

AS MÍDIAS COMO AGENTES DE EDUCAÇÃO INFORMAL NO ENVELHECIMENTO: PISTAS PARA INVESTIGAÇÃO

MEDIA AS AGENTS OF INFORMAL EDUCATION IN AGING: RESEARCH LEADS

Patrícia YOKOMIZO¹; Andrea LOPES²

Resumo: O envelhecimento é dinâmico e multideterminado. A velhice, como categoria etária, envolve uma série de desafios. Alguns deles são a manutenção das oportunidades de engajamento significativo e acesso à informação. A educação informal, realizada no âmbito das relações espontâneas do cotidiano, é composta por diversos agentes sociais, como a família, as relações de amizade e as mídias. O objetivo do artigo é apresentar uma revisão narrativa sobre a temática educação informal e velhice. A revisão realizada salienta e caracteriza a centralidade que as diversas mídias ocupam na produção investigada. São apontadas como relevantes nos processos de ensino e aprendizagem ao longo do envelhecimento e na velhice. A produção indica prós e contras, provoca reflexões e traz pistas para futuras investigações sobre o papel das mídias no âmbito dessa temática.

Palavras-chave: Educação informal. Envelhecimento. Velhice. Mídias. Cotidiano.

Abstract: *Aging is dynamic and multidetermined. Old age, as an age category, involves a number of challenges. Some of them are the maintaining of the opportunities for meaningful engagement and access to information. Informal education, carried out within the scope of spontaneous daily relations, is composed of several social agents, such as family, friendships, and media. The purpose of this article is to present a narrative review on the theme of informal education and old age. The review emphasizes and characterizes the centrality that the media occupy in the production investigated. They are identified as relevant in teaching and learning processes throughout aging and old age. The production indicates pros and cons, provokes reflections and brings clues to future investigations on the role of the media in the scope of this theme.*

Keywords: *Informal education. Aging. Old age. Media. Everyday life.*

¹ Membro do grupo Envelhecimento, Aparência e Significado (EAPS) da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: pati@usp.br...

² Docente do Programa de Pós-Graduação em Gerontologia da USP. Coordenadora do EAPS. E-mail: andrealopes@usp.br.

Introdução

O presente artigo apresenta e discute a centralidade que o estudo das diferentes mídias ocupa na produção literária investigada, frente a outros agentes de educação informal, no processo de ensino e aprendizagem ao longo do envelhecimento, em especial, na velhice. Para tanto, ancora-se em revisão narrativa³.

O levantamento ocorreu em bases e periódicos nacionais e internacionais nos períodos de 2010 a 2018, parte de natureza multidisciplinar e parte focado nos campos de interesse do grupo⁴: Moda, Antropologia e Gerontologia. A revisão também contou com o banco de materiais do grupo, formado por aquisições espontâneas e levantamentos anteriores. O termo educação informal foi cruzado no português, espanhol e inglês com os outros seguintes descritores: 1) aparência, moda, imagem, corpo e beleza; 2) idosos; sênior; idade, envelhecimento; velhice; longevidade; quarta idade; terceira idade; ageísmo; e, 3) engajamento social; participação social; significativo; significado; engajamento social; participação social.

A revisão narrativa, conforme Rother (2007), trata-se de uma revisão literária ampla, sobre as publicações recentes de determinado tema ou temática. Possui caráter qualitativo e exploratório, cujas fontes e sua seleção não são necessariamente sistematizadas e especificadas. Procuram apresentar análise crítica pessoal do(s) autor(es) sobre diferentes materiais, como livros, artigos e teses. Apesar do potencial viés e dificuldade de generalização, são interessantes para a reflexão de temas novos e pouco investigados, pois sumarizam e apontam avanços e lacunas (GRANT & BOOTH, 2009).

O texto, primeiro, situa brevemente os conceitos de envelhecimento e velhice. Em seguida, apresenta o conceito de educação informal e, neste sentido, destaca as mídias como um dos agentes. Por fim, apresenta e discute as principais contribuições literárias encontradas cujo interesse estava em torno da temática mídias e envelhecimento. O artigo visa promover uma discussão, estimular e gerar pistas que alimentem futuras investigações de caráter interdisciplinar, aprofundando a compreensão sobre as mídias e a produção do cotidiano do processo de envelhecimento.

Envelhecimento e velhice: *locus de relações cotidianas*

³ Financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, Brasil.

⁴ Grupo de pesquisa, ensino e extensão Envelhecimento, Aparência e Significado (EAPS-USP).

O envelhecimento é um processo universal que acontece ao longo do curso de vida, decorrente de características, experiências, fatos e mudanças de naturezas biopsicossociais, tanto normativas, como não normativas (NERI, 2014). O envelhecimento também é entendido como uma constante construção de si realizada a partir das próprias vivências, oportunidades e ausências, as quais vêm a delimitar e orientar a dinâmica, os comportamentos, as práticas e os modos do envelhecer (LANGEVIN, 1998).

Desde o início do século XX, a complexidade com que o envelhecimento vem sendo percebido por diferentes agentes sociais despertou múltiplos interesses de investigação. Entre eles, o prolongamento da expectativa de vida e as condições para melhor vivenciar suas etapas e desafios, considerando especialmente a heterogeneidade das trajetórias e perfis (DEBERT, 2004 b), os ganhos e as perdas (BALTES & SMITH, 2006).

Atualmente, grande parte das sociedades se depara com significativo aumento da expectativa de vida (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2016). Entende-se por longevos o grupo de pessoas que sobrevive por mais tempo que a média estipulada em certo período e região. Assim, o termo longevidade compreende uma relação entre a prospecção de anos de vida e o potencial de compreensão das causas de morbidade e mortalidade de um determinado contexto (NERI, 2014).

