

## REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DO IDOSO NO CONTEXTO PANDÊMICO

Millena Pereira Araújo<sup>1</sup>  
Beatriz Marques Cavalcanti Marinho<sup>2</sup>  
Raisa Fernandes Mariz Simões<sup>3</sup>

### RESUMO

Fenômeno notório na contemporaneidade, o envelhecimento populacional é uma das características marcante das últimas décadas. Porém, a representação da velhice associada com o declínio físico e mental potencializa práticas discriminatórias que configuram e fortalecem o ageísmo, ainda fortemente enraizado na população brasileira. A partir da representação midiática, que exerce forte papel perante o povo, tais aspectos podem afetar positiva ou negativamente a percepção que a sociedade possui sobre o idoso, dada a construção deste tipo de informação. O objetivo principal deste artigo foi identificar a representação midiática do idoso no período pandêmico e sua relação com o ageísmo. A coleta de dados deu-se a partir dos títulos de matérias publicadas pelo portal de notícias online G1, referentes ao período de 25 de fevereiro a 20 de junho do ano de 2020. Realizou-se uma análise de conteúdo a fim de compreender significados e sentidos. De cunho qualitativo, os dados foram divididos em duas categorias, obtendo-se, a partir deles, a representação social midiática do idoso no Brasil no contexto pandêmico, marcada por exposições que podem influenciar a percepção da sociedade quanto a essa população, tendo em vista o enfoque das notícias veiculadas. As representações sociais envolvendo o idoso e a pandemia do novo COVID-19 encontradas neste estudo alertam para o cuidado do ramo jornalístico no trato das matérias. Neste sentido, sugere-se que estudos mais robustos de correlação entre a mídia, representação do idoso e percepção da sociedade sejam realizados, para que busquem as melhores estratégias de enfrentamento ao ageísmo.

**Palavras-chave:** Pandemia, Representação Social, Idosos, Mídia.

### INTRODUÇÃO

O envelhecimento assume caráter de declínio, relacionado à decadência física e mental, preconizada como falta de capacidade, habilidades, distorção perceptiva de si, distanciamento social e sexualidade (GUERRA; CALDAS, 2010), sendo um processo bastante complexo que percorre todo o linear da vida, atravessado por mudanças físicas, psicológicas e sociais que podem colocar o idoso numa posição de vulnerabilidade. Este cenário também é permeado por preconceitos e estereótipos, e embora este percurso de

<sup>1</sup> Graduanda do Curso de Psicologia da Universidade Estadual da Paraíba- UEPB, [millenapereiraah@gmail.com](mailto:millenapereiraah@gmail.com);

<sup>2</sup> Graduanda do Curso de Psicologia da Universidade Estadual da Paraíba- UEPB, [biamcmarinho@gmail.com](mailto:biamcmarinho@gmail.com);

<sup>3</sup> Professora Mestre em Saúde Pública, Docente do curso de Psicologia, Universidade Estadual da Paraíba- UEPB, [raisamariz@gmail.com](mailto:raisamariz@gmail.com).

reconstrução esteja sendo percorrido, as concepções deterministas ainda resistem. (MONTELEONE; WITTER; GAMA, 2012).

Para Dias (2014), o aumento demográfico da população idosa é um fenômeno característico das sociedades contemporâneas ocidentais, marcadas pela elevada expectativa de vida, resultante, majoritariamente, dos avanços tecnológicos e científicos da medicina. Ao passo que este avanço é constatado, surgem também novos acontecimentos que colocam a população mundial em risco, a exemplo da pandemia do novo Coronavírus - COVID-19, que surgiu recentemente e está afetando, principalmente, a população idosa e deixando-a em extrema vulnerabilidade, exigindo medidas que contornem a crise mundial instaurada, e fomentem a identificação de fatores que possam assegurar a boa qualidade de vida na velhice, tanto para os idosos quanto para sociedade.

No Brasil, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015) há projeções indicando que, em 2025, este será o sexto maior país do mundo em termos de habitantes na terceira idade, chegando a atingir 232,5 milhões de cidadãos, sendo 57 milhões de idosos (24,5%) (IBGE, 2018). Assim, o país que, até a década de 1980, era considerado jovem, já sente o impacto da rápida mudança do perfil etário da população, e passará a ser um dos países com maior número de idosos.

