, planejar atividades, movimentar-se, buscar constantemente por algo a fazer, algo a realizar, o que pode gerar uma constante sensação de que ainda falta algo, insatisfação mobilizadora que incentiva os indivíduos a produzir. Na medida em que cria futuros esperados, o homem inicia uma caminhada em busca da sua realização – quando sonha em ser advogado p.e., começa a traçar metas e objetivos e a definir estratégias e um plano de ação para que isso se realize. Trata-se, em muitos casos, de um processo: sonhar, planejar e agir para realizar o sonho.

Este ritual faz parte da vida de todas as pessoas, independente da idade ou qualquer outra característica, mas no caso dos Idosos, devido aos problemas de letatargia, a criação de textos imaginativos neste período pode ser fragilizada. No processo de envelhecimento, surgem alguns distúrbios que diminuem o tempo do sono REM – *Rapid Eyes Movement*, determinado de sono ativo, momento em que os sonhos acontecem, embora seja possível que eles ocorram em outras fases (GEIB,

---

<sup>10</sup> Grafia original.

2003). Este fator, acrescido de outros decréscimos funcionais vivenciados na velhice, acarreta uma série de impactos na qualidade de vida dos Idosos.

Se os Idosos têm problemas ligados ao sono/sonho, pode-se entender que a sua produção de textos imaginativos e criativos é menor comparando-se com a capacidade dos jovens. Mas, por outro lado, este pode ser o momento de balanço, uma vez que podem ter realizado muitas coisas, pois tiveram muitos sonhos da juventude que foram colocados em prática. Além disso, podem continuar sonhando, desejando mais saúde, mais vida e a possibilidade de desfrutar de um conforto após tantos anos de trabalho. Sendo assim, pode-se dizer que o Idoso continua produzindo textos culturais a partir de seus sonhos.

A segunda raiz da cultura é o jogo, um texto imaginativo e criativo, que possui regras específicas e significados partilhados apenas no momento em que acontece, mas que na Primeira Realidade não fazem sentido. Um exemplo é o juiz de futebol que só tem poder de arbitrar o jogo e enquanto ele durar, fora do campo ele já não tem mais essa autoridade.

Embora seja mais comum a prática do jogo, da brincadeira, do esporte por pessoas mais jovens, todo homem tem seu lado lúdico, independente da idade (HUIZINGA, 2000). Os Idosos podem, portanto, praticar o jogo em competições voltadas para a Terceira Idade, em clubes e em casa, em conjunto com seus familiares.

Os estados alterados de consciência constituem a terceira raiz da cultura. Em toda a história, os alucinógenos tiveram contribuições para a construção de textos imaginativos e criativos. Elementos como vinho, café, chás, tabaco e outras ervas, fizeram parte de rituais e momentos de experiência pessoal e de vinculação com o outro. Um exemplo ainda eminente é o uso de alucinógenos por tribos indígenas<sup>11</sup>, práticas que são passadas de geração em geração. Os Estados Alterados da Consciência provocam conexões e vínculos imaginativos, são, portanto, configuradores de realidade.

Como na velhice geralmente a saúde fica debilitada, é comum que a cobrança para obtenção de hábitos saudáveis seja mais severa, sendo assim, tanto a família

---

<sup>11</sup> Este assunto foi pesquisado por Wolfgang Schivelbush em seu livro *Tastes of Paradise*, no qual apresenta experiências dos Europeus com alucinógenos ao longo da história.

como os médicos exercem forte influência para que os Idosos não consumam bebidas alcoólicas ou outros alucinógenos<sup>12</sup>.

Por fim, a quarta raiz da cultura está na Loucura, uma vez que as construções imaginativas não têm origem na razão e o estado de Loucura também é responsável pela criação de um “mundo paralelo”, um ambiente de significados e sentidos vivido e imaginado pelo portador desta psicopatologia. É comum, na velhice, o surgimento de doenças como Alzheimer, embora não seja uma regra ou a única causa de problemas mentais, mas a Loucura não está somente nas mentes insanas diagnosticadas pela medicina. “Os homens são tão necessariamente loucos que não ser louco, seria outra forma de loucura” (BECKER, 1997 apud BAUMAN, 2008). Não cabe a este trabalho um estudo avançado das psicopatologias sofridas pelo Idoso, mas vale ressaltar que elas constituem um ambiente produtor de cultura.

Embora a cultura tenha origem nesses quatro territórios, não se pode entendê-la como estrutura fechada e imutável, pelo contrário, por ser uma construção subumana e de cunho cultural (BYSTRINA, 1995), ela possui uma dinâmica de constante movimento. Portanto, essas raízes continuam sendo berço do ambiente simbólico constituído pela humanidade, denominada por Bystrina(1990) como Segunda Realidade.

A partir deste entendimento, a Comunicação toma outra roupagem, desvinculando-se de definições processuais com um começo, meio e fim demarcados por modelos matemáticos, mas sujeita a uma infinidade de possibilidades, paradoxos e subjetividade, pois passa a ser o fio condutor dos elementos culturais dentro de uma sociedade.

Segundo Flusser (2007), há duas formas de comunicação: a comunicação dialógica na qual ocorre a troca de informações para produção de novas informações; e a comunicação discursiva. “Para preservar, manter a informação, os homens compartilham informações existentes na esperança de que elas, assim, compartilhadas possam resistir melhor ao efeito entrópico da natureza” (CARDOSO org., 2007, p. 97). Segundo o autor, essas formas não são excludentes, pelo contrário, se completam e é a junção delas que vai contribuir para o objetivo

---

<sup>12</sup> Nas tribos indígenas os Idosos continuam participando de rituais que podem usar alucinógenos, mas estes casos não são considerados como vício.

principal da comunicação – inserir o homem em uma sociedade culturalmente formada, fazer com que ele se sinta parte do todo.

Em última instância, podem-se resumir as duas formas de comunicação no diálogo, conversa, troca de informações e na reprodução de ideias, exposição de conhecimento, disseminação de informações, respectivamente. Elas se complementam, formando ambientes comunicacionais, vinculando pessoas, fazendo com que se esqueçam “a brutal falta de sentido de uma vida condenada à morte” (CARDOSO org., 2007, p. 90).

Em síntese, Comunicação e Cultura são conceitos imbricados entre si. Ambos permeiam a vida humana para dar-lhe um sentido de existência, de permanência, de utilidade. Por meio da vinculação com os outros e com o mundo ocorre uma partilha, uma troca comunicacional e cultural que garante a sobrevivência psíquica e social dos indivíduos dentro de sua sociedade.

Assim também o Idoso se insere na sociedade. Por meio da comunicação dialógica, ele busca se informar sobre os acontecimentos cotidianos, seja por meio de conversas com outras pessoas ou pela realização de cursos (atualmente, muitas universidades e escolas estão desenvolvendo programas específicos de atualização para os Idosos). Por outro lado, os Idosos representam importante papel na comunicação discursiva, uma vez que carregam consigo seu conhecimento adquirido ao longo da vida, experiências vividas em outros tempos, quando os hábitos eram diferentes dos de hoje. Os Idosos simbolizam as tradições, rituais que foram praticados no passado e constituíram a cultura de seu povo.

Ou seja, os Idosos são peça fundamental para a manutenção e renovação cultural, uma vez que carregam consigo toda carga histórica de uma sociedade e são elementos ativos na produção de novos textos culturais. Por isso, eles deveriam ocupar papéis e status privilegiados na sociedade, para que sua participação social fosse ativa.

## **2.2. Disposições legais sobre Comunicação e Cultura**

Ao longo do tempo, as sociedades sofreram inúmeras alterações nos centros de poder e na definição das esferas pública e privada, como apontam Arendt (2007)

e Habermas (1984), bem como em suas atribuições e formas de organização. A ascensão do Estado como poder público e sua intervenção na vida privada são representados pela constituição de leis, normas e Políticas Públicas, sancionadas para garantir os direitos e obrigações da população.

No Brasil, além da Constituição Federal que engloba todos os cidadãos, existe ainda um conjunto de leis, decretos um e estatuto que constituem as Políticas Públicas para pessoa Idosa, a saber: 1) Lei nº 8.842, de 1994, que dispõe sobre a Política Nacional do Idoso, cria o Conselho Nacional do Idoso e dá outras providências; 2) Decreto nº 1.948, de 1996, que regulamenta a Lei nº 8.842, de 1994, e trata sobre a Política Nacional do Idoso; 3) Lei nº 10.741, de 2003, que dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências; 4) Lei nº 10.953, de 2004, que altera o artigo 6º da Lei nº 10.820, de 17 de dezembro de 2003, dispendo sobre autorização para desconto de prestações em folha de pagamento.

Os temas Comunicação e Cultura são encontrados nas leis voltadas para o Idoso, em especial, na Lei nº 8.842, de 1994, no que se refere à área da cultura, esporte e lazer. Essa legislação considera fazer parte das ações governamentais:

- a) “Propiciar ao idoso o acesso aos locais e eventos culturais, mediante preços reduzidos, em âmbito nacional<sup>13</sup>” (BRASIL, 1994). Neste texto, a vivência cultural está reduzida ao entendimento de entretenimento e à preocupação com o acesso aos eventos culturais.
- b) “Incentivar os movimentos de idosos a desenvolver atividades culturais” (BRASIL, 1994). Leva ao entendimento que as atividades culturais devem ser incentivadas, como se não fossem algo natural ao indivíduo que vive em uma cultura.
- c) “Valorizar o registro da memória e a transmissão de informações e habilidades do idoso aos mais jovens, como meio de garantir a continuidade e a identidade cultural” (BRASIL, 1994). Há aqui um aporte do termo transmissão, que também pode ser entendido com comunicação (WINKING, 1998). Porém, este trecho reforça outro ponto que será discutido mais adiante: o papel do Idoso na cultura Ocidental, em que eles são vistos como um problema social.

---

<sup>13</sup> Legislação disponível em: <<http://www.sedh.gov.br/clientes/sedh/sedh/conselho/idoso/legislacao>>. Acesso em: 20 out. 2012.

O Decreto nº 1.948, de 1996, também aborda o tema cultura, especificamente na criação de um programa de âmbito nacional pelo Ministério da Cultura, cujo objetivo é:

- I – garantir ao idoso a participação no processo de produção, reelaboração e fruição dos bens culturais;
  - II - propiciar ao idoso o acesso aos locais e eventos culturais, mediante preços reduzidos<sup>14</sup>;
  - III - valorizar o registro da memória e a transmissão de informações e habilidades do idoso aos mais jovens, como meio de garantir a continuidade e a identidade cultural;
  - IV - incentivar os movimentos de idosos a desenvolver atividades culturais.
- Parágrafo único. Às entidades vinculadas do Ministério da Cultura, no âmbito de suas respectivas áreas afins, compete à implementação de atividades específicas, conjugadas à Política Nacional do Idoso.

No que se refere ao item III, percebe-se que conceitualmente isso deveria se dar pela comunicação dialógica e discursiva que, segundo Flusser, fazem parte da natureza humana.

A participação do Idoso na cultura passa a ser responsabilidade de um órgão público, o Ministério da Cultura, e está intimamente ligada à produção de bens e participação em eventos. Percebe-se também a distinção entre o Idoso e o restante da população, uma vez que para este grupo propõem-se atividades específicas e não a interação com as outras gerações.

Na Lei nº 10.741, de 2003, o Estado aborda o tema comunicação quando discute questões sobre educação, esporte e lazer. “Os cursos especiais para idosos incluirão conteúdo relativo às técnicas de comunicação, computação e demais avanços tecnológicos, para sua integração à vida moderna” (BRASIL, 2003) – uma visão simplista do termo, mas que já dá indícios de um conceito restrito de comunicação, muito mais voltado ao entendimento de meios de comunicação do que de um processo de vinculação como sugerem os autores aqui apresentados.

Ainda, no mesmo artigo, a lei resguarda a participação do Idoso nas “comemorações de caráter cívico ou cultural, para transmissão de conhecimentos e vivências às demais gerações, no sentido da preservação da memória e da identidade culturais” (BRASIL, 2003).

---

<sup>14</sup> A Lei nº 10.741, de 2003, regulamenta a concessão de desconto de 50% para os Idosos em atividades culturais e de lazer.

Em geral, o que se percebe é um distanciamento do significado de Comunicação e Cultura a partir dos aportes conceituais de Vilém Flusser e Ivan Bystrina e uma leitura mínima que converte os termos em informação e entretenimento, respectivamente. Para demonstrar esse dúvida entendimento, propõe-se, a seguir, um quadro comparativo.

Quadro 1 – Comparação teoria X legislação

Conceito	Teoria	Legislação
Comunicação	Partilha, comunhão, troca, tornar comum. Vinculação.	Informação. Preocupação com técnicas (utilização dos meios de comunicação).
Cultura	Conjunto de textos imaginativos e criativos, constituintes de um ambiente simbólico de crenças, rituais, valores e atitudes.	Eventos culturais. Registro de informações e habilidades. Bens culturais.

Fonte: Próprio autor.

Percebe-se um afastamento conceitual dos termos Comunicação e Cultura entre a teoria e os conceitos legais. Enquanto que para a literatura pesquisada comunicação se refere a um ato de partilha de algo que se torna comum às partes envolvidas, de troca – em que os envolvidos participam mutuamente –, o foco das leis está centralizado em transmitir e permitir o acesso às informações, ou seja, há um emissor (que pode ser órgãos públicos ou empresas privadas) que envia uma mensagem e, um receptor (no caso das PPs voltadas para o Idoso, ele é o receptor) que as recepciona.