Para Camarano (2013), o fato de estarmos vivendo mais relaciona-se com novos suportes, maior participação social e econômica, diversificados ganhos socioculturais e conquista de direitos. Segundo Moreira (2012), diante da expectativa de vida que hoje se alcança em diferentes partes do mundo, crescente e inédita na história da humanidade, cabe ressaltar que as condições para viver muito e bem constituem uma responsabilidade não apenas individual, mas também proveniente da oferta de recursos e oportunidades em rede, advindos da Educação, da Urbanização, da Habitação, da Saúde, do mundo do trabalho e da família.

Portanto, ao vislumbrar diferentes determinantes da trajetória do envelhecimento ao longo da vida, percebe-se que as formas de viver são diversificadas em termos das condições materiais e socioculturais, dos suportes ou da visão subjetiva sobre o próprio envelhecer (ABOIM, 2014). As experiências, portanto, não são homogêneas, mas dinâmicas e múltiplas. Transcorrem em acordo ou desacordo com variados aspectos

biopsicossociais e dependem da vivência ou restrições de atribuições vinculadas ao gênero, idade, renda, escolaridade, estado civil, entre outros marcadores de diferença.

Mediante esse debate, no que tange aos interesses desse artigo, percebe-se diferentes performances da velhice e seu status em determinadas culturas. No Brasil, por exemplo, para efeitos legais, pessoas idosas ou velhas são aquelas com 60 ou mais anos de idade (ESTATUTO DO IDOSO, 2003). Para Debert (2004 b) o envelhecimento é construído socialmente e, em nosso país, tem forte constituição etária desde o início do século XX. Torna-se necessária, assim, atenção aos valores vigentes em determinados contextos e períodos históricos, conjugado às típicas caracterizações ou generalizações estabelecidas quando se pensa o paradigma da heterogeneidade e do universo simbólico.

Dessa forma, cabe investigar mais sobre os *modus operandi* do envelhecimento e da velhice em sua complexidade através, inclusive, dos demais recursos de gestão do curso de vida, tais como gênero, educação, relações sociais e familiares, participação social, entre outros aspectos socioculturais e emocionais. O estudo de variados fatores relacionados às estratégias e modos de envelhecer é interessante à medida que favorece o reconhecimento da heterogeneidade do envelhecimento. Possibilita, ainda, levantar os seus sentidos e a relevância de múltiplas variáveis e agentes presentes na produção deste processo, em diferentes tempos e contextos, especialmente quando relacionadas.

Educação informal: a importância das mídias no envelhecimento e na velhice

A Educação, em suas diferentes modalidades, é um dos domínios em que são abordados e difundidos modos e estratégias de constituir o envelhecimento. Recurso social cada vez mais central e institucionalizado, compreende distintas formas de aprendizado para e na vida cotidiana. Vem a constituir, assim, um importante contexto relacional no que tange à investigação da construção simbólica de significados e papéis que podem proporcionar engajamento ou isolamento social ao longo da vida.

Atuando como um dos mecanismos de gestão do envelhecimento na administração das questões acerca da vida em sociedade, está dividida em três modalidades: 1) a formal, que compreende o sistema de ensino oficial e obrigatório; 2) a não-formal, que abrange e organiza conteúdos também trabalhados na modalidade formal, porém de maneira mais flexível e menos rígida, não fornecendo graus ou diplomas oficiais; 3) e a informal, que não é organizada e ocorre durante toda vida de

acordo com as relações sociais mais espontâneas, sendo fruto especialmente das mídias, leitura, família, amigos, igreja e/ou vizinhos (PINHEIRO, 2009; GOHN, 2006; GASPAR, 2002).

Para Dib (1988), a educação informal complementa as demais modalidades com conteúdos que são aprendidos ao longo da vida de modo não sistemático. Geralmente, neste âmbito, não há controle das ações educativas realizadas. Em acréscimo, Gaspar (2002) coloca que a educação informal ocorre por meio de interações socioculturais, procedendo, muitas vezes, sem que seus participantes tenham consciência deste processo cotidiano. Segundo a atual política de envelhecimento ativo formulada pelo Centro Internacional de Longevidade – Brasil (2015), a aprendizagem informal ou experiencial ocorre em todas as idades e em diversos cenários, especialmente em casa, no trabalho e nas atividades de lazer.

De acordo com Vitorino, Miranda e Witter (2012), a educação informal era o modo de aprendizagem das sociedades primitivas. Nestas, o conhecimento era passado de pais para filhos e tinha como objetivo preparar as novas gerações para sobreviver, reunir grupos e organizar a vida social. Mais adiante, a educação dos indivíduos passou a ser dividida e institucionalizada, ficando para as escolas o ensino sobre os padrões e demandas básicas da sociedade, enquanto para as famílias caberia a formação moral, ética e religiosa.

Em relação aos espaços educativos, Gohn (2006) descreve que, no caso informal, estes são demarcados por referências como nacionalidade, localidade, idade, sexo, religião e etnia. Para a autora, a educação informal serve, principalmente, à socialização dos indivíduos, desenvolvendo hábitos, atitudes, comportamentos, modos de pensar e se expressar em acordo com valores e crenças de grupos que se frequenta ou pertença. Assim, a educação informal compreende diversos recursos e agentes que ensinam sobre a vida em sociedade, o pertencimento e os modos de inserção e isolamento social.

Embora em diferentes campos do conhecimento sejam encontrados estudos relacionados às mídias, à família ou aos amigos, poucos definem ou identificam esses como agentes dessa modalidade educativa. Talvez, em parte, pelo subjacente reconhecimento de que a educação ocorre também na informalidade ou, ainda, por não

haver abrangente levantamento e estudos de todos os possíveis educadores e educandos do cotidiano, se é que essa dicotomia existe.