Segundo Silva (2015), o aumento da população idosa no país encontrou alguns entraves, posta a rapidez que se deu o processo, e a uma conjuntura recessiva e uma crise fiscal que dificultam um sistema de proteção social a todos os idosos. Assim, a visão conceitual que envolveu o envelhecimento nos espaços políticos e na academia, compreende que a população idosa de maneira geral representa um segmento homogêneo, com necessidades e experiências comuns (CAMARGO, PASINATO, 2004).

Dessa maneira, o envelhecimento assume no Brasil a característica de “problema” e não de conquista, sendo os idosos vistos como um peso social à família, à sociedade e ao Estado. Isto traz implicações diretas na concepção da velhice de forma negativa, por desconhecer o processo de envelhecimento que é contínuo e irreversível desde o nascimento, bem como associá-lo a fatores de dependência e incapacidade (SILVA, 2015).

Neri (2005) considera que as políticas de proteção social no Brasil têm uma concepção negativa sobre velhice, baseada em crenças inadequadas que favorecem e intensificam os preconceitos e discriminações. Assim, em razão do imaginário social associar o envelhecimento à incapacidade, dependência, doenças, entre outras coisas, geram-se muitos preconceitos e discriminações. Nesse sentido, Araújo e Carvalho (2004) atentam à

necessidade do reconhecimento do processo de envelhecimento como acúmulo de sabedoria e experiências, sofrendo influência socioeconômica e destoando aos estigmas desta população.

No tocante a esta construção social, Silva (2015) discute que a causa do envelhecimento social se dá, na nossa cultura, pela crise de identidade, mudança de papéis, aposentadoria, perdas diversas e, principalmente, a perda dos contatos sociais, preconceitos em razão da valorização demasiada da juventude, que tem como foco fortalecer o consumo da produção econômica. Dessa forma, essas concepções negativas contribuem para o desenvolvimento do isolamento social e da solidão, podendo implicar em problemas de saúde e prejudicar o bem-estar psicológico.

Posto isso, Butler (1980) afirma que ageísmo compreende ao processo de estereotipar sistematicamente e discriminar pessoas pelo simples fato de elas serem velhas, podendo afetar desde decisões de contratação e demissão até cuidados médicos e política social. Em consonância, Goldani (2010) aponta que o conceito, surge partindo da caracterização do envelhecimento por meio de atitudes discriminatórias e estereotipização em função da idade da população idosa, praticada individual ou socialmente.

Para Cunha (2018), as atitudes das pessoas, num todo, moldam a forma como a velhice é vista, aquilo que se espera do processo de envelhecimento e do ser-se idoso(a), repercutindo sobre a forma como a velhice será vivida pelo indivíduo. Segundo a autora ainda se a sociedade possui uma concepção depreciativa da velhice, então esperar-se-á que as atitudes das pessoas idosas face ao próprio envelhecimento sejam negativas, comprometendo o envelhecimento bem-sucedido. Nessa direção, em seu trabalho Cunha (2018), é incisiva ao acusar que a incorporação inconsciente e cumulativa de estereótipos pode levar a pessoa a tomar atitudes negativas face ao envelhecimento, gerindo-se pelas definições enviesadas que lhe são apresentadas, e conseqüentemente afetando o seu funcionamento global.

O envelhecer não se torna somente uma responsabilidade individual de cada sujeito, mas pública devido ao acesso de condições igualitárias a todos para uma qualidade de vida, bem como investimentos na área da saúde e educação ao longo de toda a vida (SILVA, 2015). Os determinantes sociais conferem características decisivas no processo de envelhecimento biológico, que são peculiares de cada sociedade, do momento histórico da mesma sociedade (NERI, 2008). Assim, a pessoa idosa pode assumir o papel de peso social em certas comunidades ou, em outras, cultuada como alguém valorizado.

Em contrapartida a visão de declínio, o paradigma do *lifespan* abarca o desenvolvimento humano como processo contínuo, levando em consideração influências

genéticas, biológicas, sociais e culturais, assim como fatores múltiplos, marcado por perdas e ganhos, na interação indivíduo-sociedade (NERI, 2006). Logo, a teoria do *lifespan* é imprescindível para compreensão de fenômenos acerca do envelhecimento na sociedade. Para Silva (2015), não há dúvidas que para a mudança simbólica deste status negativo e depreciativo da velhice é necessário o protagonismo social dos idosos, porque através deste pode-se desconstruir a visão segmentada de que a velhice representa somente fragilidade e dependência.

