



A violência e a velhice na mídia¹

Beltrina Côrte²

Docente da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

Mayra Rodrigues Gomes³

Docente da Escola de Comunicações e Artes - Departamento de Jornalismo da USP

Resumo

Este trabalho tenta pensar a rubrica “idoso”, enquanto representação social, sob o aspecto de um forçamento de campo constituído no jogo entre as palavras e as coisas. Tenta mostrar os caminhos já desenhados por uma enunciação que precede outras possíveis coalizões de significados e as correspondentes identidades sociais. Tenta analisar o discurso sobre a velhice e a violência contra o idoso que a mídia foi criando para si por meio das narrativas sobre a representação de uma identidade genérica de velho.

Palavras-chave: representação social; identidade; discursos; violência; velhice

Algumas cenas da violência narrativa

1. Programa Datena, de 20 de abril de 2003. Alguns profissionais da área da Gerontologia foram convidados a participar do programa Datena, na TV Bandeirantes, no qual seria abordado o tema do envelhecimento. Ao julgarem que esse programa poderia ajudar a construir uma outra imagem da velhice, alguns se dispuseram a participar. Contudo, o que ocorreu foi a utilização sensacionalista e tendenciosa de depoimentos e fatos envolvendo situações de abandono e violência dos idosos. É isso que dá ibope. Falar de uma velhice mais digna e feliz, não dá para falar: "me chama que eu vou!". O programa, que durou 1h30, não abordou seriamente as questões que envolvem o envelhecimento, e mostrou mais uma vez que a mídia não contribui para mudar a visão que se tem da velhice. Pelo contrário, ela vem reforçando uma cultura que encara de forma preconceituosa o processo de envelhecimento. E ao explorar a imagem sensacionalista de algumas formas da velhice, absolutiza a miséria humana, fazendo dela mais uma mercadoria que tem como único objetivo segurar o ibope.

2. Novela "Mulheres Apaixonadas". A novela, de Manoel Carlos levada ao ar pela TV Globo em 2003, mostrou ao Brasil como os idosos podem ser mal tratados mesmo sob o teto de famílias de classe média. Para alguns ela foi a alavanca para a aprovação do Estatuto do Idoso, que ficou cinco anos parado no Congresso Nacional e que só voltou a “andar” depois da exibição de maus-tratos sofridos pelo casal de velhos. Oswaldo Louzada e Carmen Silva,

¹ Trabalho apresentado ao NP Comunicação para a cidadania, do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Encontro dos Núcleos de Pesquisa.

² Professora do Programa de Estudos Pós-Graduados em Gerontologia da PUC-SP e pós-doutoranda na Escola de Comunicações e Artes da USP. Coordenadora executiva do web site www.portaldoenvelhecimento.net. Líder do Grupo de Pesquisa: Longevidade, Envelhecimento e Comunicação, da PUC-SP e editora da revista Kairós-Gerontologia. E-mail: beltrina@uol.com.br

³ Professora Doutora, Livre Docente, do Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA/USP. Núcleo de Estudos Jornalismo e Linguagem: Ciências da Linguagem e Mídia. Pesquisadora dos Grupos de Pesquisa: A Cena Paulista - estudo da produção cultural paulista de 1930 a 1970, a partir do Arquivo Miroel Silveira, e Grupo de Estudos em Linguagem e Mídia (Núcleo de Estudos em Jornalismo e Linguagem). E-mail: mayra@sdev.com



interpretavam pais de Marcos Caruso, que, por sua vez, interpretava o papel de um filho que decidiu cuidar de seus pais até o fim da vida e que teve de enfrentar a incompreensão de uma filha moça que olhava os avós como um insuportável estorvo dentro de casa. Nos dias que se seguiram ao capítulo da novela em que foi citada a existência de um projeto de lei do Estatuto, o setor de atendimento do Senado recebeu 25 mil ligações. Sabedor de que as novelas são um canal para expor os problemas do país na pauta do dia, o autor da novela mostrou para o país a realidade doméstica, que pais e avós vêm se transformando na contemporaneidade em reféns de todo tipo de abusos em seus próprios lares.