Para Gohn (2006), os métodos básicos da educação informal são a vivência e a reprodução do conhecimento que se tem, bem como dos modos como as informações foram apreendidas e codificadas. No estudo de Elias e Scotson (2000), que analisaram uma pequena região da Inglaterra e como se estabeleciam ou marginalizavam os indivíduos da localidade, os autores apontam que a fofoca, por exemplo, pode constituir um forte mecanismo para a discriminação, no caso, dos residentes e os diferentes bairros na redondeza. Os mexericos, feitos a partir de encontros informais com amigos ou familiares, funcionavam como um ensinamento não convencional sobre os papéis, normas, expectativas, punições, comportamentos e alocação de cada indivíduo no referido espaço.

A educação sobre regras, posturas e atribuições sociais também pode ser encontrada nos diferentes tipos de mídias. De acordo com Martins e Martins (2016), as mídias e os meios de comunicação são ferramentas de difusão de informações e mensagens. As autoras descrevem que esses recursos são geridos pela indústria cultural e, ao longo de anos, vêm transformando comportamentos individuais e formas de socialização. Nesse sentido, Monteleone, Witter e Gama (2015) destacam a grande responsabilidade conferida especialmente às mídias, tendo em vista seu potencial para influenciar opiniões e atitudes, não somente da população leiga, mas também de profissionais.

Em relação ao envelhecimento, a *Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España*, que investigou como o aumento da expectativa de vida e o progressivo envelhecimento da população eram tratados por diferentes mídias espanholas, descreve que, em geral, tais temas alternam entre dois opostos: 1) o da conquista e 2) o do problema social (UNIÓN DEMOCRÁTICA DE PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE ESPAÑA, 2009). A conquista dizia respeito à população do país viver cada vez mais, principalmente as mulheres. Quanto ao problema social, eram tratadas as condições precárias ou de dependência na velhice. Ainda, organizou-se uma discussão sobre o pagamento de aposentadoria a tantos idosos, tendo em vista que o número de jovens e adultos trabalhadores para manter a previdência era cada vez menor.

Delboni et al (2013) apontam que as mídias têm propagado a visão de decadência do velho. Por outro lado, igualmente tem estimulado a noção de juventude eterna como status social privilegiado, promovendo o consumo de diversos produtos e serviços. Nesse contexto, os autores afirmam que a estética juvenil vem ganhando significativo espaço à medida que se relaciona com a “garantia de felicidade” (p. 204).

Segundo Ferreira et al (2014) e Monteleone, Witter e Gama (2015) diversas mídias são atualmente mediadoras da adesão cada vez maior do idoso ao universo do consumo, dispendo possibilidades e formas de associação, uma vez que, em geral, criam e apresentam um compromisso com uma imagem mais jovem e vigorosa. Assim, o idoso, visto como segmento homogêneo, vem despontando como um público potente para o mercado de diversos produtos. No entanto, os autores colocam que o olhar para o velho, como protagonista em ações mercadológicas, na atualidade ocorre mais devido a seu rendimento seguro, do que propriamente à promoção de bem-estar e atendimento de suas demandas específicas e variadas.

Entre as décadas de 1970 e 1990 ocorreram significativas mudanças nas representações do velho na televisão e na publicidade brasileira. Até a década de 1980, os idosos detinham de pouco espaço nas mídias, tendo em vista a larga adesão ao culto da jovialidade. Quando surgiam nesses meios, eram representados essencialmente pela ênfase em estereótipos de dependência física e afetiva, insegurança e isolamento social. Foi a partir dos anos 1990 que, gradativamente, a participação do velho na mídia cresceu e com o uso de imagens mais positivas, tais como de símbolo de poder, riqueza, perspicácia e prestígio social. Ainda de acordo com as contribuições de Ferreira et al (2014), o fato relaciona-se ao cenário da economia, ao aumento da população idosa e aos consumidores da chamada terceira idade. Em acréscimo, Debert (2003) coloca que o sexismo está presente nos estereótipos positivados e criados em torno da velhice, posto que em imagens apresentadas pela publicidade os homens, em geral, ocupam as posições de poder, enquanto as mulheres desempenham papéis secundários.

Em relação à terceira idade, a publicidade tem assimilado o termo como distintivo de um público idoso cujos valores e práticas são subversivos, que procuram competir com e pelos papéis e posições, até então, atribuídos exclusivamente aos jovens (FERREIRA et al, 2014). Para Debert (2004 a), o termo terceira idade foi criado para substituir as ideias negativas em torno da velhice, especialmente no mercado,

oferecendo um quadro mais positivo do envelhecimento e possibilitando a abertura de espaços para novas experiências, antes próprias apenas da juventude.

De acordo com Malheiros Junior e Freitas (2012), a velhice, que outrora foi concebida como período de sucessivas perdas, passou a ser entendida como um momento a ser aproveitado com a introdução do conceito de terceira idade. Para os autores, os discursos de diversos meios midiáticos têm reforçado a adesão de práticas para rejuvenescimento, características do referido modelo de velhice, como uma forma de inserção social. A mentalidade construída acerca da terceira idade implica, assim, na formação de uma relação dicotômica entre idosos que conseguem e querem aderir a este ideal positivado e os que não participam deste grupo, ou seja, os entendidos como velhos, seja por falta de acesso ou identificação.

Para Monteleone, Witter e Gama (2015) a publicidade apresenta o consumo como uma promessa de distinção e também participação, de forma que “o consumidor utiliza o produto para se sentir especial e único e, ao mesmo tempo, o consome porque outros estão consumindo, fazendo assim parte de um grupo” (p. 932). Em estudo de edições da revista *Veja* dos anos de 2004 e 2014, com análise de 127 imagens de idosos, os autores observaram a existência de uma dualidade nos anúncios publicitários: o idoso equiparado ao jovem por meio do consumo em oposição ao velho estigmatizado, figura a ser evitada através de tratamentos estéticos antienvelhecimento. Nas imagens investigadas, enfatizava-se o idoso ainda envolvido em atividades produtivas diversas. Notou-se um mascaramento e idealização de estados físicos e funcionais de idosos com o fim de gerar interesse mercadológico por diversos produtos e serviços. Os pesquisadores concluem que, em razão do valor conferido à inserção no mundo profissional, o qual, geralmente, requer boas condições de saúde, disposição e vigor, a publicidade tem omitido e fantasiado realidades da velhice que não pertencem aos preceitos do mercado de trabalho produtivista.