Neste caso, não fica claro se há compreensão do que foi emitido, nem mesmo se era relevante para estes receptores. Há sim, a preocupação em evidenciar que o Idoso deve ter acesso às TICs, mas não se discute ou propõe como esse acesso irá contribuir para sua participação na sociedade em que vive, não ficando claro como o direito ao acesso à informação irá colaborar para que estas pessoas possam partilhar o conhecimento, ou seja, comunicar-se.

Já o conceito de Cultura é reduzido a entretenimento, com cunho mercadológico: os Idosos terão desconto para ir ao teatro, p.e. É um contraponto ao conceito proposto neste trabalho, uma vez que a Cultura de um povo é produzida por ele, de forma gratuita e vivida no dia a dia, não se tratando de um evento cuja entrada só será permitida com um bilhete. A Cultura se manifesta sim nos rituais e

na arte, mas, além disso, constitui um ambiente de significação para aqueles que participam dela e é esta que deve ser ritualizada e compartilhada por meio da comunicação.

Grandes festas populares, que são passadas de geração a geração, como o caso da festa do Divino Pai Eterno em Trindade<sup>15</sup> – GO, não estão previstas nas PPs voltadas para o Idoso, nem exigem pagamento de entrada, mas, mesmo assim, são realizadas pelas pessoas idosas que vivem naquela cidade, que aprenderam com seus pais e passam para seus filhos esse costume – no caso supracitado há a manifestação da Cultura do carro de boi, que hoje não é utilizado, mas ainda tem um significado na vida desses cidadãos.

Figura 1 – Festa do Divino Pai Eterno – Carro de Boi



Fonte: Portal G1 – globo.com.

Além disso, para o Estado, a participação na Cultura e a vinculação dos Idosos aos outros necessita ser protegida por lei, diferente do que propõem os autores, para quem, tanto a comunicação quanto a cultura são aspectos naturais do ser humano, independente da idade, raça ou sexo, mas que ao serem contemplados em lei passam a representar direitos e obrigações. Ou seja, o direito de participar da vida social deve ser resguardado por lei, uma vez que culturalmente os Idosos são repelidos da sociedade Ocidental (LORENZ, 2009).

---

<sup>15</sup> Todos os anos os carreiros desfilam na cidade com seus carros de boi durante a festa religiosa do Divino Pai Eterno. Disponível em: <<http://g1.globo.com/goias/noticia/2012/03/festa-do-divino-pai-eterno-atrae-romeiros-trindade-em-goias.html>>. Acesso em: 03 jan. 2012.

### **2.3. O Idoso – Fruto social, cultural e legal**

Assim como as outras faixas etárias, o conceito de Idoso é construído cultural e socialmente. Nos últimos anos, houve uma reconfiguração do entendimento de velhice, reverberando na criação do conceito de Terceira Idade e constituindo, tanto cultural quanto socialmente, novos sentidos de vida para o Idoso. Tem-se, então, uma subdivisão nesta “categoria”, podendo encontrar pessoas com mais de 60 anos que se comportam como Idosos e outros que não.

Ou seja, o conceito de Idoso já não cabe aos indivíduos com mais de 60 anos, tanto do ponto de vista da medicina, que por meio dos estudos da geriatria e gerontologia está orientando essas pessoas a mudarem o comportamento a fazer atividade física, a passear, “promover um envelhecimento com qualidade de vida” (CORREA, 2009, p. 64), quanto do sistema previdenciário, que de tempos em tempos aumenta a idade mínima para aposentadoria.

A nomenclatura “Terceira Idade” é apontada por Debert (1998) como uma criação recente das sociedades Ocidentais contemporâneas, influenciada pelos estudos da Geriatria e Gerontologia ancorados em uma busca por maior qualidade de vida para as pessoas mais velhas (CORREA, 2009).

Essa reconfiguração da vida na velhice tem suas raízes no aumento da população Idosa, não só no Brasil como no resto do mundo. Os últimos 30 anos estão sendo marcados por grandes avanços na medicina, o que tem contribuído de forma significativa para o aumento da longevidade e, consequentemente, para o aumento da população Idosa no mundo (CORREA, 2009).

Partindo do princípio que as categorias de idade não são naturais e sim construções históricas e sociais (DEBERT, 1998), analisa-se o Idoso a partir de um grupo social, com práticas sociais em comum, pela sua força identitária, por se reconhecer como Idoso, portanto, parte do grupo.

#### **2.3.1. Idosos: um grupo social**

Para entender esse indivíduo, precisamos primeiramente compreender a formação do grupo social, que segundo Chinoy, consiste em:

[...] certo número de pessoas cujas relações se fundem numa série de papéis e status interligados” [...] interagem de forma mais ou menos padronizada, em grande parte determinada pelas normas e valores que aceitam [...] interação padronizada, crenças e valores partilhados ou semelhantes... (CHINOY, 1996,p.75).

Ainda, segundo o autor, “*Status* é a posição socialmente identificada; papel é o padrão de comportamento esperado ou exigido de pessoas que ocupam determinado *status*” (CHINOY, 1996, p. 69).

No caso desse trabalho, podemos entender o *status* do Idoso como sendo a sua posição nas relações sociais, colocadas de modo hierárquico, e o padrão de comportamento que esses indivíduos devem ter. Ressalta-se que a posição hierárquica dos Idosos e o comportamento esperado pela sociedade são apoiados pela mídia, que constrói e reforça essas identidades.

Para entender melhor o *status* do Idoso e seu papel na sociedade contemporânea, é necessário compreender como essa categoria de idade é construída hoje.

Segundo Guita GrinDebert:

[...] a velhice é uma categoria<sup>16</sup> socialmente produzida. [...] as representações sobre velhice, a posição social dos velhos e o tratamento que lhes é dado pelos mais jovens ganham significados particulares em contextos históricos, sociais e culturais distintos (DEBERT, 1998, p. 50).

Na medida em que começou a ser vista por sua baixa capacidade produtiva, fator relevante nos dias de hoje, a velhice passa a ser apresentada como um problema social. E “o envelhecimento físico ou a idade legal tornam-se mecanismos fundamentais de classificação e separação de seres humanos” (DEBERT, 1998, p. 12).

A partir daí, começam a se estruturar o *status* e o papel do Idoso na sociedade. Do ponto de vista da produtividade, em uma sociedade em que o que importa é TER, consumir passa a ser um trabalho para produzir uma imagem e assim pertencer. O Idoso que não tem condições financeiras de consumir para pertencer acaba sendo marginalizado pela sociedade de consumo.

---

<sup>16</sup> A velhice é considerada pela autora como uma categoria. Os Idosos são considerados neste trabalho como grupo social, de acordo com Chinoy.

Debert (1998) argumenta ainda que sua capacidade produtiva é menor em relação à dos jovens, além do que, o aumento da população idosa pode ameaçar a perpetuação da vida social e a problemática econômica financeira envolvida nesse processo: o custo financeiro do envelhecimento, as estruturas necessárias para suportar esses indivíduos, asilos, planos de aposentadoria e as responsabilidades do Estado e da esfera privada para com essas pessoas são preocupações que ganham relevância a partir do momento em que esse grupo torna-se representativo em tamanho.

Cabe destacar também o *status* dos Idosos na sociedade Ocidental contemporânea. Segundo Konrad Lorenz (2009, p. 80), os Idosos são vistos com desprezo pelos mais jovens. O autor defende que os jovens sentem ódio dos mais velhos e buscam um distanciamento deles, isolando-os na sociedade.

A ruptura das tradições, resultante do fato de termos atingido um ponto crítico em que as jovens gerações não conseguem mais entender-se culturalmente com as velhas, e ainda menos identificar-se com elas, passando então a tratá-los como um grupo étnico estrangeiro e a enfrentá-las com um ódio nacional [...] (LORENZ, 2009, p. 106).

Fruto deste desentendimento, em especial no Ocidente, o Idoso é visto culturalmente como um “problema social” (DEBERT, 1998). Já desprovido das melhores condições físicas, muitas vezes dependente da ajuda de outras pessoas para fazer coisas básicas, com condições financeiras aquém da que tinha quando ainda estava ativo no mercado de trabalho e com um ritmo muito mais lento que a velocidade da lógica em que vive, o Idoso entra com muitas desvantagens no jogo da vida.

Por estes motivos, e com intuito de garantir os direitos humanos, o Estado intervém na vida privada dos cidadãos por meio da Lei nº 8.842. Seus objetivos estão centrados nos direitos sociais deste grupo e na “criação de condições para promover sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade” (BRASIL, 1994, p. 1).

De acordo com a legislação, as pessoas com mais de 60 anos são responsabilidade da família, do Estado e da sociedade, ou seja, cada entidade que compõe a vida social tem obrigação para com elas, de forma que lhes sejam

resguardados seus direitos básicos e bem estar. Para isso, são previstas ações governamentais na área de cultura, esporte e lazer, como pode ser observado a seguir.

- a) Garantir ao idoso a participação no processo de produção, reelaboração e fruição dos bens culturais;
- b) Propiciar ao idoso o acesso aos locais e eventos culturais, mediante preços reduzidos, em âmbito nacional;
- c) Incentivar os movimentos de idosos a desenvolver atividades culturais;
- d) Valorizar o registro da memória e a transmissão de informações e habilidades do idoso aos mais jovens, como meio de garantir a continuidade e a identidade cultural;
- e) Incentivar e criar programas de lazer, esporte e atividades físicas que proporcionem a melhoria da qualidade de vida do idoso e estimulem sua participação na comunidade.

§ 1º - É assegurado ao idoso o direito de dispor de seus bens, proventos, pensões e benefícios, salvo nos casos de incapacidade judicialmente comprovada (BRASIL, 1994, p. 5).

Percebe-se, portanto, o dever dos órgãos e entidades públicas para com os velhos no sentido de manter sua participação na vida e produção social, resguardando a eles o convívio com as pessoas mais novas, ratificando a riqueza cultural que possuem e atribuindo a importância devida à transmissão de valores e tradições de geração para geração. Há ainda uma preocupação em fomentar momentos de lazer e atividades físicas, o que resgata a vivência do lúdico na rotina dos Idosos. O Estado, por meio de lei, tenta resgatar seu direito de pertencer e participar da sociedade.

### **2.3.2. Características heterogêneas do Idoso**

Para efeitos da lei, a idade é o parâmetro utilizado para definir se a pessoa é Idosa. Segundo a Constituição Federal (1988), são consideradas Idosas as pessoas com 65 anos ou mais (Art. 230, § 2º); a Política Nacional do Idoso (1994) e a Organização Mundial da Saúde (OMS) delimitam o Idoso a partir de 60 anos (SARAIVA, 2009), não havendo outra demarcação para que sejam beneficiários das regulamentações estatutárias. Segundo o Censo 2010, aproximadamente 10% da população brasileira é idosa (IBGE, 2010).

Porém, percebe-se que as PPs partem de um desenho de Idoso que não retrata a realidade da totalidade das pessoas com esta faixa etária. Sendo assim, considerar a idade como única variável para definir um grupo social pode ser

insuficiente. Existem outros fatores como p.e. renda, a formação, estilo de vida, ocupação, fatores geográficos etc. que irão influenciar na realidade destas pessoas, que podem ou não se enquadrar no perfil que a lei abrange.

Como já foi assinalado, a longevidade está aumentando, o que significa que as pessoas estão vivendo mais. Atualmente, a expectativa média de vida está próxima de 73 anos (ESTADÃO, 2010), mas, aproximadamente 15% da população idosa tem mais de 80 anos (IBGE, 2010). São 20 anos de um percurso histórico que constituem diferentes perfis de Idosos. Além, é claro, das diferentes realidades produzidas no ambiente urbano e rural, que possui maior índice de analfabetismo, por exemplo.

Sendo assim, é possível que parte da população idosa careça de proteção legal para ter acesso ao conhecimento, entretenimento e lazer. Mas o mesmo não se aplica a pessoas que, mesmo tendo mais de 60 anos, continuam trabalhando, participando ativamente da vida social, convivendo com os avanços da tecnologia, utilizando a Internet como meio de comunicação, inseridos na cultura do seu povo, partilhando e construindo textos criativos e imaginativos, ou seja, fazendo parte e contribuindo para sua cultura, independente do que diz a legislação.

### **3. CORPORE SANO CUM MEDIUM SANO**

A Teoria da Mídia de Harry Pross<sup>17</sup> é fundamental para traçar uma linha evolutiva para compreender o que teria levado ao fortalecimento da Cultura Midiática e como ela se configura nos dias atuais. A Mídia é um dos suportes da Cultura, do latim *Medium*, aquilo que está no meio de um processo comunicacional. Neste sentido, não é possível dissociar o conceito de Cultura do conceito de Mídia<sup>18</sup>.

Os sistemas de mediação são culturalmente produzidos e, assim sendo, como a Cultura não é estática, eles também não o são. Portanto, no decorrer da trajetória humana, seus meios de comunicação passaram por um processo evolutivo, tanto do ponto de vista social, humano, quanto tecnológico. Este processo pode ser evidenciado pelas mudanças nos suportes usados pelo homem no decorrer do tempo, sendo o primeiro deles (e imprescindível para a comunicação) o próprio corpo – Mídia Primária.