3. Idosos na “telinha”: investigação da velhice em campanhas publicitárias televisivas. Pesquisa feita por Buratti (2004) sobre comerciais (SBT, Globo e Record), em SP, gravados durante 4 meses (20/04/2003 a 22/08/2003) e por três horas diárias, no período noturno, e horário nobre em épocas que abrangiam Dia das mães, Namorados e Pais. Foram gravados 5.304 comerciais, dos quais os idosos apareceram em 55 deles, mas apenas 38 foram significativas para a pesquisa. Destes, foram encontrados 16 tipos de atividade exercida pelos idosos, sendo a “do lar” a mais associada à mulher. Dos produtos anunciados, o mais frequente foi a veiculação de idéias e conceitos. Os homens velhos apareciam como testemunhos de princípios e valores prezados pela sociedade via a circulação de produtos para outros grupos etários, como bancos, cartões de crédito, carros, telecomunicações e móveis. Já as mulheres idosas estavam relacionadas a alimentos, bebidas, produtos de limpeza e eletrodomésticos. A autora da pesquisa observa que as propagandas sugerem novas possibilidades de ser e de viver a velhice, ao não reproduzir o estereótipo da velhice estigmatizada. Os comerciais veiculam idosos diversos, ativos, inseridos, partícipes e independentes. A aposentadoria, que socialmente é vista como depressão e isolamento, nas propagandas é vista como possibilidade de viver o tempo do não trabalho com despreocupação e realização. Isto é, não só como perdas. A imagem do desgaste e decadência biopsíquicos caminha ao lado de outro modelo: o da velhice saudável e bem sucedida. A doença é colocada como uma realidade, mas não como característica particular e específica deste momento da vida. O que chamou a atenção de Buratti, é que muitas propagandas veiculam a valorização da experiência dos idosos, que aparece sob a forma de memórias, narrativas de histórias de vida e de sua socialização. Experiências que começam a ser reconhecidas e valorizadas, envolvendo-os em uma aura de confiabilidade, qualificando-os para uma relação junto aos mais jovens. Os idosos aparecem receptivos às mudanças, aprendem e aceitam a maneira moderna de viver, assimilam novos hábitos e vocabulários. Nos comerciais a velhice não é homogênea. As propagandas dão uma visibilidade maior para a velhice e os velhos em suas singularidades.

4. O envelhecimento na sociedade e nos meios de comunicação. Nesta pesquisa, Stepansky (2000) trata do idoso recriado na propaganda: envelhecimento, velhice e idoso são tratados como representações, comportamentos, e não como determinação biológica. Segundo a autora, a mídia reflete o idoso refém de asilos genocidas, abandonados pelas famílias, expulsos do paraíso prometido pela ciência e pelo consumo, além de omitir a divulgação das causas reais da fragilização do sistema público de previdência e abrir espaços às falsas soluções com reformas privatizantes. A autora também reflete sobre as imagens do novo idoso, transformado em consumidor juvenilizado e feliz, que a previdência privada torna possível. No discurso narrativo, observa que nas propagandas a velhice opõe-se a progresso, à tecnologia e a movimento: “Acessar internet já é tão simples que até alguns idosos podem fazê-lo”. Os temas mais comumente associados a esta faixa etária, são: tradição, hospitalidade, carinho, ternura, economia, experiência, longevidade. Assim, a propaganda cria a utopia da velhice, critica a velhice real e propõe outra velhice – a que o consumo permitiria. Cindindo corpo e imagem, cria um idoso sem história e sem memória. Já nas novelas, os idosos são frequentemente caricatos e seus personagens são secundários.

5. ¿Qué imagen de los ancianos muestra la televisión? A psicóloga e mestre em Gerontologia, Laura Bosque, pesquisou 29 programas sobre a imagem da velhice na televisão Argentina durante a década de 90: novelas, noticiários, programas femininos, de saúde. Ao final de sua



pesquisa concluiu que pouco se falava dos velhos na tevê, embora eles apareçam mais do que se imaginava, mas com uma imagem negativa. Segundo ela, a tevê aberta argentina mostra corpos velhos muitas vezes representados por corpos jovens, estabelecendo uma forma de comunicação com o segmento idoso a partir dos estereótipos da velhice. Ela observou que o velho sempre aparece como aquele que está desatualizado intelectualmente e que tem dificuldade de aprender coisas novas. Por isso mesmo, eles não aparecem como fonte para os próprios meios de comunicação. A voz sempre é de outro, e nunca a do idoso propriamente dito. No entanto, ela observou que os velhos aparecem mais do que se pensava, especialmente nas novelas e em programas de ficção, gêneros que têm tomado cuidado com a construção da imagem do velho. Na mídia em geral os velhos aparecem mais até porque são vítimas da violência. Segundo a pesquisadora, a maior violência que a tevê aberta argentina comete é não reconhecer que o envelhecimento é um processo, um processo pessoal e, portanto, diferente para cada um.

6. A cobertura do envelhecimento na imprensa paulista. Para apreender a noção de envelhecimento no discurso jornalístico como parte de algo que o transcende, o grupo de pesquisa Longevidade, Envelhecimento e Comunicação (LEC)⁴, da PUC-SP, recortou notícias durante os meses de junho, julho e agosto de 2004, no universo dos escritos dos jornais de São Paulo⁵, identificando 994 recortes relacionados à temática envelhecimento. No jornal *O Estado de S. Paulo* foram encontradas 463 notícias (46,58%), no *Jornal da Tarde* 362 (36,42%), na *Folha de S. Paulo* 99 (9,96%) e no *Valor Econômico* 70 (7,04%). Desse total, 82 notícias se referiam à violência, representando 8%, sendo que 17 (20,73%) eram título de capa e/ou editoria e 74 recortes tinham como protagonistas personagens comuns. Essas notícias, a maioria sensacionalistas, se referiam principalmente a maus-tratos e homicídios de idosos cometidos por familiares.