De forma complementar, Kuschick e Machado (2017) analisaram os sentidos discursivos acerca da velhice em 2406 edições da revista *Veja* no período de 1968 a 2014. A partir dos dados obtidos, defendem que o veículo tem buscado desempenhar o papel de um possível educador informal, que orienta o envelhecer segundo o consumo de uma noção de juventude idealizada, sistematicamente divulgada nos 46 anos investigados.

Para Dias, Paúl e Watanabe (2014) é necessário observar que muitas das construções sociais relativas ao declínio e à finitude “parecem ser naturalizadas e associadas à velhice” (p. 141). Os autores realizaram uma análise de comentários divulgados nas mídias em relação a um filme estrangeiro⁵ que aborda o processo de morte entre um casal de idosos e à notícia sobre o suicídio de um ator brasileiro⁶ aos 82 anos. Percebeu-se que as representações da velhice, quando associadas à ideia de sofrimento e dependência irreversíveis, são argumentos que justificam a morte dos mais velhos como saída digna e sensata.

Em relação ao cinema, Domínguez (2013) coloca que a produção cinematográfica pode, também, operar como um recurso de intervenção psicossocial interessante ao tratamento e rompimento de preconceitos sobre o idoso e outros grupos sociais. Para Santana e Belchior (2013), o cinema auxilia na construção de críticas sobre a realidade e pode favorecer a heterogeneidade de papéis socialmente atribuídos ao velho.

Domínguez (2013) investigou as imagens de envelhecimento ativo encontradas em todos os filmes lançados mundialmente no ano de 2012. Das 359 produções cinematográficas do período, apenas 15 estabeleciam alguma relação com idosos, sendo a maioria originária dos Estados Unidos e Espanha (cinco cada). Foi percebido um maior interesse pelo tema do envelhecimento e da velhice no cinema europeu. Das atividades desempenhadas por idosos nos filmes, a menos presente é a sexual; enquanto as mais destacadas, segundo a autora, são comumente atribuídas à velhice (baile, caminhada, natação, pesca e bocha) e reforçam estereótipos ao supor um rol limitado de atividades que os velhos podem desempenhar. Domínguez coloca, ainda, que as projeções se dividem entre o cômico e o dramático e que, nesse contexto, o humor e o olhar positivo por vezes ajudam a “potencializar um espírito crítico onde os preconceitos possam ser valorizados sem culpa, com uma distância facilitadora” (p. 24).

Ainda sobre o cinema, Santana e Belchior (2013) analisaram filmes lançados entre os anos de 2000 e 2012 no Brasil que tinham como protagonista um personagem velho. A respeito das principais vivências do processo de envelhecimento e dos modos de viver a velhice, são abordados a falta de projetos de vida, a frustração pela não realização de sonhos e as dificuldades frente às mudanças e perdas.

⁵ Amor (originalmente: *Amour*). Ano: 2012.

⁶ Walmor Chagas, falecido em 18 de janeiro de 2013, em São Paulo.

Por outro lado, segundo Omelczuk e Monteiro (2014), encontra-se também um olhar mais atual e ressignificado, distante dos estereótipos clássicos, em uma produção cinematográfica franco-alemã⁷. Para os pesquisadores, o filme apresenta o modo como os idosos, por eles mesmos, vivem a sexualidade e convivem com as transformações físicas, psicológicas e afetivas.

Já no universo dos seriados de televisão (TV), amplamente protagonizados por jovens, Mascio (2013) comenta que a construção e segregação de personagens ocorrem através dos figurinos. A autora explica que, nas séries televisivas, a roupa define o destaque e o pertencimento (ou exclusão) a um grupo da trama e é a partir dela que o público elege seus ícones de estilo a serem seguidos e copiados para a vida real. Em outras palavras, o figurino dos personagens deve valorizar a produção de TV e, ao mesmo tempo, produzir um efeito de realidade, que permita ao espectador tomar a série como veículo de inspiração e instrução para a compor a própria aparência, por exemplo. Nesse cenário, os velhos, que pouco aparecem, são menos requisitados como referências, ficando para os mais jovens o papel de modelo a ser seguido.

Porém, Barbosa (2017) observa que mesmo quando os velhos são protagonistas, como é o caso de um seriado norte-americano de distribuição internacional⁸, ainda que revelando desafios em termos de perdas do envelhecimento, os ganhos acabam calcados em referências e padrões educativos que reforçam os modelos e desejos já presentes nas séries protagonizadas por jovens. As perdas, em contrapartida, são vistas sempre como algo típico da velhice e de forma irônica, muitas vezes mascarando preconceitos. Nessa direção, a produção, como critica a autora, acaba por não revelar ou explorar o quase inexistente debate em torno da heterogeneidade da velhice, organizando a narrativa em termos de variáveis pouco representativas da diversidade das experiências de envelhecer. Nas palavras da autora:

(...) De mulheres brancas, de classe alta, educadas, bem-sucedidas, heterossexuais, anglo-saxãs (Frankie é judia). Elas têm iphone, carros, computadores e duas casas. Ex-mulheres de advogados de sucesso, receberão pensões que ajudam a manter esse padrão. Essa representação exclui uma parcela significativa da velhice feminina, tanto no que diz respeito à raça, cor, classe e orientação sexual, mas também no que diz respeito à família. Não há espaço, no sistema de representação do seriado, para mulheres velhas sozinhas, sem filhos e sem família (BARBOSA, 2017, p. 1446).