#### **3.1. Mídia Primária**

O primeiro suporte de comunicação utilizado pelo homem foi seu próprio corpo. Através dele, a humanidade partilha espaço e tempo e se vincula com o mundo. O corpo fala, se expressa pelos seus aspectos, sua aparência, seu formato, que se configuram culturalmente como um agente simbólico. Moldado pela Cultura, o corpo é o instrumento mais complexo da comunicação, que fala por si e carrega consigo toda sua história e o ambiente cultural no qual foi produzido.

Baitello Jr. argumenta que “todo processo comunicativo tem suas raízes em uma demarcação espacial chamada corpo” (1998, p. 11). O autor destaca que este processo é dado “por meio de inúmeros vínculos, inúmeros canais, inúmeras relações, conexões e linguagens” (2005, p. 32), ou seja, o uso de todos os sentidos, visuais, olfativos, auditivos, táteis e gustativos. O corpo é um todo produtor de sentido e receptor de mensagens. Ao sentir um cheiro, ou um sabor, ver uma

---

<sup>17</sup> Doutor em Ciências Sociais, professor de jornalismo e jornalista alemão, autor do livro “*Medienforshung*” investigações dos meios em 1971.

<sup>18</sup> A maior parte da obra do autor está em alemão, portanto, será referenciado por meio de outros autores que trabalharam sua teoria. Conceitos retirados das notas de aula do Prof. Dr. Milton Pelegrini, na disciplina Mídia e Sincronização, do Programa de Mestrado na Universidade Paulista.

imagem, emitir um gesto, tocar algum objeto, ler um texto, esboçar um sorriso, uma piscada de olho, aumentar o tom da voz, verter uma lágrima, comunicar-se algo com outros e com mundo, o corpo expressa o tom que agrega sentido à mensagem.

O corpo é a mídia mais rica, segundo o conceito de Harry Pross, apresentado por Baitello Jr. (PROSS, 1972, apud BAITELLO Jr. 1998, p. 12), capaz de inúmeras manifestações comunicacionais, os gestos, a fala, os cheiros, a postura, o olhar, o tom e entonação da voz. É um conjunto de sentidos que se expressa, emite e recepciona mensagens e assim interage com elas no aqui e agora.

Para esses autores é por meio do corpo que se geraram os vínculos<sup>19</sup> materiais ou simbólicos, “que iniciam da apropriação do espaço e do tempo de vida de outros” (BAITELLO Jr., 1998, p. 12). É essa capacidade de tornar-se proprietário e partilhar-se com o outro a própria comunicação, ou seja, dispor-se ao outro para partilhar algo. Segundo o autor, “toda comunicação humana nasce do vínculo primordial da amamentação, do beijo que busca o alimento” (BAITELLO Jr., 2000, p. 4). Ou seja, comunicação está muito além da palavra falada, é mais do que informação.

Ainda de acordo com o autor, “na filogênese, os vínculos se constituem em diálogo estreito com as condições ambientais e disponibilidades sensoriais, transformando-se em formas distintas de sociabilidade” (BAITELLO Jr. 1998, p. 100). Portanto, o vínculo nasce de uma ligação entre o corpo e o ambiente e aquilo que lhe é presente, objetos, cores e outros corpos, cuja junção se dá pelos sentidos corpóreos.

Além do vínculo com o ambiente, segundo Toni et al., a vinculação entre pais e filhos é, em si, uma relação de comunicação transformadora.

[...] enquanto um comportamento modifica o ambiente, este ambiente modifica o comportamento. Assim, quando a mãe age sobre o bebê, modifica-o, e, consequentemente, o bebê agirá sobre a mãe, também modificando-a e será nessas constantes relações que se dará o envolvimento afetivo (TONI et al., 2004, p. 102).

---

<sup>19</sup> Construção de laços, ligações próximas, sejam de amor ou ódio.

Ainda de acordo com Toni et al., é a partir da construção saudável dos primeiros vínculos, “apego”, que os indivíduos constituem uma sobrevivência social e cultural edificante (TONI et al, 2004).

A importância da vinculação para a comunicação humana foi estudada por outras ciências. Baitello Jr. apresenta investigações da Biologia sobre os sistemas afetivos de chimpanzés, que tentam esclarecer a natureza e motivação dos seus vínculos comunicativos e que deixam claro que os sistemas afetivos são a base dos vínculos destes animais (BAITELLO Jr., 1998, p.12).

Entende-se, neste trabalho, o afeto manifestado pela amizade, pelo amor, pelos laços construídos pela vivência, pela empatia etc, a base para o surgimento do vínculo. E ele por si já é comunicação, seja um olhar, um gesto, uma palavra, ou cheiro, que dentro de um ambiente simbólico comum ao emissor e ao receptor pode produzir um sentido, uma mensagem, mesmo que subjetivamente, porque “comunicação é um jogo de imensas possibilidades”<sup>20</sup>.

Sendo assim, pode-se dizer que a comunicação nasce do vínculo e não da informação, ou seja, ela surge a partir da ligação e relação do homem com o ambiente a sua volta e tudo que o cerca. Ligação que se dá por meio do corpo e, em cada fase da vida, ele é dotado de características específicas.

Como este trabalho trata dos Idosos, cabe, neste momento, uma análise mais profunda do seu suporte comunicacional. Tanto a Cultura quanto o tempo alteram o significado da Mídia Primária e o homem tem que se adaptar a sua nova forma e capacidade comunicativa. Atualmente, o modelo de corpo ideal é aquele esguio, com aparência jovem, distante da realidade do corpo do Idoso. As expressões do corpo envelhecido possuem um sentido cultural e social, embora nem as mudanças sejam homogêneas em todos os corpos<sup>21</sup>. Pode-se notar em muitos Idosos, em especial aqueles com idade mais avançada, um tom de voz mais baixo e calmo, às vezes até rouco, olhos profundos, em muitos casos fracos, sem aquele brilho comum da juventude, rosto marcado por rugas e manchas, ouvidos que querem já

---

<sup>20</sup> Notas pessoais das aulas da disciplina Mídia e Sincronização social, do Professor Doutor Milton Pelegrini – Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Paulista, em agosto de 2011.

<sup>21</sup> Muitas vezes por questões genéticas ou cuidados realizados ao longo dos anos e até mesmo pelo uso de recursos da medicina que minimizam as marcas do tempo no corpo.

não ouvir, as manchas de pele deixadas pelo sol em um tempo em que filtro solar ainda não existia, mãos já enrugadas e calejadas fruto de anos de trabalho pesado, corpo encolhido pelo peso carregado durante a vida, capacidade olfativa diminuída, sem falar nos cabelos brancos que já perderam o vigor, geralmente nariz e orelhas avantajadas. Mas nem sempre foi assim<sup>22</sup> e, possivelmente, por esse motivo, tanto a medicina quanto a dermatologia avançam a passos largos em busca da juventude eterna, em busca do corpo idealizado nas campanhas publicitárias.

Mas, as mudanças ocorrem tanto externa como internamente, os órgãos já não querem funcionar como deviam. Na idade mais avançada é comum as doenças se manifestarem com mais rapidez e em maiores proporções, os ossos ficam fracos, as dores fazem parte da rotina, além da diversidade de medicamentos, um ministrado para um mal da saúde e os outros para diminuir seus efeitos colaterais. Para muitos Idosos, os sentidos de vinculação (tato, olfato, audição, visão) já não têm mais a mesma capacidade de outrora, muito mais esforço e empenho precisam ser dedicados à arte de comunicar-se.

Na medida em que envelhece, o homem começa a sentir a força do tempo em seu corpo.

O tempo da vida se inscreve sobre os corpos e sobre a natureza como tatuagem, com suas marcas indeléveis e inexoráveis. É irmão e aliado da morte, já que se apresenta como paciente construtor da falência do organismo biológico. Sua obra não é apenas visível e distante, mas é tátil e próxima como a morte. Ao contrário de todas as escrituras – que essencialmente negam a morte –, o tempo biológico conspira contra toda e qualquer eternidade individual (BAITELLO Jr., 1997b, p. 1).

O processo de envelhecimento afeta não somente a estrutura física, mas, em algumas vezes, a mente. Como o mal de Alzheimer, que provoca a perda da memória e, uma perda natural da “memória de fatos mais recentes” comum nos Idosos (SIMÕES, 1998, p. 43). Em contrapartida, há situações em que corpo e mente não parecem ser da mesma pessoa, como nos casos em que o Idoso (ou Idosa) não se reconhece frente ao espelho (CORREA, 2009, p.15) – seus pensamentos, a visão de si e da vida destoam daquele corpo velho e cansado,

---

<sup>22</sup> Há estudos que abordam as causas biológicas destas alterações na obra Corporeidade e Terceira Idade A marginalização do corpo idoso, de Regina Simões, 1998.

incompatibilidade entre corpo e mente, como se diz popularmente, “cabeça de jovem corpo de velho”.

Em alguns casos, este corpo mexido pelo tempo tem em sua aparência mensagens que comunicam sobre uma vida longa de trabalho e labuta, sofrimento, maus tratos do tempo, mas também sobre muitas conquistas, a respeito de uma família que foi constituída, das coisas que viu e vivenciou, momentos históricos importantes para a sociedade, outro modo de ser, outros valores, outro tempo.

Este é o paradoxo da Mídia Primária dos Idosos, ou seja, de seu corpo, que reformulado pelos anos tem sua capacidade comunicacional diminuída ou até mesmo perdida, não enxerga direito, não escuta bem, tem dificuldades para se locomover. Por isso, sua aptidão para vinculação é comprometida, mas por outro lado, é rica em mensagens e particularidades que se comunicam sozinhas, que falam por si.

Portanto, por uma lado, após a ação do tempo, o corpo do Idoso tem sua capacidade comunicativa naturalmente reduzida. Mas, por outro lado, tem uma riqueza comunicacional significante, como uma obra de arte que precisa ser olhada com calma, apreciada, para que se possam notar os detalhes e compreender seu significado, sua bagagem, precisa ser sentido e tocado, para ser entendido. Segundo Kamper, “no corpo e nos seus sentidos, pode-se ler uma história específica da dor [...]” (2002, p. 3) e também da alegria.

Há de se considerar que muito embora a massa da população Idosa não tenha acesso, existem no mercado inúmeros tratamentos de beleza que prometem extinguir estes sinais e recuperar a juventude de outrora, mas há também aqueles que se orgulham de sua aparência, negando-se o uso destes produtos. Nestes casos, é possível verificar claramente as mudanças do tempo e a riqueza comunicacional do corpo envelhecido.

Em suma, o corpo é o suporte, que sustenta a comunicação humana, sem o qual ela não seria possível. Um arsenal comunicativo que oferece inúmeras possibilidades de troca, de partilha, de tornar algo comum ao outro. Ainda de acordo com Pross, a Mídia Primária só funciona no tempo presente, no tempo real do aqui e agora – quando dois ou mais corpos compartilham de um mesmo espaço e tempo é

que pode haver a troca comunicacional mediada pelo corpo. Sendo assim, o sentido de permanência da comunicação é efêmero e fadado à dura realidade da finitude (PROSS, 1972, apud BAITELLO Jr., 1998). E é no intuito de tornar perene sua comunicação, que a humanidade constitui a Mídia Secundária.

### **3.2. Mídia Secundária**

A Mídia Secundária está intimamente ligada ao desejo de tornar perpétua a existência do homem. Levando-se em consideração que na Mídia Primária não há comunicação após a morte, a humanidade buscou uma maneira de eternizar seu legado. De acordo do Harry Pross, ela é caracterizada pela “presença de um aparato mediador entre o receptor e emissor” (PROSS 1972, apud BAITELLO Jr., 1998, p. 13), a escrita, o papel, o livro e o jornal. São suportes que armazenam a mensagem e dispensam a necessidade do corpo do emissor no aqui e agora, torna presente o ausente, conserva a mensagem por um tempo dissociado do emissor.

No princípio, foram os desenhos nas cavernas, mensagens eternizadas independente do tempo de vida de quem as criou. A utilização da Mídia Secundária pode ser entendida como um rompimento com o presente e a permanência no futuro. É a conservação de um sinal do corpo fora do corpo, em outro aparato, outro suporte.

Embora iniciada no corpo, seja pela escrita ou pela imagem, a comunicação passa a ser uma representação do corpo. A carta representa a fala, a foto representa uma cena. Neste momento, o contexto comunicacional é perdido, deixa-se de lado o tom e o timbre da voz, perde-se as expressões faciais, recorta-se um momento constituído por um clima, um cheiro, um ruído e o que se manteve foi uma representação do real, como no caso da fotografia, que congela uma situação com som, clima, sentimentos e movimento em uma imagem estática.

A Mídia Secundária permite a amplificação da comunicação/corpo no tempo e espaço fazendo, por exemplo, com que aqueles que não estavam presentes no momento do discurso saibam o que foi dito por meio do jornal que publicará o evento. Aquele que não ouviu a história contada pode ler o livro, anos depois, e assim por diante.

De acordo com Sloterdijk<sup>23</sup>, ainda na escrita é possível a construção de vínculos, na medida em que:

[...] a escrita é o poder de transformar o amor ao próximo ou ao que está mais próximo no amor à vida desconhecida, distante, ainda vindoura. [...] uma sociedade literária, na qual os participantes descobrem, por meio de leituras canônicas, seu amor comum por remetentes inspiradores (2000, p. 10).