7. Da violência revelada...violência silenciada: um estudo etnográfico sobre violência doméstica contra o idoso. Estudo feito em delegacias de polícia de Ribeirão Preto, Instituto Médico Legal e às casas dos velhos sob ameaça de agressores, para compreender como nasce a violência e por que ela floresce entre as famílias brasileiras. Menezes (1999), constatou que as principais vítimas eram mulheres e os principais agressores eram os filhos homens. A maioria dos idosos não dependia financeiramente dos seus agressores, tinha filhos, morava em casa própria e ainda assim sofria maus-tratos até dos filhos que não ocupavam a mesma residência. Para ela, a violência doméstica resulta de um modelo cultural em que a estética é supervalorizada, em detrimento da velhice.

8. O “velho” na publicidade brasileira. Pesquisa realizada sobre a análise do discurso publicitário das revistas *Cláudia* e *Veja*, desde a década de 1960 até a virada do milênio. Ao trabalhar conceitos e caracterizações da velhice, a autora (Vasconcelos, 2001) reflete sobre os mitos que a sociedade tem construído e perpetuado a respeito do velho, constatando que no início da década, o Brasil tratava o velho com indiferença e só com a descoberta de um potencial consumidor é que o mesmo ganhou importância social. Os velhos passaram a ser mostrados em anúncios de produtos farmacêuticos, higiene, cosméticos, roupas, alimentos, bancos, automóveis, aparelhos de telecomunicações..., normalmente como figurantes e não como personagens principais. A pesquisa salienta que ocorreram mudanças nas formas como as propagandas se referem ou se dirigem aos idosos: hoje não são tão negativas, embora ainda pouco representativos.

O que estas cenas têm em comum? Quais discursos estão contidos nelas? Em primeiro lugar, poderíamos falar que nas oito cenas a violência das palavras está presente. A

⁴ Grupo de pesquisa reconhecido pelo CNPq, formado por diversos pesquisadores de áreas distintas.

⁵ Segundo o censo de 2000, a região metropolitana de São Paulo tinha 1.446.662 pessoas com 60 anos ou mais, sendo que, dessas, 67% estavam na capital.



violência passou a ser o prato do dia a dia e nos últimos anos entrou para a agenda dos estudos sobre a velhice, perpassando a mídia, que passa a representá-la, muitas vezes, a partir de eventos violentos extraordinários e pontuais, apontando-nos que o envelhecimento é, hoje, estrutural e estruturante da sociedade.

Quando damos nomes às coisas, isolamos um campo colocando-o sob a nossa consideração, trazendo-o a um modo de existência, às vezes, até à própria existência. Com uma palavra, sinalizamos algo, um referente, permitindo seu transporte para outros campos, outros contextos, distintos de sua inscrição originária.

Estas propriedades das palavras advêm de processos de abstração, processos aos quais nos referimos como operações simbólicas, que nos permitem pensar/falar sobre as coisas. Alguns momentos lógicos lhes constituem. Primeiramente, a natureza do representante é radicalmente diferente da natureza do representado. Em segundo lugar, se nomear é isolar um campo, instituindo o modo de ser e até a própria existência do mesmo, é por diferenciação que o fazemos, em imediata relação de oposição e similaridade. Assim, dentre as pedras preciosas selecionamos algumas, embora elas jamais sejam iguais, agrupando-as por características semelhantes. Uma seleção deve ser marcada para que se firme um campo, operação que depende de uma nomeação, de um signo e sua atribuição. O diamante, e sua dureza desdobram-se nas cores e formas em que ele pode ser encontrado, formas jamais coincidentes, cores jamais repetidas. O nome e a dureza permanecem como ponto nevrálgico, apagando o fato de que o recorte feito, o isolamento de campo, sempre poderia ter sido segundo outros critérios e outros nomes, em suma, ter sido outro.

Nosso recorte é o da cultura, que nos remete à civilização. É por meio dela que os homens criam normas, regras e leis, mesmo que na origem essas normas tenham surgido da opressão, da dominação e da violência. Na história, há relatos e relatos de povos que, via de regra, chegavam, saqueavam as regiões e, ou eram repelidos, ou se estabeleciam, ou simplesmente iam embora. O Brasil não fugiu à regra. Os indígenas, para os portugueses, eram o outro julgado como inferior, e que por isso tornaram-se vítimas de violências e preconceitos, muitas vezes a pretexto da inclusão de valores considerados mais nobres.

Cercar um pedaço de terra e se apropriar dela como sua, é, segundo Rousseau, o primeiro ato de violência, que será, mesmo assim, reconhecido como legítimo e



referendado pela sociedade civil. O homem cria a norma, ao mesmo tempo, o conceito de proibição e de transgressão, termos que fazem parte do teatro das convenções.