Dessa maneira, os meios de comunicação assumem o papel de ferramentas primordiais na construção e disseminação de arranjos sobre a visão de mundo, assim como para a formação de representações sociais sobre determinados temas (MONTELEONE; WITTER; GAMA, 2012). A representação midiática, principalmente jornalística, dos idosos funciona como a reprodutora de estereótipos, trazendo a velhice como momento de perdas, com ênfase nos processos negativos desta faixa etária, embora alguns idosos também relatam experienciar um caráter ativo e independente (FÉLIX; SANTOS, 2011).

A Pandemia do COVID-19 evidencia-se como um importante analisador de como as relações entre o social e o biológico se estabelecem, a partir dos discursos político-sanitários vigentes, no contexto atual do Brasil (SPADACIO e ALVES, 2020). Principalmente ao considerar como linha de base conceitual, a noção de epidemia como evento social, que para, Stark (1977) representa a configuração da doença como um evento com dimensões ideológicas, políticas e socioeconômicas. Logo, o social no processo saúde-doença emerge com os fenômenos epidêmicos.

Especificamente tratando-se dos idosos que constituem a parcela da população mais vulnerável, quando se trata da contaminação pelo COVID-19, percebem-se os maiores índices de mortalidade. Nesse sentido, além do temor frente possível aquisição do vírus e risco de vida, a pandemia pode impactar também a saúde mental e o bem-estar psicológico da população devido a mudanças nas rotinas e nas relações familiares (ORNELL et al., 2020). O ser idoso apresenta assim, inúmeras configurações possíveis, com implicações emocionais, econômicas e de saúde para além do Coronavírus (SPADACIO e ALVES, 2020).

Todo este cenário emana a necessidade de pensar no idoso partindo do confronto com as dificuldades econômicas, de saúde, sociais, culturais, éticas e morais envolvidas nas relações com os idosos, aflorados pela repentina pandemia, abordando a complexidade inerente como problema fundamental e novo paradigma (HAMMERSCHMIDT; BONATELLI; CARVALHO, 2020). Ademais, a falta de conhecimento sobre o

envelhecimento por si só, já é um fator comprometedor do desenvolvimento saudável do idoso, que acaba por ser agravada, à medida que são geradas crenças que reforçam a desvalorização e enfraquecem as oportunidades sociais e de saúde.

Postas estas questões, a este trabalho objetiva identificar a representação midiática do idoso no período pandêmico e sua relação com o ageísmo, promovendo a reflexão sobre os estereótipos dissipados e como reverberam na sociedade a partir do entendimento midiático sobre a população idosa, particularmente, através do portal de notícia online mais acessado do país.

## **METODOLOGIA**

O presente estudo avaliou títulos de matérias, veiculadas por um site de notícias de grande extensão e alcance no Brasil, referentes ao período de 25 de fevereiro - com o primeiro caso confirmado de COVID-19 no Brasil, a 20 de junho do ano de 2020, data quem que foi encerrado o presente artigo. Lançado em setembro de 2011, o G1 é um site organizado pelo Grupo Globo e derivado do GloboNews.com, cujo *slogan* é “Saiba mais. Saiba antes”.

Destacando-se como sendo um dos sites mais interativos, o G1 tem suas publicações atualizadas constantemente, repercutindo em informações precisas e atuais. Segundo Cruz (2019), um dos canais da Rede Globo, o site “anuncie na globo.com”, apresentava dados onde os números de visitantes ultrapassam 52. 8 milhões, tendo 510,4 milhões de páginas vistas. Isto foi decisivo para a escolha deste site como fonte singular da coleta de dados, dada magnitude e compromisso social que a mídia pode assumir, na medida que impacta (re)criando representações sociais.

Rodrigues e Alencar (2015) atentam ao fato da noticiabilidade ter de ser levada em consideração ao tratar da construção das matérias, posto que essa se trata do conjunto de elementos por meio dos quais o aparato informativo controla e administra tanto à quantidade quanto o tipo de acontecimento que serve de base para a seleção de notícias. O autor Mauro Wolf (2003), atenta, ainda, que nesse processo se faz necessária a definição de valores-notícia como um componente da noticiabilidade.