Mesmo não sabendo que iria ler as cartas (ou livros), a troca de correspondências pressupõe uma vinculação com o outro, um doar-se ao outro no intuito de que este tenha acesso ao conhecimento ora produzido, o que constitui um gesto de afeto. Diferentemente do jornal, que é publicado, em grande escala e não se sabe ao certo quem será seu leitor.

Do ponto de vista comunicacional, a Mídia Secundária tem vantagens e desvantagens sendo a ampliação do alcance da mensagem e a permanência da comunicação as vantagens e, a desvantagem, a perda do contexto, o saber parcial, subjetivo, sob a ótica de outrem, seja do fotógrafo, do autor, do jornalista ou do próprio emissor que registrou sua mensagem em um suporte fora do corpo.

Ter acesso à escrita e leitura provoca uma mudança do processo cognitivo; o aprendizado passa a ser possível por meio da leitura, sendo que antes só o era por meio da experiência de vida. Para os Idosos, que viveram sua juventude no final do século XX, o jornal, a carta, a fotografia, o livro e o rádio foram sua fonte de conhecimento e também seus meios de comunicação na maior parte de suas vidas.

O Idoso viveu em um mundo mediado pela Mídia Secundária, por isso, parte da comunicação voltada para esse grupo é feita por meio dela. Na Campanha do Ministério da Saúde para os Idosos, p.e., percebe-se o perfil: cabelos brancos e rugas no rosto que caracterizam a idade dos personagens, mas, por outro lado, traços negativos do envelhecimento não aparecem, o casal parece feliz e, ao segurar uma criança no colo, o senhor aparenta ser forte e saudável. Ou seja, nesta campanha há uma representação da velhice devido a traços característicos dos

---

<sup>23</sup> Parafraseando Nietzsche no livro Regras para o parque humano, em que fala sobre a troca de correspondências greco-romanas “envio e recepção de textos filosóficos” (2000, p. 9) e da possibilidade de trocar informações e conhecimento com pessoas desconhecidas.

Idosos, como um estereótipo, mas não retrata a totalidade das transformações causadas pelo tempo.

Figura 2 – Campanha de vacinação para Idosos – Ministério da Saúde



Fonte: [http://portal.saude.gov.br/saude/campanha/outdoor\\_vac\\_idoso\\_mod\\_1\\_260711.jpg](http://portal.saude.gov.br/saude/campanha/outdoor_vac_idoso_mod_1_260711.jpg)

Nas campanhas veiculadas em televisão, percebe-se o mesmo estereótipo: o “jovem Idoso”, de cabelos grisalhos, mas que continua ativo, trabalhando, consumindo e contribuindo para a economia, como, por exemplo, a campanha institucional da Caixa Econômica Federal para aposentados.

Figura 3 – Campanha Caixa Econômica Federal – Aposentados



Fonte:  
[https://www.youtube.com/watch?v=Ka8JP4BspzY&playnext=1&list=PL125BCE65A47E88D1&feature=results\\_main](https://www.youtube.com/watch?v=Ka8JP4BspzY&playnext=1&list=PL125BCE65A47E88D1&feature=results_main)

Os governos trabalham campanhas próprias voltadas ao Idoso, como o Governo de Minas Gerais, por exemplo, que lançou, em 2009, uma campanha denominada Valorização do Idoso, com objetivo de incentivar a família a reinserir o Idoso em seu meio. Neste caso, o Idoso já aparece bem debilitado, em idade

avançada, com dificuldades de andar e vivendo sozinho. A campanha suscita o abandono do Idoso pela família.

Figura 4 – Campanha de valorização do Idoso – Governo de Minas Gerais



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=he2G1QauYxo>

### 3.3. Mídia Terciária

Como a Mídia é um signo cultural e, portanto, mutável, muitos avanços trouxeram a possibilidade de criação de uma Mídia Terciária. Suportes tecnológicos que intermediam a comunicação, em que se precisa de um aparato para codificar e outro para decodificar a mensagem, ou seja, o emissor precisa do aparelho para emitir a mensagem e o receptor precisa do aparelho para recebê-la. Elimina-se a necessidade de partilhar um mesmo espaço para que haja comunicação, amplifica-se o alcance, mas diminui-se a interatividade, a participação no processo comunicativo, ou seja, diminui-se a partilha.

Para Baitello Jr., a Mídia Terciária só foi possível devido ao avanço da tecnologia (1998, p. 13). De acordo com o autor, “a grande mídia terciária do nosso tempo é a eletricidade” (2001, p. 6), não desconsiderando a existência de todos os outros meios, o telefone, a televisão, o rádio, o telefone celular. Mas, a fim de focar a pesquisa, este trabalho irá abordar apenas o computador e a Internet, suas vantagens e desvantagens que, segundo Baitello Jr., são comuns a toda Mídia Terciária.

A possibilidade de produção de imagens, visuais ou acústicas, sua reprodução ilimitada, sua distribuição irrestrita têm levado a comunicação humana a uma hipertrofia da visão e da visibilidade, em uma transferência da tridimensionalidade presente na mídia primária (com seus sentidos táteis) para as superfícies bidimensionais (BAITELLO Jr., 2001, p. 7).

Ou seja, a Mídia Terciária potencializa o uso do sentido da visão e da audição por meio da reproduzibilidade mecânica de imagens e sons em detrimento do uso pleno da Mídia Primária; como no caso dos computadores, em que por meio de mensagens escritas e audiovisuais pretende-se criar um ambiente de comunicação, embora virtual.

### **3.4. Impactos da comunicação mediada pelo computador**

Algumas ideias e conceitos geram uma reflexão sobre o impacto do uso dos computadores como meio de comunicação. O que se discute não é se deve ou não utilizá-lo como ferramenta, mas sim, o distanciamento do real produzido especialmente pelo uso compulsivo e desprovido de um propósito cujo benefício seja palpável. Ou seja, é possível o uso do computador como ferramenta, que irá ampliar as possibilidades de desenvolvimento comunicativo e social, porém, também é factível o uso do aparelho como imposição social e cultural, em que não se sabe ao certo a razão do uso, mas o faz porque todos fazem.

Para abordar esse tema, a seguir serão discutidos: o conceito de Escalada da Abstração de Vilém Flusser; o caos causado pelo excesso de informações, que segundo Baitello Jr. gera Infoxicação e Incomunicação, e os estudos de Cazeloto sobre Monocultura Informática.

A caminhada humana em busca de novos aparatos para mediar a comunicação é denominada por Flusser como uma escalada da abstração<sup>24</sup>, uma marcha para baixo. Segundo o autor, a comunicação pelo corpo é tridimensional: o verbal e o gestual a constituem em um espaço e tempo determinados; com o uso de sinais ou imagem, ela passa a ser bidimensional; com a escrita, o homem inaugura a comunicação unidimensional e; com o uso dos algoritmos ela passa a ser nulodimensional (FLUSSER, 1989 apud BAITELLO Jr., 2005).

Na relação espaço tempo da comunicação, a perda do espaço representa a perda de uma vivência concreta para uma vivência representada, abstrata, em última análise, a perda do corpo. Segundo Baitello Jr. (2005) a Escalada da

---

<sup>24</sup> Tese de Vilém Flusser, que sinaliza a escalada da comunicação tridimensional para uma comunicação nulo dimensional.

Abstração representa uma descida, uma comunicação sem vivência, em que o espaço já não existe, é nulodimensional, ou seja, sem o espaço.

A partir do nulodimensional surgem as tecnoimagens, ou seja, imagens produzidas pela máquina (FLUSSER, apud HEILMAIR, 2012). Assim, também o Idoso pode se tornar uma tecnoimagem, representação da representação, ou seja, representação editada, alterada, em que os “defeitos” podem ser excluídos – o Idoso criado pela máquina.

Aliadas da abstração estão a Infoxicção e a Incomunicação (BAITELLO, 2002), também são consequências do uso da tecnologia que possibilita a reproduutibilidade técnica, ou seja, as informações são produzidas e reproduzidas em larga escala, gerando, em poucos minutos, um contingente de outras informações que são colocadas à disposição das pessoas em uma velocidade não alcançada pela Mídia Primária.

Vicente Romano (2008) aborda o tema Intoxicação Linguística e atribui uma série de conceitos a ele. Em resumo, o autor argumenta que o conhecimento da língua e da verdade é libertador e capaz de tirar as pessoas da alienação, ou seja, quando o Idoso não comprehende o que é dito nos meios de comunicação de massa, seja por órgãos públicos ou privados, de certa maneira a verdade lhe é ocultada, seja por contradições, falsidades ou incertezas. Outro aspecto considerado por ele é uma substituição da comunicação bidirecional e bilateral para uma comunicação unidirecional. Sendo assim, a reciprocidade deixa de existir, neste caso, o Idoso passa a ser uma audiência passiva, que apenas recepciona as informações, mas não as produz.

Com o advento da Internet, muito se discute a respeito da interatividade, mas há poucos ambientes digitais em que os Idosos se manifestam: os grandes portais de Internet são direcionados ao público jovem e dirigidos por eles. Até mesmo na televisão e no rádio, em que a maioria dos apresentadores são jovens, ou seja, há pouco ou quase nenhum espaço para que os Idosos exponham seus conhecimentos. E quando há, existe um estereótipo deles, como, p.e., um programa culinário apresentado por uma senhora – Vovó Palmirinha (exibido na TV fechada – canal Bem Simples) que é a representação da vovó brasileira, que gosta de cozinhar, faz receitas fáceis para agradar os filhos e netos.

Aliado a isso, Romano (2008) acrescenta que o uso de figuras de linguagem como metáforas, superlativos e eufemismos também intoxican a linguagem, ou seja, destorcem seu sentido, ou ocultam o significado real. No caso das PPs, percebe-se esta intoxicação especialmente quando se garante o direito de acesso às TICs para os Idosos, ocultando a isso o fato de que parte dessas pessoas não foi, se quer, alfabetizada. Daí surge o que Baitello Jr. (2002) chama de Infoxicação.

No que se refere à Incomunicação, Menezes (2005) alerta que ela está na própria comunicação, quando, p.e., um acontecimento se sobressai aos fatos, ou quando gera um efeito indesejado, seja ele positivo ou negativo e até mesmo na comunicação alienante, que não gera censo crítico. Como no caso do Idoso, imerso em uma cultura midiática que propõe uma velhice “encantada”, com passeios e a beleza da juventude, mas que não faz parte da vida da grande maioria destas pessoas, especialmente aqueles que vivem em pequenas cidades, na zona rural e os Idosos pobres.

Assim também se considera Incomunicação uma legislação assistencialista que defende os direitos dos Idosos que vivem em sociedade. Uma vez que são cidadãos, não haveria necessidade de uma legislação específica, ou seja, deveriam estar protegidos pela Constituição Federal. Mas, se é necessário criar uma política pública voltada para os Idosos, é indicativo de que não sejam considerados cidadãos.

A Incomunicação, portanto, embora sugira a negação da comunicação, nem sempre se apresenta desta maneira.

Quanto mais se aperfeiçoam os recursos, as técnicas e as possibilidades que o homem tem de se comunicar com o mundo, com os outros homens e consigo mesmo, aumenta também, em idêntica proporção, as suas incapacidades, suas lacunas, seu boicote, seus entraves ao mesmo processo, ampliando um território tão antigo quanto esquecido, o território da incomunicação humana. Assim, andam de mãos dadas e crescem juntas, como irmãs gêmeas, a comunicação e a incomunicação (BAITELLO Jr., 2002, p.1).

A causa deste fenômeno pode ser o fato de que ao mesmo tempo em que reina o discurso da acessibilidade à informação, do *on-line real time*, não se discute a qualidade das informações e a fidelidade de sua fonte. Nem mesmo a capacidade

humana em absorver, refletir e produzir novos conhecimentos com base naquilo que está disponível.

De acordo com Bauman:

Como calculou Ignácio Ramonet, nos últimos 30 anos se produziu mais informação no mundo do que nos 5 mil anos anteriores: ‘Um único exemplar da edição dominical do *New York Times* contém mais informação do que a que seria consumida por uma pessoa culta do século XVIII durante toda a vida’. Quão difícil é, se não impossível, absorver esse volume de informação ‘disponível’ hoje em dia (circunstância que torna a maior parte dela endêmica desperdiçada, e de fato natimorta) [...] (BAUMAN, 2008, p. 54).

Esse excesso de informação pode ser um dos responsáveis pela Incomunicação e é resultado da tecnologia.

As aspas na palavra “disponível” suscitam outra discussão, uma vez que segundo o IBGE (Censo Demográfico de 2000), 33,6% dos Idosos responsáveis pelos domicílios no Brasil são analfabetos (IBGE, 2002), o que certamente dificulta o acesso deste grupo à informação. Acrescentam-se a isso as dificuldade de acesso aos meios de comunicação digitais, os custos para manter uma assinatura de jornal ou de um provedor de Internet. Parte da informação produzida não chega aos Idosos, não lhes é útil, não os transforma, ou seja, não é comunicação como propõem os autores apresentados.

Os Idosos convivem com essas “irmãs gêmeas” (BAITELLO Jr., 2002, p.1) sem perceber “que a incomunicação nem sempre será sinal de falta de comunicação e nem sempre o fato de não percebermos indícios de incomunicação pode nos dizer que estamos nos comunicando bem” (MENEZES, 2005). Essa falta de percepção pode ser fruto de uma cultura alienante que é reforçada pelos meios de comunicação em massa.