A violência propriamente dita se dá quando a coerção física, moral, a destruição do outro ou de seu ambiente ocorrem indiferente das convenções e dos jogos socialmente pactuados de convivência. Violento é todo ato que inviabiliza a reação contrária, que torna imóvel, impotente, incapacitado aquele que a recebe. É a arrogância do poder, é a negação do outro, é a sua redução a segunda categoria. Por isso o violento não se submete às classificações geralmente midiáticas que lhe são feitas, porque os conteúdos que as portam se tornam, por esse simples fato, meras convenções, perdem sua energia de violência, viram violentos apenas do ponto de vista sógnico.

Na nossa língua, a palavra “violência” vem do latim *violentia*. Portanto, *violentus* era a pessoa que agia com força impetuosa, excessiva, exagerada. O termo, segundo Misse (2006) começou a ser empregado para mostrar qualquer “ruptura da ordem ou qualquer emprego de meios para impor uma ordem”. Assim, violência passou a significar “o emprego da força ou da dominação sem legitimidade” (Misse, 2006). As expressões “poder” e “dominação”, segundo Misse, foram acrescidas da noção de como e contra quem se usa: é o ato que viola (*violens*) a integridade de um outro, que não lhe permite a reação e que, portanto, transforma-o em mero objeto, numa coisa qualquer a que se pode fazer o que se quiser.

Nesse sentido, a violência habita sempre o outro, pois raramente alguém diz de si mesmo ser violento. O outro é que é violento, assim como analogamente é o outro que é velho, aquele a quem aplicamos a designação, seja de violento ou de velho. Ao se empregar o termo, agimos socialmente sobre outrem - seja denunciando uma ação ou uma pessoa, seja acusando um evento ou um sujeito, seja classificando um indivíduo. Violência não é uma expressão apenas descritiva ou neutra, ela já toma partido, se engaja na própria definição do ato ou do ator.

A violência contra o idoso diz respeito a uma multiplicidade de eventos que parecem vinculados ao estilo de vida e situações existentes numa grande metrópole, que vem sendo transformados pelos novos arranjos sociais e novos papéis que as mulheres ocupam. Esses eventos podem reunir, na mesma denominação geral as diversas motivações que levam a atos violentos contra os idosos e às distintas tipologias de violências cometidas contra eles: domésticas, institucionais, inclusive as não intencionais como as provocadas por negligência, drogas ou alcoolismo, entre outras.



Em segundo lugar, nas cenas está presente a violência da descrição idoso. Violência agrupa um conjunto de sintomas que estiveram anteriormente ligados a outros termos e que, somente com esforço de redução, podem ser colocados no mesmo balaio. Esta não é uma constatação nova; ela já habita, desde algum tempo, reflexões abordadas pela psicologia.

Mesmo em seus caprichos, o uso da linguagem permanece fiel a uma certa espécie de realidade. Assim, ela dá o nome de ‘amor’ a numerosos tipos de relações emocionais que agrupamos também, teoricamente como amor; por outro lado, porém, sente, a seguir, dúvidas se esse amor é real, verdadeiro, genuíno, e assim insinua toda uma gama de possibilidades no âmbito dos fenômenos do amor. (Freud, 1972:141).

Dá-se o nome de amor a numerosas e diferenciadas relações e depois se as divide no sentido de contê-las em seu campo, efetuando correções, ou aproximações numa infinita gama de classificações. Nada mais natural, pois a palavra amor não é da mesma natureza que a dos sentimentos existentes na experiência humana; é uma invenção para representar formas de sentir na dimensão da compreensão e da fala. Serve, ao mesmo tempo, para administrar, dar conta de campos vividos. É uma circunscrição que tenta responder, compreensivamente, a uma incrível diversidade: todos os amores possíveis, todas as formas de amar.

É inegável que o dado material (o diamante), o evento no mundo (as situações em que a *violência* se mostra) as relações emocionais (o amor em múltiplas faces) aí se encontram de antemão. Contestável é que sejam sempre vistos, independentemente do recorte, ou que existam sempre de uma única maneira, a saber, que o modo como o apreendemos, *na palavra*, seja equivalência perfeita a sua presença no mundo.

Mostramos modos de existência como produto de isolamentos sobre um campo material ou existencial. Mas, se não fizermos o percurso da própria existência, não conseguiremos mostrar outras faces da dimensão simbólica.

Quando falamos sobre o campo místico em geral, sempre colocamos a questão em termos de sua imaterialidade e, por conseguinte, em sua submissão a um ato de fé. Com isso escamoteamos o princípio das *coisas* e perdemos de perspectiva o poder simbólico. Importa compreender que ao falarmos, sua existência é definitivamente atestada. Aí, a existência emerge como efeito do próprio simbólico: quer seja a do diamante, como o compreendemos, ou o do amor, como o concebemos.