Estes por sua vez, segundo Wolf (2003), são definidos como critérios de relevância difundidos ao longo de todo processo de produção, concomitantemente estando presentes na seleção de notícias, e permeando os procedimentos posteriores, com uma importância diferente. Além de funcionarem como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo

o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público (RODRIGUES; ALENCAR, 2015, p. 3).

Inicialmente, realizou-se um levantamento das publicações no portal G1, totalizando 252 notícias. O critério de inclusão foi definido através da visibilidade midiática acerca da pandemia do novo Coronavírus - COVID-19, podendo-se inferir a notoriedade mundial que tal fenômeno obteve. Em seguida, para compor a amostra, foi realizada uma análise dos títulos das matérias, tendo como critério de classificação a presença de pessoas idosas e a pandemia como fontes principais.

A pesquisa tem cunho qualitativo, levando-se em consideração a articulação dos sentidos e as significações, segundo Bardin (2016) a um conjunto de técnicas e procedimentos sistemáticos. Desse modo, Silva e Fossá (2015), consideram a análise de conteúdo uma técnica de análise das comunicações, que irá analisar o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador. Na análise do material, buscou-se classificá-los em temas ou categorias que auxiliam na compreensão do que está por trás dos discursos.

Sendo ainda, o caminho percorrido pela análise de conteúdo, ao longo dos anos, perpassam por diversas fontes de dados (SILVA; FOSSÁ, 2015). Logo, através desses aspectos aplicáveis na comunicação, em seus mais variados discursos, podem ser descobertos novos aspectos, modelos e estruturas veladas decorrente da ambiguidade e polissemia atribuída aos títulos.

A coleta de dados foi realizada por meio das versões online publicadas pelo portal G1, e todas as matérias foram minuciosamente analisadas, sendo, posteriormente, organizadas em uma planilha agrupada por títulos e informações de forma semântica e lexical. Por conseguinte, foi possível categorizar os títulos obtidos de acordo com Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016).

A posteriori, segundo Bardin (2016), a condução da análise de conteúdo, seguiu os seguintes procedimentos: A *Pré-Análise* (Leitura Flutuante, Constituição do Corpus), *Exploração do Material* (Recorte do texto em unidades de registro, escolha das regras de contagem e classificação e junção dos dados em categorias), *Tratamento dos Resultados Obtidos e Interpretação*. Assim, mediante leitura e exploração das informações registradas, alguns núcleos temáticos foram delimitados, descritos, e articulados com o referencial teórico.

Por fim, ao inferir congruência e inter-relações entre os títulos e o objetivo desta pesquisa, assim como relações entre significações denotativas e conotativas, foi possível

realizar discussões e resultados apresentados no próximo tópico, a partir de tabelas e enfoque discursivo.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como resultados, foram selecionadas 252 notícias pertencentes ao critério de inclusão. Foi possível estabelecer a criação de duas categorias, que contemplam o corpus escolhido, sendo elas: notificações sobre a população idosa e repercussões junto à população idosa. Cada categoria contará com a presença de uma tabela, explanando o enunciado principal na atribuição de sentidos para a análise que pode ser observada na sequência.

**TABELA 1 – Notificações sobre a população idosa**

<b>Enunciado</b>	<b>Frequência</b>	<b>Finalidade</b>
Óbitos	123	Informar o número de idosos vítimas fatais do COVID-19
Recuperados	43	Informar o número de idosos que se recuperaram do COVID-19
Contaminações	28	Informar o número de idosos acometidos pelo COVID-19
Atendimento negligenciado	6	Informar o número de idosos vítimas do COVID-19 que tiveram seus atendimentos médicos “negligenciados”.
<b>Total:</b>	194	

*Fonte: G1, 2020.*

Frente ao contexto pandêmico, do ponto de vista jornalístico, as notícias sensacionalistas encontram um nicho. Segundo Ledur e colaboradores (2015), a mídia retrata o idoso de forma satisfatória aos seus interesses, estando estes diretamente influenciados pela necessidade de divulgação momentânea. Já para as autoras Barros e Pereira (2019) a mídia deveria propagar um estado geral de saúde da população, no entanto, o que observa-se é a ênfase na população idosa envelhecendo de forma doentia, ou seja, muito mais vulneráveis.

Ademais, a morte é uma temática que desperta interesse a todos, igualmente, independente do nível cultural ou econômico, e grande parte da população tem a morte como objeto de fascínio (SOBRINHO, 1995), reiterando a necessidade de informação, independente da intelectualidade ou classe social.