A Mídia Terciária pode ser considerada uma das responsáveis pela propagação dessa cultura midiática alienante, tanto por meio do rádio, da televisão e do computador – consegue longo alcance e alta velocidade, atingindo as massas, incluindo-se os Idosos, propagando sua ideologia e auxiliando no escoamento das mercadorias. Mas, mesmo assim, a tecnologia se faz suprema e fundamental no dia

a dia das pessoas. Embora tenha originado nos territórios da cultura, hoje determina ou contamina/influencia, a maneira de ser e agir da sociedade.

Esta Tecnologia da Informação nasce em um momento de guerra, um jogo de agon<sup>25</sup>, da disputa de ideologias (Guerra Fria), como uma “arma”, ou melhor dizendo, como uma ferramenta de defesa (CASTELLS, 2000)<sup>26</sup>. Em linhas gerais, depois disso foi utilizada pelas Universidades como meio para difusão de pesquisas acadêmicas – nota-se aqui uma ligeira similaridade com a história da escrita, que em um primeiro momento foi dominada por um grupo, a “elite” dos que conheciam a gramática. Mas, em um sistema capitalista, logo a Internet se converteu em valor mercadológico, popularizando-se velozmente e ficando cada vez mais enraizada na cultura como meio de comunicação.

Dotado de sentido simbólico, portanto, cultural, o computador toma espaço relevante também na comunicação, por meio da Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), conforme aponta artigo de Edilson Cazeloto, intitulado Monocultura Informática: a voracidade dos chips (CAZELOTO, 2009).

[...] o computador torna-se, rapidamente, o ambiente *socialmente necessário* em que se dão as práticas culturais contemporâneas. Ele (computador) avança indistintamente em direção ao trabalho, ao lazer, à religiosidade, aos relacionamentos afetivos, à memória e ao futuro, englobando e internalizando as formas de produção e disseminação da cultura (CAZELOTO, 2009, p. 96).

Usar a Internet passa a ser um requisito para “sobrevivência” (mesmo que social) na sociedade contemporânea. A técnica se infiltrou na vida social, ameaçando seus “valores não-técnicos” (FEENBERG<sup>27</sup>, 1999), ou seja, a tecnologia alcança e modifica o que não é técnica. Pode-se dizer que ela provoca grande impacto na comunicação humana, reconfigurando-a, dando a ela novos significados e uma superficialidade descaracterizante, deixando de ser troca e partilha para ser informação, Incomunicação e Infoxicação.

<sup>25</sup> Em grego competição, jogos que envolvem disputa (notas de aula da Disciplina Mídia e Sincronização do Prof. Dr. Milton Pelegrini na Universidade Paulista 2011/2). Refere-se ao jogo como ambiente produtor de cultura, conforme definido por Roger Caillois.

<sup>26</sup> ARPANET – projetada pela “Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos”.

<sup>27</sup> No texto “A filosofia da tecnologia numa encruzilhada” o autor faz um ensaio apoiado em Heidegger e Habermas, no qual aborda o tema do determinismo tecnológico, da crítica à técnica e faz uma contra argumentação destacando as deficiências dessa crítica. Cabe a esse trabalho recuperar a visão crítica sobre a técnica.

Assim como outros textos culturais, o computador passa a configurar o homem, em uma espécie de retroalimentação, em que o homem cria o computador e o computador (re)cria o homem, ele (o computador) passa a ser a janela pela qual as pessoas enxergam o mundo do lado de fora.

Embora o computador tenha se tornado indispensável para muitas atividades comunicacionais e tenha ganhado relevância cultural, é importante lembrar que a comunicação transcende o computador. “A Internet é uma ferramenta útil, não uma tecnologia redentora” (BARBROOK, 2009, p. 10), como se apresenta na sociedade atual, em que não ter acesso a um computador é uma espécie de “crime social”.

É a partir deste ponto de vista – da obrigatoriedade e rendição de todos ao uso do computador – que o presente trabalho pretende apresentar a Inclusão Digital dos Idosos.

### **3.5. Inclusão Digital na Terceira Idade**

A população idosa brasileira vem crescendo segundo o Censo do IBGE realizado em 2010 – o Brasil alcançou a marca de mais de 190 milhões de habitantes, sendo que destes, aproximadamente 10% são Idosos com mais de 60 anos (IBGE, 2010) – e o Estatuto do Idoso faz a previsão de que em 2025 serão 32 milhões nesta faixa etária no país.

De acordo com matéria publicada no Portal do Estadão (JORNAL ESTADO DE SÃO PAULO, 2010), a expectativa de vida da população também está em crescimento, uma vez que, nos últimos 30 anos, o IBGE registrou um aumento de mais de 10 anos na expectativa de vida dos brasileiros. Portanto, vivendo mais, os Idosos, depois de se aposentarem, continuam buscando por atividades que ocupem seu tempo livre e que lhes proporcione o prazer de participar de uma vida social ativa.

Concomitante a isso, como foi exposto anteriormente, a tecnologia avança a passos largos tornando-se cada vez mais indispensável, seja para atividades burocráticas ou como meio de adquirir informação, entretenimento e até mesmo para manter contato com amigos e familiares. Embora acessar a Internet seja mais comum entre jovens e adultos, que muitas vezes a usam como ferramenta de

trabalho, os Idosos também estão aderindo ao computador como ferramenta, seja para entretenimento, pesquisas ou para realizar serviços.

Para aumentar sua intimidade com o computador, muitos Idosos se beneficiam de programas de Inclusão Digital para Terceira Idade, iniciativas privadas que são apoiadas por políticas públicas voltadas para os Idosos.

Como a população brasileira está envelhecendo, tanto a iniciativa privada quanto o poder público estão “preocupados” em atender essas pessoas, no sentido de assisti-las, de garantir que os Idosos tenham condições de acompanhar os avanços e as mudanças da contemporaneidade. Esse fato pode ser percebido no discurso político que tem estabelecido consensos nos grupos sociais por meio dos veículos de comunicação de massa.

O Estatuto do Idoso, em seu artigo 21º, § 1º, prevê que “os cursos especiais para idosos incluirão conteúdo relativo às técnicas de comunicação, computação e demais avanços tecnológicos, para sua integração à vida moderna” (2003, p. 17), o que vem a reforçar a Lei nº 8.842, cujo objetivo é assegurar os direitos sociais do Idoso, criando condições para promover sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade (BRASIL, 1994).

Podem-se entender os Programas de Inclusão Digital para Terceira Idade como iniciativas que visam garantir o direito de integração social ao Idoso, uma vez que é crescente o uso do computador com acesso à Internet (Mídia Terciária) para tal (REVISTA VEJA, 2011). Segundo Cazeloto, os programas de Inclusão Digital têm um “caráter terapêutico” uma vez que tratam aqueles que não têm intimidade com a máquina fazendo com que sejam “devorados” pelos chips, ou seja, fazendo com que entrem na lógica da informática, tornando as pessoas “aptas à nova era” (CAZELOTO, 2009, p. 5).

A adesão dos Idosos aos meios de comunicação digitais é comprovada por meio de dados secundários de institutos de pesquisas de mercado, publicados em revistas e portais da Internet, como, por exemplo, matéria de Letícia Alasse para o Portal Mundo do Marketing, segundo a qual a terceira idade representa 7% dos internautas brasileiros (ALASSE, 2012).

Ou seja, parte da população Idosa está aderindo à rede de computadores como meio de comunicação, auxiliados pelas políticas públicas que lhes resguardam direitos e impulsionados por uma questão cultural que impõe o seu uso, não como uma ferramenta capaz de tornar possível aquilo que para o corpo envelhecido poderia ser impossível, mas sim com uma mercadoria obrigatória, cujo objetivo é promover sua “integração à vida moderna” (BRASIL, 2003).

#### **4. CONSUMENDI CULTURAE**

Com o avanço tecnológico e a popularização do uso de aparelhos eletrônicos como meio de comunicação, surgiram dois processos que participam diretamente da cultura: o consumismo e a cultura midiática, tão imbricados um no outro que pode ser difícil defini-los separadamente.

O primeiro será entendido aqui como as atividades de consumo com fim em si próprias, não por necessidade de sobrevivência, mas para atender aos desejos, ou seja, não se compra um sapato para proteger os pés, mas para ter uma variedade de modelos, ou para ter um modelo mais atual. Assim, o ato de comprar passa a ser uma fonte de felicidade e de realização pessoal, gerada pela posse e uso da mercadoria.

Este capítulo trata das contribuições da esfera pública, entendida nos dias de hoje como o Estado e a mídia, para o consumismo de indivíduos da terceira idade, em especial os aposentados e o reforço de uma cultura midiática, ou seja, ritos e valores definidos pelos veículos de comunicação de massa.

##### **4.1. Sociedade do Consumo**

A relação do homem com a mercadoria por meio do consumo sofreu alterações no decorrer da história. “Consumir nos séculos XVII, XVIII ou XIX, tem um sentido totalmente diferente de consumir no final do século XX e começo do século XXI” (COSTA, 2004, p.132).

Segundo Costa, até a Revolução Industrial, quando as mercadorias eram fabricadas em pequenas quantidades, por artesãos, eram entendidas como objetos de valor que tinham uma finalidade específica, um uso prático e tempo de uso longo, uma vez que eram escassas devido ao processo lento de produção. A partir da Revolução Industrial esta dinâmica é reconfigurada. Este momento é caracterizado por um grande volume de produção e uma necessidade de escoamento destas mercadorias. A relação com elas passa a ser superficial e o descarte mais comum. Com a evolução dos métodos produtivos, essa ordem toma maiores proporções, o valor financeiro dos produtos diminui consideravelmente e o descarte toma uma

velocidade maior (2004). Os objetos são produzidos com sua obsolescência programada, para produzir o consumo em níveis cada vez maiores.

Esta inversão de valores deu origem ao que Bauman (2008) chama de sociedade de consumo, “A ‘sociedade de consumidores’, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas” (BAUMAN, 2008, p. 71).

É comum, neste tipo de sociedade, que se faça uma associação do consumo à felicidade, em que a experiência sensória com a mercadoria produz prazer. Segundo Moulian (1998, p. 15), o consumo se instala como “sentido de vida”. Para Longhi (2009, p. 8), “a lógica do consumo passa a ser a lógica de relação com o mundo”. É preciso TER para SER, a questão da pertença está muito vinculada à questão de consumir.

Este ato não é dado pela necessidade física, de segurança ou de sobrevivência, conforme a Teoria de Maslow, mas é movido pela “necessidade de *descartar e substituir*” (BAUMAN, 2008, p. 50). Segundo o autor, consumismo é:

Um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais (BAUMAN, 2008, p. 41).

Neste sentido, o consumo cria a identidade individual, que muitas vezes é reforçada pelas imagens midiáticas, também constituindo um fator de pertença, uma vez que, pela exposição do que se tem pode-se pertencer a um grupo, comunidade ou sociedade.

A relação de consumo torna-se a mais relevante das relações dentro de uma sociedade capitalista, mesmo porque é ela quem possibilita o desenvolvimento econômico, financeiro e social desta sociedade; é o giro de mercadorias que gera novas necessidades de produção e novos empregos, e os novos empregados voltam-se para o mercado ávidos por novas mercadorias, fazendo assim a

engrenagem do capitalismo girar. Essa supremacia do consumir provoca o que Canclini (2006) apresenta como uma inversão de papéis, ou melhor, um desaparecimento do cidadão e uma supervalorização do consumidor – os indivíduos passam a ser tratados em todas as instâncias como consumidores.

Sendo assim, quando o Estado aprova leis que não são para os cidadãos, mas sim para os consumidores, como o Código de Defesa do Consumidor, potencializa a força do mercado.

O mercado procura ‘suprimir os vínculos, os elos, os sentimentos que não podem ser convertidos em valores mercantis’: o mercado procura, assim, estimular continuamente as sensações para desenvolver o consumo e dispor, como diz Dufour, ‘de indivíduos definidos por nada além do que a necessidade de consumo sempre ampliada’ (HAROCHE, 2004, p. 230 apud DUFOUR, 2003, p.170).

O Idoso, que antes era improdutivo para este sistema, agora faz parte da Terceira Idade, um grupo repleto de déficits que o mercado pode suprir em forma de mercadorias customizadas, feitas como que por encomenda, mesmo que a necessidade a priori não exista. Os veículos de comunicação atuam como máquinas de escoar mercadorias, se encarregam de criar a necessidade do consumo. Assim, convertido em valor mercantil, o Idoso volta a fazer parteativamente da vida social, por meio do consumo, em uma sociedade marcada pela cultura midiática.

#### **4.2. A contribuição do Estado<sup>28</sup>**

O Estado, por meio da regulamentação da Lei do Crédito Consignado para aposentados, facilita a tomada de crédito pelo Idoso nesta condição. Trata-se de uma determinação do Estado que regulamenta as condições de concessão de crédito bancário para trabalhadores e aposentados.

O crédito consignado é um empréstimo concedido por instituições financeiras aos seus clientes, cujo débito da parcela é descontado diretamente na folha de pagamento dos trabalhadores e aposentados, assim diminui-se a possibilidade de

---

<sup>28</sup> Este material foi retirado e adaptado do artigo Consumo na Terceira Idade, apresentado pela autora do trabalho no 7º Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, em novembro de 2011.

inadimplência, consequentemente o risco para as instituições financeiras é menor, o que permite uma cobrança de taxa de juros mais barata.