Podemos estender nossa exploração para o termo idoso, como o abordado por Gomes (2006). Idoso, de *idadoso*, ou pleno de idade, foi aplicado, em adequação a seus tempos



e lugares, a diferentes faixas etárias. Claro que todas as aplicações tiveram como critério determinada média populacional de vida. O campo a ser circunscrito por esta palavra é, pois, sujeito a variações: conforme as circunstâncias, seu chão desliza.

Ocorre que a palavra “idoso” aplica-se tanto a um tipo de indivíduo quanto a um segmento social por ela representado. A psicologia social, um dos campos que se dedica aos estudos sobre as representações sociais, entende as representações como pacotes organizadores de nossa percepção de mundo e, portanto, de nossas inserções sociais. A partir destas percepções delineiam-se as ações possíveis porque lhe são compatíveis.

Geralmente, reconhece-se que as representações sociais – enquanto sistemas de interpretação que regem nossa relação com o mundo e com os outros – orientam e organizam as condutas e as comunicações sociais. Da mesma forma, elas intervêm em processos variados, tais como a difusão e a assimilação dos conhecimentos, o desenvolvimento individual e coletivo, a definição das identidades pessoais e sociais, a expressão dos grupos e as transformações sociais. (Jodelet, 2001: 22).

Ora, com o Estatuto do Idoso⁶, somos confrontados com uma determinação bastante clara: será considerado idoso aquele com idade igual ou superior a 60 anos. O isolamento de campo é bem preciso de forma que todas as nossas anteriores considerações sobre o papel das palavras encontram aí uma atualização perfeita. Tão perfeita que, ainda sob a precisão de um decreto, não é suficiente para conter os nomeados pela simples nomeação. Algo escapa, fato que nos lembra a arbitrariedade da circunscrição. Mesmo que ela encontre respaldo em argumentos de ordem biológica, estes serão vistos, com facilidade, como um dentre muitos enfoques que nos poderiam nortear.

O aparelho jurídico instala procedimentos que vêm fixar os significados e direcionar as ações possíveis diante de uma rubrica. No caso, o Estatuto estabelece que nenhum idoso poderá ser vítima de negligência, discriminação, violência, crueldade ou opressão. Além disso, ganhará um salário mínimo ao completar 65 anos. É assim que as mídias não se cansam de nos mostrar os projetos governamentais que procuram dar respaldo ao idoso, desde direitos especiais, como passe livre em ônibus (fato que carrega a suposição de que estas pessoas já cumpriram sua cota), até as medidas de compensação por suas fragilidades, como a vacinação anti-gripe, gratuita e recomendada.

⁶ Sancionado pelo presidente em setembro de 2003 depois de sete anos tramitando pelo Congresso, o Estatuto do Idoso dispõe no 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”.



Às vezes se denunciam as más condições, por carência econômica, enfrentadas pelos idosos não só em virtude de suas aposentadorias minguadas quanto em virtude de instituições mal equipadas e mal administradas. Grosso modo, os significados que se acoplam à terminologia que lhes dimensiona induzem a uma representação social que se reduz à fragilidade e à dependência. Ora, esta não é simplesmente um anteparo sobreposto ao corpo do idoso. É, antes de mais nada, a determinação das formas em que se vivenciará a velhice.

Mas quando penso na mecânica do poder, penso em sua forma capilar de existir, no ponto em que o poder encontra o nível dos indivíduos, atinge seus corpos, vem se inserir em seus gestos, suas atitudes, seus discursos, sua aprendizagem, sua vida cotidiana. (Foucault, 2001: 131).

Nesse ponto vemos o efeito sugerido pelas palavras de Foucault, a saber, a forma capilar, a mais refinada, porque imperceptível, microfísica do poder que chega a moldar os corpos, formá-los e conformá-los. Alcançada esta dimensão, é só isso que, velhos e não velhos, enxergamos nas pessoas de mais idade e o olhar com que os contemplamos é de notória violência, à medida que discrimina e segrega em relação à imensa diversidade do mundo e às incontáveis possibilidades do humano.

Em terceiro lugar, as cenas contêm a violência da identidade genérica de velho. Segundo Mercadante (2005), há uma representação de uma identidade genérica de velho, que, pelo fato mesmo de ser geral, torna-se abstrata. O velho é aquilo que “todo mundo já sabe”, e todos o entendem como um ser declinante tanto biológica quanto socialmente. Todas as características a ele atribuídas, na construção da sua identidade, levam para essa representação social, para esse modelo geral, predominantemente carregado de desígnios negativos.

Contudo, Mercadante (2004) assinala que ao refletir sobre questões relativas ao idoso, descobriu por meio de pesquisas realizadas desde meados da década de 1990 pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Gerontologia da PUC-SP, que existem diversos velhos e diferentes possibilidades de viver a velhice: “a velhice não é uma situação homogênea e os velhos não são iguais”.