⁷ E se vivêssemos todos juntos? (Originalmente: *Et si on vivait tous ensemble?*). Ano: 2011.

⁸ Grace e Frankie (Originalmente: *Grace and Frankie*). Ano: 2016.

Em termos da produção nacional, essa abordagem crítica, já presente na linha de outros estudos midiáticos aqui apresentados, também é assumida por Dantas (2017). Ancorada nas contribuições teóricas de Debert (2004 b), utiliza em sua análise o conceito de reprivatização da velhice ou responsabilidade individual pela gestão do próprio envelhecimento. Dantas analisa três produtos audiovisuais para televisão e um voltado para o cinema⁹. Defende a noção de visibilidade editada, ao apontar que nas quatro propostas, ainda que com diferentes formatos, permanece o mesmo discurso em torno de uma velhice idealizada, mais semelhante à uma noção igualmente idealizada de juventude, que passa por atividade e felicidade contínuas, dentro da lógica capitalista de consumo.

Em relação às revistas, Cristófol-Rodríguez e Méndiz-Noguero (2015) sinalizam que o conteúdo informativo de tais publicações tem se relacionado estreitamente com os interesses da publicidade, a fim de apresentar realidades palpáveis por meio do consumo. Os autores mencionam a criação, no âmbito da língua espanhola, de termos como *publirreportaje*, que consiste em uma mistura de publicidade e reportagem informativa, e *edutainment*, combinação entre educação e entretenimento. Em um estudo de revistas femininas da Espanha, os referidos pesquisadores perceberam uma forte presença das marcas de moda nestes veículos. Essas, segundo eles, necessitam desse tipo de mídia para difundir não apenas seus produtos, mas também seus valores, símbolos e ícones. As revistas, por outro lado, dependem do investimento publicitário para circular. Do espaço ocupado pela publicidade nas publicações consultadas, a maior parte advém do setor de Moda (68%), seguido pelo da Beleza (22,14%). Nota-se, ainda, que a adesão das marcas ocorre segundo o perfil econômico e da faixa etária do leitor alvo, em geral, de classe média ou alta e no máximo de meia idade.

A respeito de imagens difundidas por anunciantes de marcas de moda, Colette (2015) realizou um estudo sobre o uso da figura sexualizada da personagem bíblica Eva pela publicidade em revistas de moda. A autora explica que a caracterização é uma ferramenta poderosa para incitar a imaginação dos leitores, que podem visualizar os

⁹ Os produtos investigados foram: a) série de reportagens especiais sobre o envelhecimento no Jornal Nacional (TV Globo, 2017); b) reportagem exibida no programa Mais Você (TV Globo, 2016); c) série documental Muitos anos de vida (Alberto Renault, GNT, 2016); d) documentário Envelhescência (Gabriel Martinez, 2015).

personagens como pessoas reais e imaginar-se como um deles. No caso, a constante construção de uma imagem erotizada de Eva, como uma mulher indiscutivelmente desejável, pretende a venda de variados produtos de moda e beleza e de um conceito de feminilidade, sensual e jovial. Nos anúncios consultados, as mulheres que retratam Eva eram jovens e tinham seus corpos bastante expostos, na intenção de criar uma imagem de objeto de desejo sexual. Colette defende que a publicidade não cria, mas sim redireciona necessidades e desejos preexistentes. Segundo ela, trata-se de “um espelho dos nossos próprios valores culturais” (p. 10) e, por isso, compreende-se, facilmente e muitas vezes sem crítica, as mensagens transmitidas pelos anúncios.

Mais além, nos discursos publicitários, Brown (2015) comenta o paradigma da falsa publicidade em um estudo sobre a manipulação de imagens e sua regulamentação, especialmente nos Estados Unidos. A autora levanta a questão da busca pela perfeição inatingível nas fotografias dos anúncios. Brown comenta, ainda, que no Brasil houve uma tentativa sem sucesso de anexar por lei o aviso “atenção: imagem retocada para alterar a aparência física da pessoa retratada” (p. 93) em anúncios publicitários. Em Israel, as propagandas foram regulamentadas quanto às mudanças produzidas por computação gráfica e Índice de Massa Corpórea (IMC) limiar, a fim de garantir modelos de imagem saudável. Em reconhecimento do caráter instrutivo das propagandas, a autora considera que estas devem ser responsabilizadas por enganar consumidores sobre benefícios de um produto e induzi-los a um erro, como o de acreditar em uma imagem irreal e, portanto, inalcançável.

Por outro lado, diversificando o debate, Côrte (2013) considera importante reconhecer que as mídias, embora muitas vezes criticadas negativamente por pesquisadores e mesmo pelo público, servem também para denúncias, campanhas e mobilizações da população, inclusive no que tange ao idoso. Em estudo do contexto brasileiro, a autora aponta exemplos positivos transmitidos em telenovelas nacionais que abordaram temas relevantes, como a violência doméstica, a importância das campanhas de saúde e passe livre da pessoa idosa no transporte público. Para Côrte, quando bem utilizada, as mídias podem contribuir com a diminuição de atitudes discriminatórias em relação aos idosos e ao “longeviver” (p. 10). Ainda, “ser benéfica na informação e formação de novos conceitos que sejam base de uma vida mais digna para todos” (p. 7).

Embora as mídias sejam as mais discutidas pelos estudos levantados, recentes trabalhos científicos também apontam outros possíveis e influentes agentes da educação informal do cotidiano. As políticas públicas, por exemplo, segundo Vasconcelos e Seffner (2015) também constituem um “território de ensino” (p. 284). No caso das políticas de saúde, os autores comentam que estas funcionam como uma forma de educação dos corpos, realizada por meio de práticas pedagógicas formais e informais, que buscam inscrever identidades, formas e limites no alcance de um ideal corporal em diferentes idades.