No caso dos aposentados, o valor da parcela é retido em seu benefício pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) e repassado à instituição financeira para amortizar o saldo devedor. Ou seja, antes de receber a pensão ou aposentadoria, o valor devido à financeira é retido na fonte, sendo repassado diretamente a ela, sem que o cidadão tenha acesso ao seu pagamento integral. O INSS realiza o pagamento da parcela à instituição.

Desta forma, o Estado contribui para a inserção do Idoso na “sociedade de consumidores”, aumentando seu poder de compra e ampliando suas formas de pagamento.

Neste caso, não há um direcionamento legal para o uso dos recursos, ou seja, o capital não é disponibilizado para que essas pessoas possam comprar e garantir melhores condições de habitação, de saúde ou lazer. Não há um programa de educação financeira que auxilie os aposentados na tomada do crédito de modo que ele possa ter um benefício prático, pelo contrário, muitos deles acabam se endividando e tornando-se inadimplentes<sup>29</sup>.

#### **4.2.1. Histórico do crédito consignado**

O crédito consignado já era permitido pelo Tribunal Superior do Trabalho mesmo antes da Lei nº 10.820, 17 de dezembro de 2003, que regulamenta a concessão do empréstimo com o intuito de diminuir o risco da operação para a instituição financeira. Assim, o trabalhador poderia autorizar o banco, no qual recebia seus pagamentos, a descontar o valor devido pela parcela do empréstimo antes do crédito do referido salário/benefício. Em setembro de 2004, por meio da Lei nº 10.953, o crédito consignado passou a ser oferecido aos aposentados. Uma pesquisa do Ibope, sob encomenda da Associação Brasileira dos Bancos (ABBC) sobre o uso do crédito pelos aposentados mostra que, os recursos do crédito consignado, servem para:

---

<sup>29</sup> Conforme apontam as matérias: <http://bandnewsfmcuritiba.com/2012/07/03/cresce-inadimplencia-entre-idosos-no-pr/>, acesso em 29/01/2013e <http://www.clmais.com.br/infor-macao/45249/>, acessado em 29/01/2013.

1) quitar dívidas, 55%; 2) ajudar a família, 12%; 3) reforma do imóvel, 19%; 4) saúde, 8%; 5) financiar automóvel, 2%; 6) compra de eletrodoméstico, 2%; 7) viagem, 1%; 8) outros, 2%. O valor médio das operações é de R\$ 2.938,90, com prazo médio de 28,11 meses e prestação média de R\$ 166,35. O comprometimento médio do benefício é de 20% (VALOR, São Paulo, 29 ago. 2006, p. C8 apud FREITAS, 2011).

Assim, o Estado acaba por criar mecanismos para diminuir a taxa de juros e aumentar a tomada de crédito por parte dos cidadãos, que nesse momento não passam de consumidores e vão alimentar a lógica do capitalismo, consumindo cada vez mais.

Uma vez que o pagamento da dívida será realizado pela fonte pagadora, o risco da operação diminui. Portanto, as instituições financeiras têm garantia da quitação do empréstimo, gerando um percentual de inadimplência menor e, consequentemente, a cobrança de taxas de juros mais baixas – o empréstimo fica mais atrativo para o consumidor. Fica claro, deste modo, que essa é uma das contribuições do Estado para o aumento do consumismo, de maneira que o crédito e as instituições financeiras são entendidas como facilitadores do consumo, de acordo com Tomás Moulian em *El consumo me consume, a “democratización del crédito”* (MOULIAN, 1998, p.37) visa a expansão do mercado.

#### **4.3. A contribuição dos veículos de comunicação e da publicidade**

Outro agente que atua com o objetivo de alimentar a lógica do consumo são os veículos de comunicação de massa. Segundo Canclini (2002), as comunidades são organizadas pela mídia, a começar pelas relações da pessoa com o espaço físico: a cidade. De maneira que a mídia impressa, o rádio e a televisão alimentam os parâmetros de entendimento da vida humana.

Às vezes, os jornais publicam informações sobre lugares pouco conhecidos, mas com maior frequência, principalmente em fotografias, mostram cenários facilmente identificáveis, que tendem a reproduzir saberes convencionais [...] O rádio propicia a expressão de seus ouvintes em troca do reconhecimento de sua credibilidade. [...] a imprensa, o rádio e a televisão contribuem para reproduzir, mais do que para alterar, a ordem social (CANCLINI, 2002, p. 45-47-50).

Ou seja, é por meio da mídia de massa que o cidadão tem acesso às informações e ao acompanhamento dos acontecimentos. Não só em relação ao

espaço físico, segundo Paul Virilio, “diante do aumento da velocidade de transmissão das imagens, deixamos de observar o mundo e nos contentamos apenas com as imagens” (1993 apud BAITELLO Jr., 2005 b., p. 28). E essa velocidade de transmissão se deve aos meios de comunicação citados acima. Ora, então se observa o mundo por meio das imagens veiculadas nos meios de comunicação, acabamos por construir nossa relação com o mundo também por meio dessas imagens, “a vida imita a arte” e os grandes canais de comunicação ditam as regras sociais e atribuem sentido ao convívio social.

Segundo Guy Debord, vivemos na “sociedade do espetáculo”, onde “o espetáculo é a relação social entre pessoas, mediada por imagens” (2003, p.9), importando a aparência.

A publicidade é a grande ferramenta midiática que propaga a identidade que deve ser seguida para a “pertença”, ou seja, para a inclusão social, ou como as pessoas devem se comportar, agir e quais produtos comprar.

#### **4.4. Fetichismo<sup>30</sup> da Mercadoria – O computador como tabu**

*As mercadorias não podem por si mesmas ir ao mercado e se trocar.*  
Marx

É possível que quase tudo que se queira ter possa ser encontrado em uma loja de departamentos, em um shopping center, em um centro comercial de rua ou até mesmo no comércio eletrônico. As empresas investem constantemente na inovação dos produtos, sendo esta ferramenta fundamental nos negócios: inovar para conquistar mais clientes.

Há, portanto, uma imensa variedade de produtos, criada para alcançar diferentes “consumidores”. São várias cores, tamanhos, formatos, matérias-primas, tudo para atender as expectativas dos clientes e, se possível, superá-las, criando assim “consumidores fiéis”, com os quais querem manter relações de longo prazo. É

---

<sup>30</sup> Fetiche – Feitiço. Objeto de reverência ou devoção extrema ou irracional. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&pala=vra=fetiche>>. Acesso em: 18 ago. 2012.

a cauda longa<sup>31</sup> de Chris Anderson, o mercado de nicho (2006), arranjos mercadológicos que buscam incessantemente por estratégias capazes de escoar a produção, em um círculo vicioso de encontrar pequenos grupos de consumidores e produzir novas mercadorias para eles e vice-versa. Como se a sociedade pudesse devorar tudo que é produzido: “a geração atual não é capaz de consumir uma parte considerável dos produtos (materiais e ideais), que sobre ela se precipitam” (FLUSSER, 1972, p. 35).

Este consumidor acredita realmente devorá-las, sem perceber que são elas, as mercadorias, que o devoram. Segundo Marx, “desvenda-se o caráter alienado de um mundo em que as coisas se movem como pessoas e as pessoas são dominadas pelas coisas que elas próprias criam” (1996, p. 34). O produto devora o consumidor, incluindo-o em uma lógica de viver para o consumo, trabalhar para comprar, se divertir consumindo, crescer e consumir a mercadoria, este objeto encantado, a mola propulsora da sociedade capitalista em que nada é duradouro e tudo tem que ser eliminado, destruído.

Segundo Benjamin, “o caráter destrutivo conhece apenas uma divisa: criar espaço; conhece apenas uma atividade: abrir caminho” (1986, p. 187-188). A mercadoria é destruída para deixar espaço livre que será ocupado por outra, freneticamente, sem parada, em uma velocidade cada vez maior, na medida em que se acelera o processo produtivo, dissemina o consumismo, facilita-se a compra e alimenta-se a lógica do mercado.

Assim, comprar determinado bem passa a ser o sonho, aquele que outrora foi território da cultura, agora se transformou em projetos de aquisição de produtos que tem a incumbência de trazer contigo a felicidade, mesmo que momentânea, mesmo que transitória e superficial. A mercadoria tem poder curativo, sara as angústias e as decepções e, por outro lado, sua ausência faz com que o indivíduo se sinta em déficit, em descrédito perante seu grupo.

Pode ser este o motivo de tantos idosos aposentados continuarem trabalhando em árduas cargas de trabalho, pois somente desta forma se torna

<sup>31</sup> O autor argumenta que o portfólio de produtos oferecidos por uma loja virtual pode ser maior e com menor quantidade uma vez que não há necessidade de estoque, podendo assim atender grupos de consumidores menores, também chamados nichos de mercado.

possível manter o mesmo nível financeiro e, consequentemente, a mesma capacidade de compra.

Neste cenário, alguns objetos são considerados obrigatórios, como atualmente é o caso do computador, apreciado pela grande maioria, ele é, em muitos casos, a mercadoria número um da lista de prioridades, o maior sonho. Devido às imensas possibilidades que oferece, o computador se tornou peça de desejo e quem não o tem e não o domina é excluído, alienado. Inclusive para o Idoso, que está sendo impulsionado e motivado tanto pelo mercado quanto pelas PPs a utilizar esse equipamento como meio de comunicação.

Nesta sociedade de consumo, na era da informação, não ter computador é uma falha, um distúrbio, não há escolha, a alternativa que resta é ter e usar esta máquina, independente de habilidade ou vontade, há apenas que seguir o fluxo, do qual nem mesmo os Idosos podem escapar. O Idoso que usa computador é salvo pela sua magia, resgatado para o “mundo”, deixa de ser obsoleto e se torna informado, antenado, atualizado, porque o que vale é o novo e não o passado.

Para os Idosos, o poder mágico da mercadoria, em especial do computador, é capaz de reverter o que o tempo causou, rejuvenesce o que envelheceu, tanto pelo ocultamento do corpo quanto pela sua modificação, uma vez que o computador possui inúmeros recursos de edição de imagens que podem redesenhar sua aparência.

Um Idoso pode criar um perfil em uma plataforma de tecnológicas que permitem troca de mensagens e, no lugar de sua foto, a colocação da imagem de outra pessoa, mais jovem, mais bela. Ou usar sua própria foto, mas sem rugas, com cabelos escurecidos e um aspecto mais vigoroso. Ambos serão um simulacro da sua imagem.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho foi possível suscitar os impactos da comunicação mediada pelo computador e o surgimento da cultura midiática e do Consumismo, especialmente no que diz respeito à perda da alteridade, da noção real do outro, ou seja, da representação do real, uma vez que o que se vê, pela Internet, será sempre uma reprodução, seja pela imagem fixa ou em movimento, será sempre um retrato do outro, que pode se construir a partir de verdades ou inverdades, pode ser um avatar, espetacularizado de sua própria imagem. Na medida em que não se tem o corpo denunciando todas as fraquezas e defeitos, tudo pode parecer perfeito, como uma imagem de perfil nas plataformas tecnológicas que permitem troca de mensagens. Em especial no caso dos Idosos, toda sua história, presente nas marcas do tempo no corpo, pode ser suprimida na comunicação mediada pelo computador.

Em última instância, a Internet passa a substituir o real – segundo Flusser é, o biombo, por meio do qual o homem vê o mundo. A tecnologia passa a ser o ambiente produtor de sentidos, que antes era criado e partilhado pelo corpo. E por sua rapidez de propagação, atinge um contingente grande de pessoas em curto espaço de tempo, constituindo-se como verdade universal. Por exemplo, na medida em que uma plataforma de banco de dados que possibilita troca de mensagens se populariza, passa a fazer parte da vida das pessoas, que tomam como obrigatória sua atualização diária. E o número de cadastros nessas bases de relacionamento aumenta a cada dia.

No caso dos Idosos não é diferente. Ao participar dessas plataformas, eles se inserem na lógica da informática e, de acordo com pesquisas, sua adesão tem crescido. Ou seja, os Idosos também estão utilizando a Internet como ambiente de comunicação, se isolando em suas casas para conectarem-se ao mundo globalizado. Segundo pesquisas, o tempo de uso da Internet está aumentando.

Ao mesmo tempo em que as políticas públicas resguardam os direitos dos mais velhos, contribuem também para o isolamento do real que a tecnologia provoca. Mesmo antes da Internet já havia milhares de pessoas em volta de uma televisão que nem se quer olhavam para a pessoa que estava ao lado. Ao garantir

ao Idoso o direito de conhecer as novas tecnologias de informação e comunicação, as PPs os incentivam a uma mudança de hábitos de comunicação.

Existe uma linha muito tênue entre o bom e o mal e a Internet, como meio de comunicação, passa a ter desvantagens quando deixa de ser uma ferramenta para ser uma obrigação. Quando um Idoso usa a tecnologia para ampliar sua capacidade e consegue perceber um real benefício ao usá-la, nada é condenável. O problema surge quando ele o faz simplesmente porque todo mundo faz.

O uso da Internet por si pode nada agregar. De acordo com Vicente Romano, “*la soledad e la pérdida de relación son los efectos más evidentes*<sup>32</sup>” (ROMANO, 2001, p. 1) da comunicação mediada pela técnica. A troca de um ambiente de vinculação e de aprendizado pelo uso integrado dos sentidos por um ambiente de conexão, cuja ligação se dá pela máquina e não pela vivência pode levar ao isolamento.