Em quarto lugar, encontramos nas cenas a violência contra o idoso nas narrativas midiáticas. A temática da violência também penetra todas as camadas da sociedade por



meio dos relatos de por guerras, homicídios, suicídios, abusos familiares, sexuais ou pelas ditas justiça cometidas pelas mãos da comunidade.

Mariano (2001) caracteriza a violência por três fenômenos: 1) “massificação”, há um aumento exacerbado quanto a novos tipos de violência (narcotráfico, abandono, desrespeito à cidadania) em relação a tipos antigos de violência (homicídios, estupro, corrupção, acidentes de trânsito, roubos e crimes) envolvendo diversos segmentos sociais; 2) “divulgação”, que é a propagação dos atos e fatos violentos de forma maciça, uma dosagem exagerada de violência nos meios de comunicação; e 3) a “banalização”, que é a transformação da violência, de ato ou fato excepcional, em coisa comum.

Falamos aqui da visibilidade que a violência vem tendo na mídia, seja jornal, tevê ou mesmo em textos acadêmicos. Aquela que se transformou em uma triste rotina no cotidiano do brasileiro, especialmente nas grandes cidades. Para Ianni (2003:25),

a cidade revela-se o lugar por excelência da violência, já que aí parece ocorrer a maior parte das tensões e fragmentações, desigualdades e alienações, fermentando agressões e destruições, atingindo pessoas, coisas e idéias, sentimentos, atividades e ilusões. Em pouco tempo, ou de repente, algo, alguém, alguma idéia ou símbolo, pode ser atingido, mutilado, deformado, arruinado.

A cidade vem sendo, então, descrita como o lugar das mais diversas e brutais manifestações de agressão e destruição ao humano. Neste contexto urbano, a violência contra o idoso de certa maneira mostra a desarticulação das relações de sociabilidade familiares e de vizinhança, a individualização, enfim, o menosprezo a um outro que serei eu mesmo amanhã. Quer violência maior?

No entanto, Minayo (2003), aponta para o que vem acontecendo, talvez até como decorrência dessa cegueira social: quatro em cada cem idosos recebem agressões, sofrem traumas, têm lesões e em decorrência, morrem.

A tematização da violência como objeto das ciências sociais é fenômeno recente, mas que alerta para o desrespeito à cidadania. Para Debert (2003), qualquer tipo de violência é uma agressão, seja na esfera pública ou privada. São exemplos dessas agressões: não parar o ônibus, não dar atendimento, maus tratos em clínicas e asilos, ameaças, negligência...

Além da violência física, os idosos sofrem com a negligência de seus cuidadores que muitas vezes não os tratam adequadamente, até por desconhecimento. A recusa e omissão geram falta grave, porque seja no campo doméstico ou institucional, os danos ocasionados são muito graves, entre eles os traumas físicos, emocionais e sociais. É nos lares que ocorrem os maiores índices de abusos e negligências em relação ao idoso. O



espaço físico - exíguo ou inadequado - dificuldades financeiras e até mesmo choque de gerações são alguns determinantes.

No contexto familiar as agressões são, em geral, praticadas pelos próprios filhos, homens, ou parentes próximos, que residem no mesmo local, muitos deles, dependentes químicos. As queixas são feitas pelos próprios idosos, vítimas da violência, vizinhos ou parentes distantes e é a mídia quem mais recebe esse tipo de denúncia, tornando-se a principal referência na busca do idoso por ajuda. É ela que também dá visibilidade ao fato e ao fazer isso pode reproduzir, então, o “pensar” e o “pulsar” de uma determinada cultura, ao mesmo tempo em que aponta para a falência do Estado.

A violência contra o idoso sinaliza para a encruzilhada a que a humanidade chegou. No entanto, se por um lado, as páginas dos jornais impressos apontam o que está cristalizado como discurso sobre essa violência, por outro, acreditam que têm, entre outros, papel de construtores da revisão da arena simbólica da sociedade contemporânea.

É inegável que na sociedade contemporânea, a mídia ocupa o papel central na vida das pessoas. A comunicação serve para legitimar discursos, comportamentos e ações (Rodrigues, 1994), no entanto, é preciso reinventar a humanidade, re-humanizar o mundo para conviver com a longevidade humana.

A narrativa apresentada ao público nessas cenas tem uma importância significativa na construção dos discursos, fornecendo enfoques sobre os quais os leitores pensam, falam e comentam. Côrte, analisando jornais,⁷ nos mostra que generalizar a imagem da velhice e do velho é uma violência.

Os diversos enfoques apresentados pelas cenas em relação à violência contra o idoso, se recolocados em sua estrutura narrativa individual podem formar, cada um deles, pequenas narrativas que vão se constituindo a cada cena apresentada, dando continuidade à grande narrativa que vem sendo escrita sobre a violência e a velhice. Não se trata de enfoques específicos que se repetem, mas um grande tema, o da violência. O texto pode ser, portanto, como um todo que reflete um tema polêmico, apresentar discursos ambíguos. As cenas mostram leituras antagônicas.