De acordo com Góis Junior e Silva (2016), no final do século XIX e início do século XX, no Brasil, a fim de prevenir e controlar epidemias, foi introduzida a educação higiênica no currículo de instituições escolares. Segundo os pesquisadores, o interesse pela educação do corpo era tamanho que foram realizados altos investimentos no ensino sobre saúde e higiene. Médicos, enfermeiras, dentistas e professores de ginástica passaram a integrar o ambiente de escolas, que contavam ainda com o crescente oferecimento de educação física. Com a diversidade de educadores, surgiram confrontos entre perspectivas ensinadas tanto nas escolas como em ambientes informais, como a família e a religião, gerando centenas de hibridismos na formação sobre o cuidado do corpo e o processo de envelhecimento, especialmente no que tange a aspectos físicos.

A família também configura um papel reconhecido na educação informal, talvez menos investigada em termos de instrução para o envelhecimento e velhice, como observou-se com relação às mídias. Elias e Scotson (2000) apontam que no meio familiar ocorre a aprendizagem de valores sociais, como a decência e a moral. Nesse estudo sobre formas de pertencimento e exclusão social em uma pequena cidade do Reino Unido, conforme já citado, os autores verificaram que os ensinamentos transmitidos através de gerações visavam fortalecer a identidade e o status das famílias e seus membros. Além disso, a aprendizagem informal tinha em vista manter, ao longo dos tempos, as dinâmicas de discriminação de grupos superiores e inferiores. A instrução sobre os espaços e papéis sociais era introduzida a partir da infância, de forma que os códigos de conduta, baseados nas tradições locais, eram aprendidos desde cedo, na intenção de construir uma base para o envelhecimento.

Ademais da família, as relações de amizade também podem ser vistas como possíveis educadoras informais para o engajamento social ao longo da vida. Em um recente estudo sobre o Tinder, rede virtual para relacionamentos amorosos, Beleli (2015) apresenta o uso desse recurso e a construção de visibilidade por mulheres entre 35 e 48 anos que buscam um parceiro. Segundo a autora, as entrevistadas tomaram conhecimento do aplicativo através de mídias e das amigas. Com essas, buscavam aprender e construir aparências, mensagens e performances que as fizessem atraentes em sua idade e lhes conferissem relacionamentos duradouros.

Gomes (2014) e Henning (2014) tratam igualmente sobre como se dão as relações e trocas que se estabelecem nas redes virtuais homossexuais masculinas, em termos de relacionamentos de amizade e homoerotismo. Os pesquisadores exploraram como os modelos entendidos como positivos de envelhecimento impactam nesse universo e na composição da aparência, delineando as subsequentes categorias organizadoras das diferenças. Essas, por sua vez, sustentam formas de educar para negociar e ocupar diferentes espaços, performances e papéis sociais entre os homens mais velhos, especialmente nas relações intergeracionais homoafetivas que estabelecem a partir do ambiente virtual. Goffman (1985) reforça esse argumento, ao apontar que as expressões individuais, sejam gestos, falas ou mesmo roupas, são influenciadas pelas relações estabelecidas no cotidiano. Reforçando o espaço ocupado pela internet, como uma modalidade de mídia que mais adentra a intimidade do cotidiano, a fotografia aparece como recurso igualmente importante na definição dos desfechos relacionais.

Ainda no âmbito da internet, Silva, Cachioni e Lopes (2012) tratam etnograficamente a percepção de frequentadores da Universidade Aberta à Terceira Idade a respeito das imagens e tipos de aparência de idosos encontrados por eles em sites a respeito de diversos domínios da vida social. Notou-se a percepção de imagens dicotômicas, envolvendo negação da velhice *versus* exaltação da juventude. A não correspondência das respectivas imagens com a realidade e heterogeneidade das aparências dos participantes gerou crise identitária.

Assim, no cinema, em jornais ou revistas, dentre outras mídias e meios informais de educação, é possível perceber o potencial de tais veículos para legitimar comportamentos, discursos e ações (SANTANA & BELCHIOR, 2013), reais ou imaginadas, para o bem ou para o mal, em termos de promoção da exclusão ou inclusão

social ao longo do envelhecimento. Os estudos levantados demonstram que tanto as mídias e a publicidade como as políticas públicas, os amigos, a leitura e a família são relevantes à construção de papéis, espaços, visibilidade e integração social. No entanto, muitos dos estudos encontrados estavam mais focados apenas na performance das mídias. Mesmo quando tratados outros agentes educativos, os diferentes meios midiáticos aparecem como promotores de interação e absorção de conhecimento no cotidiano.

No caso da velhice e do envelhecimento, considerando o recorrente debate sobre o restrito e dicotômico escopo de imagens propagado através da educação informal, nota-se, no entanto, que pouco se sabe sobre o acesso e apropriação de ensinamentos informais pelo próprio velho e a partir dele. Em outras palavras, sabe-se que cotidianamente são divulgados conteúdos desfavoráveis, alguns outros mais favoráveis, sobre o idoso e que diferentes agentes informais detêm de relevância na confirmação destes retratos, bem como no ensinamento de maneiras para evitá-los ou defendê-los. Porém, carece-se de discussões e investigações sobre o quão as informações advindas das mídias e também da família, dos amigos e outros agentes informais são relevantes para idosos quando estes elaboram suas próprias estratégias de engajamento social, ainda muito de responsabilidade individual. Tal como sugere Cohen (1998), é necessário pensar mais “com” do que “sobre” a velhice (p. 68), apresentando, assim, experiências reais de idosos reais, que desejam coisas reais, no que tange a quem são e pretendem ser na velhice.

Considerações finais

A educação informal trata-se de um conjunto de agentes e ensinamentos que vão além dos currículos institucionais e dizem respeito à vivência e trocas em sociedade. Pode-se dizer que esta modalidade de ensino e aprendizagem é formulada a partir das relações, códigos e valores socioculturais. Esse tipo de experiência pode apontar o nível de inserção ou exclusão de um indivíduo em determinada cultura.