O que em uma análise superficial parece atraente, uma vez que a vivência social é um desafio para a humanidade, aceitar e conviver com o diferente, com o inusitado espírito humano – com os defeitos do outro – exige habilidades nem sempre bem desenvolvidas em grande parte das pessoas. Assim, parece mais fácil poder conhecer muitas pessoas sem de fato conviver com elas, ou seja, ter muitos colegas e não ter que conviver com eles.

Por fim, as políticas públicas voltadas para os Idosos contribuem de maneira assistencial para a Inclusão Digital desse grupo promovendo cursos de computação e programas de incentivo à atualização e novos aprendizados. Até mesmo nas campanhas institucionais dos órgãos e empresas públicas percebe-se um estímulo ao uso das TICs como meio de comunicação. Recentemente, por exemplo, a AES Eletropaulo<sup>33</sup> lançou uma campanha para uso da Internet pelo celular para solicitação de serviços, protagonizada por um senhor de idade, que alega utilizar o celular para solicitar segunda via da conta de luz<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> A solidão e a perda de relação são os efeitos mais evidentes. Tradução da autora.

<sup>33</sup> Concessionária de distribuição de energia elétrica do Brasil.

<sup>34</sup> Propaganda veiculada na semana de 03 a 07 de dezembro de 2012 por volta de 18h na Rede Globo.

Além do uso das TICs, as políticas públicas fazem menção à participação dos Idosos na cultura brasileira e, como foi visto, há um distanciamento conceitual do que é proposto nas leis e a definição de Ivan Bystrina. Segundo o autor, cultura é um ambiente simbólico que irá permear as relações de um grupo de indivíduos, é uma construção espontânea e, para as PPs, a cultura fica restrita ao entretenimento, teatro, música etc., ou seja, ao produto cultural.

O caráter de espontaneidade da cultura não se enquadra dentro de leis governamentais – deveria, em última instância, ser livre e “natural”, não imposta em regulamentações de cunho político.

Este distanciamento é recorrente quanto ao entendimento de comunicação que, a partir das teorias, ganha sentido amplo de vinculação, troca, partilha e, do ponto de vista da legislação, passa a significar informação, ou mais precisamente, ter acesso às informações, o que não representa uma vivência comunicacional, mas está mais próximo do conceito de informar (pôr em forma), ou seja, construir cidadãos consumidores e devoradores de notícias e mercadorias, que não possuem senso crítico, nem capacidade analítica e não conseguem entender sua real relação com seu grupo social.

Outra discussão, que não é abordada nas PPs, se refere à qualidade, validade e utilidade da informação. Uma vez que as leis defendem que o Idoso tem o direito de acesso às informações, deveria ser discutido também se elas irão agregar algum conhecimento, se terão alguma serventia, se são informações de qualidade, se esse velho(a) terá algum benefício ao receber essa informação. Mas, pelo contrário, um vasto conteúdo é distribuído pela web, muitas vezes informações inúteis.

Como comprova o relatório do Google<sup>35</sup> em 2011, o termo mais pesquisado foi *Facebook* seguido por *BBB11* (um reality show da Rede Globo de Televisão), sugerindo que a maioria das buscas na web é para entretenimento e não para aprendizado ou pesquisas escolares (UOL, 2011). Conteúdo sem conteúdo, apenas uma massa de palavras que não agregam conhecimento algum.

---

<sup>35</sup> Uma das maiores ferramentas de busca na Internet.

Ainda assim, a Lei nº 10.741, de 2003, entende que faz parte dos direitos à educação que os Idosos tenham acesso às TICs para sua integração à vida moderna. Percebe-se que de fato, todos têm o direito de participar harmoniosamente da vida moderna, o que se propõe é que essa participação traga benefícios reais para a vida desse Idoso, que amplie sua capacidade produtiva, que traga oportunidade para melhoria de sua qualidade de vida, que o reinsira na sociedade como um cidadão e não como um mero consumidor, que compra um computador e paga a mensalidade de um provedor de acesso à Internet.

Pois, deste modo, as PPs acabam por reforçar a cultura midiática, que torna o computador uma mercadoria obrigatória, mostra inúmeras vantagens da sua utilização, mas não permite que o Idoso avalie se essas vantagens se aplicam a sua realidade, ou se irão de alguma maneira contribuir para sua interação real com a sociedade.

Assim, as leis acabam por contribuir com o entendimento da tecnologia como um “facilitador mágico”. Partindo do princípio que ela é boa para todos, que todos terão acesso às informações do mundo, que todas as pessoas poderão se “relacionar” a distância, ou seja, que a tecnologia pode fazer o que um indivíduo não pode, ela ganha características de um mito.

Entende-se, portanto, que as políticas públicas voltadas para o Idoso possuem um caráter terapêutico, ou seja, de remediar um problema que é real, ou seja, assistencial. O Idoso, no Brasil, é um grupo social discriminado, grande parte composta por analfabetos, que têm dificuldades para se habituar ao avanço tecnológico. Embora essas não sejam características de todo grupo, pode ser do perfil desenhado pelas leis, a quem o governo busca assistir. Mas percebe-se, por outro lado, que até mesmo aqueles com esse perfil, muitas vezes não sabem da existência da lei e nem por isso deixam de participar ativamente da preservação de sua cultura como, por exemplo, em festas e rituais realizados em cidades do interior do país, em que a participação dos mais velhos é fundamental para a realização e manutenção da cultura.

Em muitos desses lugares não existe nem o sinal da Internet, nem por isso os Idosos deixam de participar ativamente da sociedade. Ou seja, a inclusão social do Idoso não está vinculada à tecnologia. Em pequenas cidades do interior, onde não

há cabeamento para instalação da rede de computadores, os Idosos continuam trabalhando e participando dos rituais e da cultura do seu grupo, ocupando seu papel e status dentro de sua sociedade.

Os direitos dos Idosos não deveriam ser diferentes dos direitos dos outros. Deveriam ser tratados em nível de igualdade, entendidos como cidadãos e valorizados por tudo que construíram ao longo de sua vida. As Políticas Públicas poderiam contribuir para a valorização do Idoso nesta sociedade, e incentivar a criação de ferramentas tecnológicas que aumentassem suas capacidades comunicativas que, conforme foi visto, são impactadas negativamente pelo tempo. E o computador passaria a ser um instrumento pelo qual o Idoso pudesse de fato participar ativamente da vida social, não só como um perfil, mas como um cidadão atuante.

Há, também, uma incoerência entre o desenho de Idoso proposto pelas leis brasileiras, que ignora a história desse grupo social, seu papel nesta sociedade, suas conquistas históricas e outras características que lhes conferem um caráter heterogêneo e os considera como um grupo carente de assistencialismo.

Sendo assim, as PPs deixam lacunas ao referenciarem-se ao Idoso, sem considerar as diferenças regionais, de estilo de vida, capacidade financeira, de gerações (uma vez que o Idoso de 60 anos é tratado da mesma forma que aquele que tem 95 anos), com uma possível preocupação em inseri-los dentro de uma lógica de consumo – guiada pela tecnologia que contribui para sua inserção na lógica informática no Brasil.

Conclui-se que as Políticas Públicas contribuem para a inserção do Idoso na lógica informática e que são incentivadoras do usos das TICs por este grupo social, reforçando assim a cultura midiática e o consumismo.

Ou seja, as leis associadas aos veículos de comunicação em massa contribuem para o fortalecimento da cultura midiática, isto é, da cultura definida e difundida pelos canais eletrônicos de comunicação que por sua vez reforçam o uso da tecnologia como meio de integração social e a abolição (ou boicote por meio de programas de edição de imagem) do corpo real.

A cultura midiática está intimamente relacionada ao consumismo, ou à sociedade de consumo, na qual os veículos de comunicação se tornam, por meio da propaganda e publicidade, escoantes de mercadorias produzidas em nome do Capitalismo e da mercantilização de tudo: do sonho, do tempo e das pessoas, em que o sonho da casa própria, p.e., passa a ser um projeto de apartamento de uma grande empresa da construção civil, a quantidade de visualizações em uma página de Internet passa a ser o indicador de quando um anuncio irá custar, e, os cidadãos passam a ser indivíduos com poder de compra, respectivamente.

Neste cenário o computador passa a ser uma mercadoria de desejo, com apoio do Estado e do mercado que atuam juntos para fortalecer o uso da Mídia Terciária como meio de comunicação e os Idoso passam a compor um grupo de compradores – um nicho de mercado.

## REFERÊNCIAS

- ALASSE, L. **Quais são os hábitos da terceira idade na internet?** São Paulo: Mundo do Marketing, 2012. Disponível em: <<http://mundodomarketing.com.br/reportagens/comportamento-do-consumidor/23306/quais-sao-os-habitos-da-terceira-idade-na-internet-.html>>. Acesso em: 28 mar. 2012.
- ANDERS, G. **O mundo como espectro e como matriz.** 2007. Disponível em: [http://www.antroposmoderno.com/antro-articulo.php?id\\_articulo=1063](http://www.antroposmoderno.com/antro-articulo.php?id_articulo=1063). Acesso em: 23 jul. 2012.
- ANDERSON, C. **A cauda longa:** Do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ARENDT, H. **A condição humana.** 10<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Florense Universitária, 2007.
- BAITELLO Jr., N. **Com sonhos, homem alcança a imortalidade.** São Paulo: Jornal Estado de São Paulo, 1997.
- \_\_\_\_\_. **O tempo virtual** – o sonho da eternidade. São Paulo. Texto de apresentação do Seminário “A Explosão da Informação”, ocorrido de 26 a 28 de agosto de 1997, no auditório SESC Paulista, 1997b.
- \_\_\_\_\_. **Comunicação, mídia e cultura.** São Paulo: Perspectiva, 1998. Disponível em: <[http://www.seade.gov.br/produtos/spps/v12n04/v12n04\\_02.pdf](http://www.seade.gov.br/produtos/spps/v12n04/v12n04_02.pdf)>. Acesso em: 09 set. 2011.
- \_\_\_\_\_. **O animal que parou os relógios:** ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1999.
- \_\_\_\_\_. **As imagens que nos devoram. Antropofagia e Iconofagia.** Encontro Imagem e Violência São Paulo, 2000. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/pt/biblioteca/viewdownload/7-baitello-junior-norval/5-as-imagens-que-nos-devoram-antropofagia-e-iconofagia.html>>. Acesso em: 21 nov. 2011.
- \_\_\_\_\_. **O tempo lento e o espaço nulo.** Mídia primária, secundária e terciária. In: Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/pt/biblioteca/viewdownload/7-textos-de-norval-baitello-junior/10-o-tempo-lento-e-o-espaco-nulo-midia-primaria-secundaria-e-terciaria.html>>. Acesso em: 09 set. 2011.

\_\_\_\_\_. **As Irmãs gêmeas: Comunicação e Incomunicação.** Os meios da incomunicação. Jornal Tribuna do Norte, 2002. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/pt/biblioteca/viewdownload/7-baitello-junior-norval/6-as-irmas-gemeas-comunicacao-e-incomunicacao.html>. Acesso em: 06 mai. 2012.

\_\_\_\_\_. **A era da iconofagia.** São Paulo: ed. Hacker, 2005.

\_\_\_\_\_. (org) **Os meios da Incomunicação,** São Paulo, Annablume, 2005.

\_\_\_\_\_. Vilém Flusser e a terceira catástrofe do homem ou as dores do espaço, a fotografia e o vento. IN: KONDO, K.; SUGA, K. (Orgs.). **How to talk to photography.** Tokyo: Kokushokankokai, 2005. Disponível em: < <http://www.flusserstudies.net>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

\_\_\_\_\_. Corpo e imagem: comunicação, ambientes, vínculos. In: RODRIGUES, David (Org.). **Os Valores e as Atividades Corporais.** São Paulo: Summus, 2008.

\_\_\_\_\_. **A serpente, a maçã e o holograma:** esboços para uma Teoria da Mídia. São Paulo: Paulus, 2010.

BARBROOK, Richard. **Futuros imaginários:** das máquinas pensantes à aldeia global. São Paulo: Peirópolis, 2009.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadorias; tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

\_\_\_\_\_. A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas; tradução José Gardel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BENJAMIN, W. **O caráter destrutivo.** In: Documentos de cultura, documentos de barbárie: escritos escolhidos. Seleção e apresentação WilliBolle; tradução Celeste H.M. Ribeiro de Sousa (et al.). São Paulo, Cultrix/Edusp, 1986. Páginas 187-188. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/pt/biblioteca/viewdownload/13-benjamin-walter/40-o-carater-destrutivo.html>>. Acesso em: 06 mai. 2012.

BRASIL. **Lei nº 8.842, de 04 de janeiro de 1994.** Disponível em: <<http://www.pge.sp.gov.br/centrodeestudos/bibliotecavirtual/dh/volume%20i/idosolei8842.htm>>. Acesso em: 02 set. 2011.

\_\_\_\_\_. **Decreto-lei nº 1.948, de 03 de julho de 1996.** Disponível em: <<http://www.sedh.gov.br/clientes/sedh/sedh/conselho/idoso/legislacao>>. Acesso em 05 ago. 2012.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003.** Disponível em: <<http://www.sedh.gov.br/clientes/sedh/sedh/conselho/idoso/legislacao>>. Acesso em: 05 ago. /08/2012.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 10.953, de 27 de setembro de 2004.** Disponível em: <http://www010.datasprev.gov.br/sislex/paginas/42/2004/10953.htm>. Acesso em: 04 jun. 2011.