Contudo, a situação do idoso vítima do ageísmo, coloca-o em situação de associação natural com o adoecimento, onde os veículos midiáticos o retratam em situação de espera pelos serviços de saúde, aguardando atendimentos em saúde (BARROS e PEREIRA, 2019). A fim de consonância com essa questão, Campos e colaboradores (2010) citam que, por vezes, os idosos não são atendidos ou, em caso afirmativo, somente após muita demora, desrespeitando sobre tudo a dignidade do idoso e seu direito de atendimento prioritário com qualidade.

Nesse sentido, Barros e Pereira (2019) acreditam que a imparcialidade da mídia se faz importante ao passo que, demonstrando todo o processo de envelhecimento, repercute para que a população passe a vê-lo de forma natural, devendo ecoar em ações positivas aos cuidados com a saúde desta população e não apenas as situações de doenças que os atinge.

Rodrigues e Alencar (2015) alegam que, partindo dessa perspectiva, entende-se que a sociedade contemporânea se sente familiarizada com o sensacionalismo, e, desse modo, os fatos sensacionalistas dos meios de comunicação tornam-se quase que “normais” no seu dia-a-dia. As autoras ainda apontam que linguagem do sensacionalismo é popular, e as pessoas não sentem a dimensão do impacto da questão tratada, deixando-se levar pela curiosidade corriqueira e tornando essa relação de tragédia versus consumo, um ciclo vicioso.

Dados exacerbados que apontem a finitude, justamente na velhice, que é considerada a última etapa da vida, por mais inevitável que seja, podem impactar no reforço de estereótipos negativos acerca do envelhecimento, que segundo Silva e Xavier (2013), já é visto como algo ruim, além do suporte social e psicológico para este processo ser escasso, prontamente as mídias sociais podem retratar e fortalecer aspectos positivos da velhice, assim como, promover educação em saúde para essa população.

**TABELA 2 – Repercussões junto à população idosa**

<b>Enunciado</b>	<b>Frequência</b>	<b>Finalidade</b>
Inovação/ (re)invenção	23	Informar diferentes estratégias de promoção em saúde adotadas para com a população idosa no contexto pandêmico.
Medidas governamentais	11	Informar diferentes estratégias de promoção em saúde adotadas para com a população idosa no contexto pandêmico desenvolvidas pelo Governo.
Informações em saúde	13	Informar: diferentes estratégias de promoção em saúde adotadas para com/ pela a população idosa; conscientizar sobre a vulnerabilidade desse grupo; e atualizar sobre as discussões vigentes sobre o COVID-19 junto ao idoso.



---

Impactos	5	Informar sobre os impactos da pandemia do novo COVID-16 frente à população idosa; reverberações econômicas, com destaque aos asilos, que sofreram perdas significativas nas doações que recebem.
<b>Total:</b>	<b>52</b>	

---

Fonte: G1, 2020.

Sabe-se que diante da pandemia do novo coronavírus, faz-se necessário a articulação de medidas que suscitem a prevenção e promoção da saúde, com ênfase aos grupos que se caracterizam como vulneráveis a doença. Segundo Campos (2005), a promoção da saúde está relacionada ao desenvolvimento de ações direcionadas a criação de ambientes saudáveis que favoreçam a saúde, bem como, formulação de políticas públicas que visem o fomento a melhores condições de vida e reorientação da organização dos serviços de saúde; de maneira mais simplificada, a promoção está relacionada ao saber “lidar com causas, prevenir doenças, atuar sobre riscos e assistir pessoas, limitar danos e evitar mortes prematuras” (Campos, 2005, p.13).

As práticas de promoção da saúde, ademais, estão associadas a importância de se instrumentalizar o indivíduo, possibilitando a população o acesso a informações, para que assim ele possa atuar frente a sua própria qualidade de vida (SKURA *et al.*, 2013). Tendo em vista tal conceituação, a comunicação propagada através das mídias digitais, se apresenta como uma ferramenta, ofertando à população informações relacionadas a medidas de ações e estratégias de apoio e alerta para sinais e sintomas do Covid-19.

No que concerne aos sistemas de comunicação midiáticos, de acordo com Barros e Pereira (2019), caracterizam-se como um grande meio influenciador, capaz de modificar hábitos e conceito éticos, bem como, proporcionar propagação de informações com o conhecimento para que as pessoas adentrem na velhice de maneira saudável, como também apresentando notícias vinculadas a seus direitos e deveres.