Na revisão narrativa realizada obteve-se que, dos possíveis agentes da educação informal, os mais estudados foram as mídias. Nota-se que essas constituem alvo de interesse de diferentes áreas do conhecimento. Em razão de seu potencial na atualidade para envolver, conceituar e transformar, positiva ou negativamente, o pensamento sobre

questões envolvendo públicos diversos, são centro também de árduas críticas pela propagação de imagens reducionistas, idealizadas e preconceituosas, especialmente do velho, foco do presente artigo. No entanto, percebe-se autores que relativizam seu entendido caráter manipulador e mercantilista, ampliando o debate. Notou-se, ainda, que as mídias, se comparadas às produções científicas, muitas vezes, problematizam mais prontamente e com maior comoção questões da velhice e do envelhecimento, além de elaborar conteúdos em formatos mais acessíveis a diferentes camadas da população.

Por fim, pelo fato da educação informal colaborar na caracterização dos contextos relacionais, investigações sobre formas de estabelecer ou não oportunidades de engajamento social ao longo da vida podem ser promissoras, inclusive no âmbito da atuação e responsabilidade social das diferentes mídias. Destaca-se que, ainda que se tenha localizado na literatura investigada um expressivo investimento em torno do papel das mídias como educadoras informais para a constituição da vida cotidiana, tal fato não impede que novas pesquisas busquem se aproximar da influência de outros agentes entre diferentes públicos e, inclusive, compará-los com as ações e os impactos das diversas mídias.

Referências

- ABOIM, Sofia. **Narrativas do envelhecimento: ser velho na sociedade contemporânea.** Tempo Social, revista de sociologia da USP, v. 26, nº 1, pp. 207-232, junho, 2014.
- BALTES, Paul B. & SMITH, Jacqui. **Novas fronteiras para o futuro do envelhecimento: da velhice bem-sucedida do idoso jovem aos dilemas da Quarta Idade.** Revista A Terceira Idade, SESC São Paulo, v. 17, nº 36, pp. 7-31, junho, 2006.
- BARBOSA, Karina Gomes. **Afetos e velhice feminina em *Grace and Frankie*.** Estudos Feministas, Florianópolis, v. 25, nº 3, pp. 1437-1447, setembro/dezembro, 2017.
- BELELI, Iara. **O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais.** Cadernos Pagu, Campinas, nº 44, pp. 91-114, janeiro/junho, 2015.
- BROWN, Ashley. **Picture [im]perfect: Photoshop redefining beauty in cosmetic advertisements, giving false advertising a run for the Money.** Texas Review of Entertainment and Sport Law, v. 16, nº 2, pp. 87-105, 2015.
- CAMARANO, Ana Amélia. **Estatuto do Idoso: avanços com contradições.** Rio de Janeiro: IPEA, 2013. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1840.pdf. Acessado em: 30/09/2014.
- CENTRO INTERNACIONAL DE LONGEVIDADE – BRASIL. **Envelhecimento ativo: um marco político em resposta à revolução da longevidade.** 1ª edição. Rio de Janeiro: 2015.

COHEN, Lawrence. Não há velhice na Índia: os usos da gerontologia. In: DEBERT, Guita Grin (org.). **Textos Didáticos nº 13: Antropologia e Velhice**, 2ª edição, pp. 65-118. Campinas: Textos Didáticos, 1998.

COLETTE, Shelly. **Eroticizing Eve: a narrative analysis of Eve images in fashion magazine advertising**. Journal of Feminist Studies in Religion, v. 31, nº 2, pp. 5-24, 2015.

CÔRTE, Beltrina. **O papel da comunicação na construção do nosso longeviver**. Revista Portal de Divulgação, São Paulo, v. 35, pp. 3-14, agosto, 2013.

CRISTÓFOL-RODRÍGUEZ, Carmen & MÉNDIZ-NOGUERO, Alfonso. **Análisis del brand placement en las revistas femeninas. Hibridación de discursos: informativo, publicitario y de la moda**. Revista Mediterránea de Comunicación, v. 6, nº 1, pp. 7-25, 2015.

DANTAS, Sílvia Góis. **O envelhecimento na tela: o discurso da velhice ativa em programas de TV e documentários**. Novos Olhares, v. 6, nº 1, pp. 101-114, 2017.

DEBERT, Guita Grin. **O velho na propaganda**. Cadernos Pagu, v. 21, p. 133-155, 2003.

DEBERT, Guita Grin. **A cultura adulta e juventude como valor**. Texto apresentado no 13º Seminário Temático - Imagens da modernidade: mídia, consumo e relações de poder, da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS). Coordenação: Esther Hamburger, Everado Rocha e Peter Fry. Caxambu, pp. 1-25, 2004 a.

DEBERT, Guita Grin. **A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento**. 1ª Edição, 1ª reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, FAPESP, 2004 b.

DELBONI, Bárbara; JOAQUIM, Stephanie Bittencourt; PLONER, Katia Simone & CYRINO, Luiz Arthur Rangel. **Gerascofobia: o medo de envelhecer na contemporaneidade**. Revista Brasileira de Ciências do Envelhecimento Humano, Passo Fundo, v. 10, nº 2, pp. 203-214, maio/agosto, 2013.

DIAS, Maria Angélica Ferreira, PAÚL, Constança Paúl & WATANABE, Helena Akemi Wada. **Representações sociais de velhice e suas relações com declínio e finitude em comentários e críticas publicados na mídia**. Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 17, nº 1, pp.125-143, 2014.

DIB, Claudio Zaki. **Formal, non-formal and informal education: concepts/applicability**. Cooperative Networks in Physics Education – Conference Proceedings 173, American Institute of Physics, pp. 300-315, 1988.