**BYSTRINA, I. Alguns conceitos semióticos e suas fontes.** PUC SP, 1990

\_\_\_\_\_. **Tópicos da semiótica da cultura.** Pré-print. Tradução Norval Baitello Jr. e Sônia Castino. São Paulo: PUC-SP, 1995.

CANCLINI, N. G. Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação. In: **Opinião Pública**, Campinas, vol. VIII n.1, 2002.

\_\_\_\_\_. **Consumidores e Cidadãos.** 6ª ed. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2006.

CARDOSO, R. (org.). **O mundo codificado:** por uma filosofia da comunicação. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

CAZELOTO, E. **Monocultura Informática:** A voracidade dos chips. São Paulo: Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia, 2009. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/revista/ghrehb/index.php?journal=ghrehb&page=article&op=viewArticle&path%5B%5D=54>>. Acesso em: 09 set. 2011.

CORREA, M. R. **Cartografias do envelhecimento na contemporaneidade:** velhice e terceira idade. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

COSTA, J. F. **O vestígio e a aura.** Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

DA COSTA, L. (org.). **Atlas do Esporte no Brasil.** Rio de Janeiro: CONFEF, 2006. Disponível em: <<http://www.atlasesportebrazil.org.br/textos/67.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2011.

DEBERT, G. G. A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. In: **Velhice ou Terceira idade?** Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política. Rio de Janeiro, Editora Fundação Getúlio Vargas, 1998.

DEBORD, G. **Sociedade do Espetáculo.** eBooks.com, 2003.

ENZENSBERGER, Hans-Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

ESTADO DE SÃO PAULO. **Expectativa de vida no Brasil passa de 73,2 anos, diz IBGE. 2010.** Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,expectativa-de-vida-no-brasil-passa-a-732-anos-diz-ibge,647908,0.htm>>. Acesso em: 09 set. 2011.

FLUSSER, V. **A consumidora consumida** (isto é: a mulher vista pela sociedade que a faz consumir e que a consome). Rio de Janeiro: Revista Comentário, 1972.

\_\_\_\_\_. **Filosofia da caixa preta.** Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Editora Hucitec, 1985.

FREITAS, N. **Crédito Consignado.** Disponível em: <<http://www.newton.freitas.nom.br/artigos.asp?cod=139>>. Acesso em: 04 jun. 2011.

FREUD, S. **A interpretação dos sonhos.** Vol. 4. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

GEIB, L. T. C. et al. **Sono e envelhecimento.** Revista de Psiquiatria do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, p. 453 – 465, set/dez. 2003.

HABERMAS, J. **Mudança Estrutural da Esfera Pública.** Rio de Janeiro: Tempo Universitário, 1984.

HAROCHE, C. **Maneiras de ser, maneiras de sentir do indivíduo hipermoderno.** Rio de Janeiro: Ágora, v. VII n. 2, 2004.

HEILMAIR, A.F. **O conceito de imagem técnica na comunicologia de Vilém Flusser.** 2012. 146 f. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens.** 4ª Ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Perfil dos idosos responsáveis pelos domicílios no Brasil 2000.** Rio de Janeiro: IBGE, 2002.

\_\_\_\_\_. **Censo Demográfico 2010.** Características da população e dos domicílios. Resultados do Universo. Rio de Janeiro: 2011.

KAMPER, D. Corpo. In: **Cosmo, Corpo, Cultura**. Enciclopédia Antropológica. A cura de ChristophWulf. Ed. Mondadori. Milano. Itália. 2002.

LYOTARD, J. F. **O pós-moderno**. Trad. Ricardo Corrêa Barbosa. 3<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1988.

LONGHI, C. Reis. A devoração da condição humana e o vazio da esfera pública. In: **Comunicação e Devoração**. Revista GHREBH-, São Paulo, v. 1, nº 14, 2009.

LORENZ, K. **Os oito pecados da civilização**. Tradução Óscar de Lis. Santiago de Compostela – Galiza: Editora Humana, 2009.

MARX, K. **O capital**. Crítica da economia política. Vol. 1. Tradução Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

MENEZES, J. E. de O. Incomunicação e Mídia. In: **Os meios da incomunicação**. NorvalBaitello Jr. Malena Segura Contrera e Menezes (org.). Anablume, 2005. São Paulo.

\_\_\_\_\_. Comunicação, espaço e tempo: Vilém Flusser e os processos de vinculação. In: **Comunicação Mídia e Consumo**. Vol. 6. São Paulo, 2009.

MOULIAN, T. **El consumo me consume**. Santiago do Chile, LomEdiciones, 1998.

REVISTA VEJA. **Vovô está on-line**. São Paulo: Abril, 2011. Edição 2218, ano 44, nº 21 de 25/05/2011.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **Expectativa de vida no Brasil passa de 73,2 anos, diz IBGE**. 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,expectativa-de-vida-no-brasil-passa-a-732-anos-diz-ibge,647908,0.htm>>. Acesso em: 09 set. 2011.

PORTAL Globo.com. **Festa do divino pai eterno atrai romeiros em Trindade Goiás**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/goias/noticia/2012/03/festa-do-divino-pai-eterno-atrai-romeiros-trindade-em-goias.html>>. Acesso em: 08 dez. 2012

ROMANO, V. *Ecología de la comunicación*. In: **Filosofía, Política y Economía en el Laberinto**. 2001. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/pt/notcisc/83-palestra-com-dr-victor-silva-echeto-na-casper-libero.html>>. Acesso em: 09 set. 2011.

\_\_\_\_\_. *La intoxicación lingüística: El uso perverso de la lengua*. Caracas – Venezuela: Fundación Editorial el perro y larana, 2008

Saraiva, 2009 – Sínteses Organizadas Savaira, nº 28 – 2009. Título: **Estatuto do Idoso**, autor: Vitor Kümpel. São Paulo.

SIMMEL, G. **Filosofia do amor**. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1993.

SIMÕES, R. **Corporeidade e Terceira Idade**: a marginalização do corpo idoso. 3<sup>a</sup> ed. Piracicaba: editora UNIMEP, 1998.

SLOTERDIJK, P. **Regras para o parque humano**: uma resposta à carta de Heidegger sobre o humanismo; Tradução de José Oscar de Almeida Marques. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.

TONI, P. M. de. et al. **Etiologia Humana**: o exemplo do apego. São Paulo: Psico USF v. 9, n. 1, 2004.

UOL. **População adulta foi a que mais cresceu na última década**. 2011. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/2011/04/29/populacao-adulta-foi-a-que-mais-cresceu-na-ultima-decada.jhtm>>. Acesso em: 02 set. 2011.

UOL. **Assuntos mais buscados no google 2011**. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2011/12/15/saiba-quais-foram-os-assuntos-mais-buscados-no-google-em-2011>. Acesso em: 08 dez. 2012.

UOL. **Entre 2009 e 2010, número de usuários acima de 65 anos cresceu 100% nas redes sociais**. 2010. Disponível em: <[http://olhardigital.uol.com.br/produtos/digital\\_news/entre-2009-e-2010-numero-de-usuarios-acima-de-65-anos-cresceu-100-nas-redes-sociais](http://olhardigital.uol.com.br/produtos/digital_news/entre-2009-e-2010-numero-de-usuarios-acima-de-65-anos-cresceu-100-nas-redes-sociais)>. Acesso em: 02 set. 2011.

WEISZFLOG, W. (Ed.) **Michaelis: Moderno Dicionário da Língua Portuguesa**. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2007. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br>>. Acesso em: 18 ago. 2012.

WINKING, I. **A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo**. Tradução de Roberto Leal Ferreira. São Paulo: Papirus, 1998.

## ANEXOS

### **ANEXO A – Lei nº 8.842, de 1994. Dispõe sobre a Política Nacional do Idoso, cria o Conselho Nacional do Idoso e dá outras providências – recorte de pontos relevantes.**

Artigo 1º - A Política Nacional do Idoso tem por objetivo assegurar os direitos sociais do idoso, criando condições para promover sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade.

Artigo 2º - Considera-se idoso, para os efeitos desta Lei, a pessoa maior de sessenta anos de idade.

#### SEÇÃO I

Artigo 3º - A Política Nacional do Idoso reger-se-á pelos seguintes princípios:

I - a família, a sociedade e o estado têm o dever de assegurar ao idoso todos os direitos da cidadania, garantindo sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade, bem-estar e o direito à vida;

II - o processo de envelhecimento diz respeito à sociedade em geral, devendo ser objeto de conhecimento e informação para todos;

#### SEÇÃO II

##### Das Diretrizes

I - viabilização de formas alternativas de participação, ocupação e convívio do idoso, que proporcionem sua integração às demais gerações;

#### CAPÍTULO IV

##### Das Ações Governamentais

VII - na área de cultura, esporte e lazer:

a) garantir ao idoso a participação no processo de produção, reelaboração e fruição dos bens culturais;

b) propiciar ao idoso o acesso aos locais e eventos culturais, mediante preços reduzidos, em âmbito nacional;

c) incentivar os movimentos de idosos a desenvolver atividades culturais;

- d) valorizar o registro da memória e a transmissão de informações e habilidades do idoso aos mais jovens, como meio de garantir a continuidade e a identidade cultural;
- e) incentivar e criar programas de lazer, esporte e atividades físicas que proporcionem a melhoria da qualidade de vida do idoso e estimulem sua participação na comunidade.

§ 1º - É assegurado ao idoso o direito de dispor de seus bens, proventos, pensões e benefícios, salvo nos casos de incapacidade judicialmente comprovada.

**ANEXO B – Decreto nº 1.948, de 1996. Regulamenta a Lei nº 8.842, de 1994, que dispõe sobre a Política Nacional do Idoso, e dá outras providências – recorte de pontos relevantes .**

Art. 12. Ao Ministério da Cultura compete, em conjunto com seus órgãos e entidades vinculadas, criar programa de âmbito nacional, visando à:

I - garantir ao idoso a participação no processo de produção, reelaboração e fruição dos bens culturais;

II - propiciar ao idoso o acesso aos locais e eventos culturais, mediante preços reduzidos;

III - valorizar o registro da memória e a transmissão de informações e habilidades do idoso aos mais jovens, como meio de garantir a continuidade e a identidade cultural;

IV - incentivar os movimentos de idosos a desenvolver atividades culturais.

Parágrafo único. Às entidades vinculadas do Ministério da Cultura, no âmbito de suas respectivas áreas afins, compete à implementação de atividades específicas, conjugadas à Política Nacional do Idoso.

**ANEXO C – Lei nº 10.741, de 2003. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências – recorte de pontos relevantes.**

Título I  
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º É instituído o Estatuto do Idoso, destinado a regular os direitos assegurados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos.

Art. 3º É obrigação da família, da comunidade, da sociedade e do Poder Público assegurar ao idoso, com absoluta prioridade, a efetivação do direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, à cultura, ao esporte, ao lazer, ao trabalho, à cidadania, à liberdade, à dignidade, ao respeito e à convivência familiar e comunitária.

Art. 20. O idoso tem direito a educação, cultura, esporte, lazer, diversões, espetáculos, produtos e serviços que respeitem sua peculiar condição de idade.

## CAPÍTULO V DA EDUCAÇÃO, CULTURA, ESPORTE E LAZER

Art. 21. O Poder Público criará oportunidades de acesso do idoso à educação, adequando currículos, metodologias e material didático aos programas educacionais a ele destinados.

§ 1º Os cursos especiais para idosos incluirão conteúdo relativo às técnicas de comunicação, computação e demais avanços tecnológicos, para sua integração à vida moderna.

§ 2º Os idosos participarão das comemorações de caráter cívico ou cultural, para transmissão de conhecimentos e vivências às demais gerações, no sentido da preservação da memória e da identidade culturais.

Art. 23. A participação dos idosos em atividades culturais e de lazer será proporcionada mediante descontos de pelo menos 50% (cinquenta por cento) nos ingressos para eventos artísticos, culturais, esportivos e de lazer, bem como o acesso preferencial aos respectivos locais.

Art. 24. Os meios de comunicação manterão espaços ou horários especiais voltados aos idosos, com finalidade informativa, educativa, artística e cultural, e ao público sobre o processo de envelhecimento.

Art. 25. O Poder Público apoiará a criação de universidade aberta para as pessoas idosas e incentivará a publicação de livros e periódicos, de conteúdo e padrão editorial adequados ao idoso, que facilitem a leitura, considerada a natural redução da capacidade visual.

## Título IV DA POLÍTICA DE ATENDIMENTO AO IDOSO CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

VI - mobilização da opinião pública no sentido da participação dos diversos segmentos da sociedade no atendimento do idoso.

**ANEXO D – Lei nº 10.953, de 2004. Altera o artigo 6º da Lei nº 10.820, de 17 de dezembro de 2003, que dispõe sobre autorização para desconto de prestações em folha de pagamento – recorte de pontos relevantes.**

Art. 6º Os titulares de benefícios de aposentadoria e pensão do Regime Geral de Previdência Social poderão autorizar o Instituto Nacional do Seguro Social – INSS a proceder aos descontos referidos no art. 1º desta Lei, bem como autorizar, de forma irrevogável e irretratável, que a instituição financeira na qual recebam seus benefícios retenha, para fins de amortização, valores referentes ao pagamento mensal de empréstimos, financiamentos e operações de arrendamento mercantil por ela concedidos, quando previstos em contrato, nas condições estabelecidas em regulamento, observadas as normas editadas pelo INSS.