Destarte, a influência realizada pela comunicação midiática caracteriza-se como um instrumento propagador de promoção de saúde, como pode-se identificar através dos dados apresentados na tabela 2, ao utilizar-se de seu poder para transmitir informações associadas a estratégias de saúde e os impactos suscitados pelo Covid-19 na população idosa. Logo, proporciona o acesso a conhecimentos que podem prevenir que a população idosa seja ainda mais afetada pela disseminação deste vírus.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados obtidos o ageísmo não foi diretamente percebido, porém se encontram sinais relacionados à linha tênue entre a velhice e a finitude, a partir de dados que reforçam estereótipos negativos e a vulnerabilidade da população idosa, maior vítima dos óbitos a partir da contaminação pelo COVID-19. Pôde-se inferir a presença majoritária de notícias que explicitam números de idosos vitimados pelo COVID-19, debruçados principalmente sobre os óbitos retratados nos títulos das matérias.

As questões relacionadas às estratégias que contornam o sofrimento psíquico da pessoa idosa em tempos de pandemia enquanto grupo de risco, agravado pelo mártir do ageísmo, são esmagadas por números que reforçam a vulnerabilidade do idoso. Desta forma, a pesquisa foi fundamental para a compreensão das representações do idoso brasileiro publicados em uma plataforma online de grande alcance no país, visualizando que as temáticas discutidas reforçam o discurso do contexto vivido acerca dessa população.

A pesquisa apresenta limitações, na medida que representa um recorte anual contemplando apenas um portal de notícias online. Entretanto, faz-se de suma importância o reconhecimento dos resultados obtidos, fecundando novas possibilidades de ampliação desta análise, abarcando um maior período temporal e variação midiática. Propiciar novas pesquisas acerca desta temática é de extrema importância para compreender as representações sociais emanadas dos veículos de mídia online relacionada a pessoas idosas em tempos de pandemia, pelos atravessamentos persistentes em práticas construídas social e culturalmente.

Nesse sentido, ao pesquisar no portal de notícia online mais acessado do país, constatou-se a necessidade de pensar em estratégias/recursos midiáticos sobre os idosos que cheguem à população geral não reforçando estereótipos negativos, logo, a construção de trabalhos que não deteriorem a imagem do idoso. Conclui-se, então, que a reflexão acerca do modo como a mídia impacta a construção social sobre a velhice é necessária para implementação de práticas de desconstrução e inserção do idoso na sociedade.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, L. F.; CARVALHO, V. A. M. L. Velhices: estudos comparativos das representações sociais entre idosos de grupos de convivência. **Textos Envelhecimento**. p.7: 1-10, 2004.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução: Luís Augusto Pinheiro. Edições 70. São Paulo, 2016.

BARROS, G. R.; PEREIRA, E. M. Idosos e os diferentes meios midiáticos, as interferências na saúde desta população. In: 1º CONGRESSO IBERO-AMERICANO SOBRE ECOLOGIA DOS MEIOS - DA ALDEIA GLOBAL À MOBILIDADE. **Anais**. p.13, 2019.

BUTLER, R. N. Ageism: A foreword. **Journal of Social Issues**. v. 36, n.2, p. 8-11, 1980.

CUNHA, C. N. L. da. ATITUDES FACE AO ENVELHECIMENTO: ADAPTAÇÃO E VALIDAÇÃO PORTUGUESA DO ATTITUDES TO AGEING QUESTIONNAIRE, VERSÃO CURTA (AAQ-12). **Dissertação apresentada no Mestrado em Temas de Psicologia- Psicogerontologia**. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto. p. 31, 2018.

CAMARANO, A. A.; PASINATO, M. T. O envelhecimento populacional na agenda das políticas públicas. In: **Os novos idosos brasileiros: muito além dos 60?**, IPEA. Rio de Janeiro, p. 253-292, 2004.

CAMPOS, A.S.; AKERMAN, M. et al. Promoção da saúde e prevenção de doenças. **Mídia Alternativa**. São Paulo. 2005.

CAMPOS, P. C. et al. Jornalismo e Sociedade: Cobertura sobre Terceira Idade na imprensa Brasileira. **Revista Kairós: Gerontologia**. v.13, n. 1, p. 73-103, 2010.

CRUZ, Lucas Coutinho da. A nova carta do leitor: do classicismo à ironia. **Revista Científica Multidisciplinar- UNIFLU**. v. 4, n. 1, p.154-169, 2019.

DIAS, M. A. F; Paúl, C; WATANABE, H. A. W. Representações sociais de velhice e suas relações com declínio e finitude em comentários e críticas publicados na mídia. **Revista kairós: Gerontologia**. v. 17, n. 1, p. 125-143, 2014.

FÉLIX, L. B.; SANTOS, M. F. S. A velhice na mídia escrita: um estudo em representações sociais. **RBCEH- Revista Brasileira de Ciências do Envelhecimento Humano**. v. 8, p. 363-374, 2011.

GOLDANI, A. M. "Ageism" in Brazil: what is it? who does it? what to do with it? **Revista brasileira em estudo de população**. São Paulo, v. 27, n. 2, p. 385-405, 2010.

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

HAMMERSCHMIDT, K. S. A.; BONATELLI, L. C. S.; CARVALHO, A. A. Caminho da esperança nas relações envolvendo os idosos: olhar da complexidade sob pandemia do COVID-19. **Texto & Contexto- Enfermagem**, Santa Catarina, p. 1-13, 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por amostra de domicílios**. Rio de Janeiro, p. 134, 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Síntese de indicadores sociais: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Rio de Janeiro, p. 105, 2015.

LEDUR, J. A.; MAZO, J. Z. GONÇALVES, A. K. XX Campeonato Mundial de Atletismo Master: representações sobre o atleta idoso na mídia. **Revista kairós: Gerontologia**. v. 18, n. 3, p. 245-264, 2015.

MONTELEONE, T. V.; WITTER, C. GAMA, E. F. Representação social de idosos: Análise das imagens publicadas no discurso midiático. **Estudo Interdisciplinar em Envelhecimento**. Porto Alegre, v. 20, n.3, p. 921-937, 2015.

NERI, A. L. As políticas de atendimento aos idosos direitos da pessoa idosa. **A Terceira Idade**. São Paulo, v. 16, n. 34, p. 7-25, 2005.

\_\_\_\_\_. O legado de Paul B. Baltes à Psicologia do Desenvolvimento e do Envelhecimento. **Temas em psicologia**. Ribeirão Preto, v. 14, n. 1, p. 17-34, 2006.

\_\_\_\_\_. Palavras-Chave em Gerontologia. **Editora Alínea**. Campinas, p- 285, 2008.

ORNELL, F.; SCHUCH, J. B.; SORDI, A. O.; KESSLER, F. H. P. Pandemic fear and COVID-19: Mental health burden and strategies. **Brazilian Journal of Psychiatry**. 2020.

RODRIGUES, B. F.; ALENCAR, M. O. Morte e sensacionalismo como notícia: o caso de linchamento em São Luís e a cobertura do portal G1 Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. In: **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, p.1-12, 2015.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T.. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualit@s Revista Eletrônica**. V.17, N.1, P.1-14, 2015.

SILVA, F. L. S. **Redes sociais digitais e apoio social no envelhecimento**. 2015. 117p. Dissertação (Mestrado em Envelhecimento Humano)– Universidade de Passo Fundo, Passo fundo, p. 117, 2015.

SILVA, N. N. L; XAVIER, M. P. A terceira idade como foco das propagandas midiáticas de consumo. **Psicologia Revista**. v. 21, n. 2, p. 203-215, 2013.

SKURA, I.; VELHO, A. P. M.; FRANCISCO, C. C. B. Mídias sociais digitais e a terceira idade: em busca de uma ferramenta para a promoção da saúde. **Revista Kairós Gerontologia**. São Paulo, p. 237-249, 2013.

SOBRINHO, D. A. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. Editora Sumus. São Paulo, p. 151, 1995.

SPADACIO, C.; ALVES, M. G. M. Nos entremeios: o biológico e o social no Brasil no contexto da COVID-19 e o papel da Atenção Primária à Saúde. **APS em Revista**. v. 2, n. 1, p. 61-65, 2020.

STARK, E. The epidemic as a social event. **International Journal of Health Services**. v. 07, n. 04, p. 681-705, 1977.

WOLF, M. **Teorias da comunicação de massa**. Editora Martins Fontes, São Paulo, p.145, 2003.