Como já dito, ao veicularem certas representações dos velhos, da velhice e do envelhecimento a mídia exerce a função de ponto de referência. Assim, a narrativa

⁷ Beltrina Côrte pesquisa a violência contra o idoso nas narrativas da cobertura da imprensa escrita de São Paulo, em seu pos.doc, em andamento, na Escola de Comunicações e Artes da USP.



apresentada aos leitores por meio das cenas tem uma importância significativa na construção dos discursos. A partir da escolha das cenas e deste texto como um todo, definimos, a priori, como os leitores devem pensar a violência contra o idoso e a própria velhice. Não se trata de descrever o discurso da violência contra o idoso e o próprio idoso em si pela mídia, mas sim o discurso que a própria velhice e a violência contra o idoso foi criando para si por meio das narrativas da mídia. Que discurso é esse?

Na cena 1, o apresentador Datena, por exemplo, que se dizia preocupado com os idosos, mostrou-se interessado apenas em repetir exaustivamente a projeção de imagens sensacionalistas de velhos, reduzindo a questão da velhice ao abandono, desrespeito e violência principalmente por parte da família, do estado e da sociedade. Na sua busca frenética pela “verdade”, ele “deformou” a realidade, tratando os idosos de forma caricata e desrespeitosa. Apenas, de forma sensacionalista, mostrou uma das muitas faces do envelhecimento e da violência.

O apresentador tinha no auditório outros personagens que poderiam refletir sobre um ato espetacular de violência contra o idoso. Tinha, inclusive, como convidado uma pessoa idosa que após os 80 anos havia ingressado em uma faculdade. Poderia explorar essa oposição e mostrar outras formas de viver esse período da vida, mesmo que com dificuldades financeiras e com pequena cobertura das políticas públicas. Idosos que vivem sua velhice com dignidade e solidariedade, que escolhem viver de livre e espontânea vontade em repúblicas, em instituições de longa permanência ou mesmo sozinhos. Poderia até discutir a imagem da velhice calcada em valores e conceitos estigmatizados, evidenciando-se os aspectos negativos dessa etapa da vida, tendo a inatividade e a doença alguns dos traços que caracterizam o “ser velho” no imaginário das pessoas. Mas, com sua opção pelo sensacionalismo, transformou o veículo em uma nova barbárie.

O programa não contribuiu para mudar a visão que se tem da velhice. Pelo contrário, reforçou uma cultura que encara de forma preconceituosa o processo de envelhecimento. E ao explorar exaustivamente a imagem sensacionalista de algumas formas de violência (uma idosa acorrentada em um quarto), absolutizou a miséria humana, fazendo dela mais uma mercadoria que tem como único objetivo segurar o íbope.

A cena 2 (novela *Mulheres Apaixonadas*), também apresentada pelo mesmo veículo, chama a atenção da sociedade para a questão do envelhecimento, fazendo um discurso



oposto ao anterior. Mas em outra novela (*Belíssima*, 2006, de autoria de Sílvio de Abreu), um dos papéis ocupados por alguns idosos é justamente inverso: o do velho como agente da violência contra o jovem (avó contra neta), representado pela atriz Fernanda Montenegro. O que ambos os discursos estão apontando? Que não dá para generalizar.

Portanto, a mídia, como instrumento de vida política democrática de massa, não é voz de Deus nem teatro do Diabo. Segundo Lipovetsky (2004), a mídia não é um poder sem limites capaz de destruir todo sentido crítico e de disseminar o gosto pelo crime, como vem se disseminando. Afinal, não consegue controlar e fabricar, peça por peça, os gostos e as reações do público. Para o autor, ela estimula, mas não os comanda:

O que eu pretendo é combater um certo modelo em que ela [a mídia] é uma superpotência. Acho que a mídia tem poder demais nos comportamentos, mas também sobre a informação. Para a massa, o essencial é a televisão. De um lado, isso pode orientar comportamentos, mas, de outro, isso trás uma série de informações. Essas informações criam indivíduos mais reflexivos a longo prazo, mais capazes de comparar aquilo que são e aquilo que os outros são... (Lipovetsky, 2004).

As demais cenas, 5 e 6, chamam a atenção para muitos discursos. Um deles é que os velhos estão aparecendo mais, ao contrário do que se pensava. Não são mais invisíveis: estão na mídia e cada vez mais freqüentes, embora em ambas a generalização impere, transmitindo o horror pela velhice e a supervalorização da juventude, ambas vistas também como violências, por nós. Essa supervalorização está por trás do aumento da violência doméstica contra o idoso, mostrada na cena 8.