DOMÍNGUEZ, Trinidad Núñez. **Cine y envejecimiento activo: la imagen de la actividad física en las películas**. Escritos de Psicología, vol. 6, nº 2, pp. 20-25, maio/agosto, 2013.

ELIAS, Norbert & SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2000.

ESTATUTO DO IDOSO. **Lei n.º 10.741** de 01 de outubro de 2003. Brasília (DF): Senado Federal, 2003.

FERREIRA, Magda G. Ferreira, BIANCHI, Mariana, MENEGÓCIO, Alexandro M. & ZAGO, Gabriela Mariotoni. **Desconstruindo a imagem do idoso nos meios midiáticos**. Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 17, nº 4, pp.211-223, 2014.

GASPAR, Alberto. A educação formal e a educação informal em ciências. In: MOREIRA, Ildeu de Castro; MASSARANO, Luisa & BRITO, Fatima (orgs.). **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**, pp. 171-183. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Fórum de Ciência e Cultura, 2002.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GOHN, Maria da Glória. **Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas**. Ensaio: avaliação e políticas públicas em Educação, v. 14, nº 50, pp. 27-38, janeiro/março, 2006.

GÓIS JUNIOR, Edivaldo & SILVA, Leonardo Mattos da Motta. **Educação do corpo e higiene escolar na imprensa do Rio de Janeiro (1930-1939)**. Educação e Pesquisa, v. 42, nº 2, pp. 411-426, abril/junho, 2016.

GOMES, Paula. **Engajamento social, aparência e velhice homossexual masculina: caracterização dos aplicativos de relacionamento**. Trabalho de conclusão de curso. Graduação em Gerontologia. Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Orientação: Andrea Lopes. São Paulo: 2014.

GRANT, Maria J., & BOOTH, Andrew. **A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies**. Health Information and Libraries Journal, v. 26, nº 2, pp. 91-108, junho, 2009. doi:10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x

HENNING, Carlos. **Paizões, tiozões, e tias e cacuras: envelhecimento, meia idade, velhice e homoerotismo masculino na cidade de São Paulo**. Tese de doutorado. Programa de Antropologia Social, UNICAMP. Orientação: Guíta Grin Debert. Campinas: 2014.

KUSCHICK, Christa Liselote Berger Ramos & MACHADO, Felipe Viero Kolinski. **Compre, leia, siga e rejuvenesça! Sobre os sentidos movimentados e construídos por Veja acerca da velhice ao longo de sua história (1968-2014)**. Galaxia, São Paulo, nº 32, pp. 138-150, agosto, 2016.

LANGEVIN, Annete. **A construção social das idades: mulheres adultas de hoje e velhas de amanhã**. Caderno CRH, Salvador, nº 29, pp. 129-149, julho/dezembro, 1998.

MARTINS, Carla Cristina Siqueira & MARTINS, Ana Caroline Siqueira. **Cultura, consumo e mídia: o espetáculo “Moda” está no ar!** Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte, v. 8, nº 2, pp. 41-54, janeiro, 2016.

MASCIO, Antonella. **La moda como forma de valorización de las series de televisión.** Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Cuaderno 44, pp. 185-195, 2013.

MONTELEONE, Thiago Vinicius; WITTER, Carla & GAMA, Eliane Florencio. **Representação social de idosos: análise de imagens publicadas no discurso midiático.** Estudos Interdisciplinares do Envelhecimento, v. 20, n° 3, pp. 921-937, 2015.

NERI, Anita Liberalesso. **Palavras-chave em Gerontologia.** Campinas, SP: Editora Alínea, 2014 (Coleção Velhice e Sociedade). 4ª edição.

OMELCZUK, Fernanda & MONTEIRO, Gabriel Gouvêa. **Imagens de uma nova velhice: considerações a partir do filme “E se vivêssemos todos juntos”.** Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 17, n° 4, pp. 245-259, 2014.

PINHEIRO, Geisa Aparecida Dariva. **Educação e envelhecimento: atividade intelectual na terceira idade.** Dissertação de Mestrado. Faculdade de Educação. Universidade Estadual de Maringá. Orientação: Regina Taam. Maringá: 2009.

ROTHER, Edna Terezinha. **Revisão sistemática x Revisão narrativa.** Acta Paulista de Enfermagem, São Paulo, v. 20, n° 2, s/n, 2007.

SANTANA, Carla da Silva Santana & BELCHIOR, Carolina Guimarães. **A velhice nas telas do cinema: um olhar sobre a mudança dos papéis ocupacionais dos idosos.** Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 16, n° 1, pp. 93-116, 2013.

SILVA, Natália Polo; CACHIONI, Meire; LOPES, Andrea. **Velhice, imagem e aparência: a experiência de idosos da UNATI EACH-USP.** Revista Kairós Gerontologia, v. 15, n° 7, pp. 235-257, 2012.

UNIÓN DEMOCRÁTICA DE PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE ESPAÑA (UDP). **Deliberación mayores: investigación participativa sobre las personas mayores.** Colección Estudio. Gobierno de España, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. IMSERSO: 2009.

VASCONCELOS, Michele de Freitas Faria & SEFFNER, Fernando. **A pedagogia das políticas públicas de saúde: norma e fricções de gênero na feitura de corpos.** Cadernos Pagu, Campinas, n° 44, pp. 261-297, janeiro/junho, 2015.

VITORINO, Sueli dos Santos; MIRANDA, Maria Luiza Jesus & WITTER, Carla. **Educação e envelhecimento bem-sucedido: reflexões sobre saúde e autocuidado.** Revista Kairós Gerontologia, v. 15, n° 3, pp. 29-42, junho, 2012.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. News release (19 may 2016). **Life expectancy increased by 5 years since 2000, but health inequalities persist.** Disponível em: <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2016/health-inequalities-persist/en/>. Acessado em: 25/05/2017.