As cenas 3, 4, 7 e 8 têm em comum a publicidade. Embora com narrativas distintas, elas nos apontam para o que Lipovetsky (2004) vem nos dizendo: temos que ser prudentes com a concepção de que o consumidor e o cidadão seriam indivíduos totalmente remodelados e fabricados pela mídia. Segundo ele, “os indivíduos podem tomar distância, e creio que a mídia pode orientar os comportamentos de um lado e favorecer a individualização dos seres de outro”.

Nessas cenas, observamos que a mídia tem contribuído para mudar a imagem da velhice. Muitas propagandas mostram idosos independente, felizes, em atividades jamais vistas. Mostram seres desejantes e não decrepitos. De certa maneira, a propaganda, embora vista por alguns narradores como apenas uma ferramenta do consumo, tem sido a que mais mostra possibilidades de se vivenciar velhices distintas daquelas que estão em nosso imaginário e, nesse sentido, rompido com a violência da generalização.



As imagens são menos negativas do que se pensa. Outros valores de referência sobre a velhice vem sendo construídos, favorecendo uma imagem positiva dessa etapa da vida. Ao produzir narrativas diversas, não contrastivas, a mídia também está se contrageneralizando. Cabe a nós, como produtores e narradores de discursos, também não a generalizarmos, assim como lutarmos para nos liberar de visões estigmatizantes sobre a velhice e a violência.

Referências bibliográficas

- BOSQUE, L. (2006). “¿Qué imagen de los ancianos muestra la televisión?”. In: o Seminário *La imagen de la vejez en los medios, un camino para pensar en los ancianos*. Disponível em <http://www.fnv.org.ar/img/ancianidad/seminario.doc>.
- BURATTI, R. M. (2004). *Idosos na “telinha”: investigação da velhice em campanhas publicitárias televisivas*. Dissertação de mestrado. Pontifícia Universidade Católica de S. Paulo. São Paulo.
- DEBERT, G. G. (2003). “Parentes são maiores agressores de idosos no Brasil”. Disponível em http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/agosto2003/ju223pg05.html
- FOUCAULT, M. (2001). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro, Graal.
- FREUD, S. (1972). *Psicologia de grupo*. Rio de Janeiro, Standard Brasileira Vol. XVIII. Rio de Janeiro, Imago.
- GOMES, M. R. (2000). *Jornalismo e Ciências da Linguagem*. São Paulo, Edusp & Hacker Editores.
- GOMES, M. R. (2006). “O Estatuto do Idoso e as identificações”. In: *Envelhecimento e velhice: um guia para a vida*. São Paulo, Vetor.
- GUEDES, M. L. (2002). *A lógica da violência em René Girard*. São Paulo, Serviço Social & Sociedade, Cortez.
- LIMA SOARES, R. (1997). *Imagens veladas, imagens reveladas: narrativas da Aids nos escritos do jornal Folha de S. Paulo*. Dissertação de mestrado. USP
- LIPOVETSKY, G. (2004). “Somos hipermodernos”. Disponível em <http://www.sinpro-rs.org.br/extraclasse/ago04/entrevista.asp>
- IANNI, O. (2003). “Raízes da violência”. In: Thimoteo, C. (org.). *Ensaio sobre violência*. Vitória, Edufes.
- JODELET, D. (org.) (2001). *As representações sociais*. Rio de Janeiro, Uerj.
- MARIANO, A.S e MESERANI, S. C. (coord.) (2001). “Para uma visão reflexiva da violência”. In: *Guia temático da videoteca PUC*. São Paulo, Educ.
- MENEZES, M. R. (1999). *Da violência revelada...violência silenciada: um estudo etnográfico sobre violência doméstica contra o idoso*. Tese de doutorado. Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto - EERP-USP. Ribeirão Preto.
- MERCADANTE, E. F. (2004). “Do geral para o particular”. In: *Revista Kairós*, v.7, n.1. São Paulo, Educ.
- MINAYO, M. C. (2003). “Artigo analisa conseqüências de violência contra idosos”. Disponível em http://www.fiocruz.br/ccs/novidades/jun03/violenciaidoso_fer.htm.
- PINTO, M. J. (2002). *Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos*. São Paulo, Hacker.
- Programa Datena (2003). *Como a mídia trata os idosos: uma experiência com Datena*. Texto disponível em www.portaldoenvelhecimento.net, agosto de 2004.
- RODRIGUES, A.D. (1994). *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa, Presença.
- SCHUDSON, M. (1995). *The power of news*. Cambridge, Harvard University Press.



SILVA, C. P. de SOUZA E.; MAINGUENEAU, D. (2004). *Análise de textos de comunicação*. São Paulo, Cortez.

STEPANSKY, D. (2000). *O envelhecimento na sociedade e nos meios de comunicação*. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura. Escola de Comunicação da UFRJ. Rio de Janeiro.

VASCONCELOS, S. M. (2001). *O “velho” na publicidade brasileira*. Dissertação de mestrado. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo.