

## O IDOSO NA MÍDIA: A MODA PROPULSORA DE ESTILO DE VIDA NO LAR TORRES DE MELO

*The Old in the Media: Propulsora Fashion Lifestyle in the Torres de Melo*

Regina Célia Santos de Almeida <regina.almeida@fate.edu.br>;  
MÔNICA GABRIEL SILVA ALBUQUERQUE <m\_alb25@yahoo.com.br>

**Resumo:** O presente artigo apresenta uma discussão sobre a mídia local que divulgou o desfile de moda dos idosos do Lar Torres de Melo promovido pelos estudantes de Design em Moda da UFC, no caso os portais do Jornal o Povo e o Diário do Nordeste. Esses eventos buscam promover a inclusão social de idosos, quebrando paradigmas, pois a moda é um fenômeno global dos estilos de vestir, inseridos nesse contexto encontram-se pessoas da terceira idade.

**Palavras chave:** Mídia local; terceira idade; moda.

**Abstract:** This article presents a discussion about the local media that published the fashion show for the elderly of the Lar Torres de Melo promoted by the students of Design in Fashion of the UFC, in the case the portals of the newspaper the People and the Diary of the Northeast. These events seek to promote the social inclusion of the elderly, breaking paradigms, since fashion is a global phenomenon of dress styles, inserted in this context are people of the elderly.

**Keywords:** Local media; third Age; fashion.

### Introdução

O presente artigo foi realizado com o intuito de analisar a comunicação e a experiência da terceira idade na moda, tendo como principal foco a atuação da mídia local, aliada ao desfile dos idosos do Lar Torres de Melo, produzido por estudantes do Curso de Design em Moda, do 2º e 6º semestres da UFC - Universidade Federal do Ceará. O evento teve como protagonistas idosos a partir de 65 anos.

A Revista Vogue, na edição nº 438, de fevereiro de 2015 desenvolveu um trabalho parecido, com pessoas de 65 a 90 anos, publicando um editorial voltado para a inclusão social do idoso no contexto da moda, onde eles desfilaram para a marca italiana Dolce & Gabbana. No decorrer desse artigo vamos dialogar com autores que contextualizam assuntos inerentes a terceira idade e retratam o fator de envelhecimento, dentre eles destacamos: DEBERT (2003, pág. 143), “os velhos nos anúncios publicitários, em que a

personagem de mais idade pode acionar uma multiplicidade de significados”, Portella(2004), ALVES JUNIOR (2006) e outros de relevância para a escrita do artigo científico.

Para tanto, os idealizadores do evento em questão, apostaram no público idoso de uma instituição asilar: o Lar Torres de Melo em Fortaleza Ceará. Foi realizada uma pesquisa de campo para coleta de dados através de entrevista com 5 idosos, 2 estudantes e a orientadora do projeto. Houve um procedimento de preparação, desde a criação das roupas usadas no desfile, bem como a escolha dos modelos.

A elaboração desse artigo em Pós Graduação do Curso de Assessoria de Comunicação, na Fac, surgiu com a inquietação na qual derivou no desenvolvimento de um vídeo documentário, fruto do TCC, da conclusão do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, para entender o processo de envelhecimento e dar continuidade ao projeto de pesquisa que teve como tema: Desafios na Terceira Idade no Lar Torres de Melo que, além de despertar um novo olhar para a questão dos idosos em sistema de asilamento, dará continuidade ao projeto de pesquisa anterior, só que por outro viés com foco na mídia.

Diante do exposto, o presente trabalho está dividido nos seguintes tópicos, sendo que o primeiro aborda sobre: o conceito de envelhecimento e a mídia através da publicidade oferecendo um novo cenário mercadológico de consumo para o idoso.

No segundo tópico apresenta as ações do desfile de moda e a repercussão promovido pelos estudantes da UFC na mídia local.

No terceiro tópico, busca-se entender as idosas do Lar Torres de Melo e suas impressões sobre o desfile de moda. A partir desses elementos buscaremos identificar a atuação da mídia, por meio das experiências das idosas no cenário da moda.

A abordagem da pesquisa será de cunho qualitativo que integrará a metodologia utilizada no desenvolvimento desta pesquisa. Inserido nesse contexto Mills (1982) explica que:

No arquivo que vou descrever unem-se a experiência pessoal e as atividades profissionais os estudos em elaboração e os estudos planejados. Nesse arquivo, o estudioso como artesão intelectual tentará juntar o que está fazendo intelectualmente e o que experimentado como pessoa. (MILLS, 1982, PÁG. 222).

Logo, a pesquisa qualitativa é aquela capaz de unificar a questão do significado e da intencionalidade como essenciais aos atos, às relações e às estruturas sociais, sendo essas últimas tomadas, tanto no seu aparecimento quanto nas suas transformações, como construções humanas significativas (BARDIN, 1977).

Desta forma, utilizamos análise de conteúdo e trabalhamos com entrevistas para compreender a experiência dos aspectos gerais da realidade vivenciada pelos idosos. Sendo assim, procura-se entender como percebem sua autoestima a partir do estudo dos dados expostos nesta investigação, além de uma breve análise sobre a relevância desses atores na representatividade na mídia.

A análise de conteúdo multiplica as atenções ao concentrar-se nas adaptações das informações em matéria de inovação metodológica. Segundo Bardin, (2009, p.27): “Mas observa com interesse as tentativas que se fazem no campo alargado da análise de comunicações: lexicometria, enunciação linguística, análise de conversação, documentação e base de dados, etc”.

Dessa forma, o presente artigo procurou compreender a satisfação das idosas com o vestuários através das suas sensações vividas no desfile de moda com looks produzidos para esse público, inclusive fazer uma análise sobre a relevância dessa modalidade de políticas de inclusão social para as idosas nessa nova visão mercadológica para a terceira idade.

### **O Idoso na Sociedade Contemporânea**

Percebe-se que o perfil do idoso deste século transformou-se, naquele conceito de indivíduo que convivia das invenções do passado rescindiu-se, gradualmente transformando-o, num sujeito funcional, capaz de produzir, interferir em mudanças políticas e sociais, além de estar inserido no mercado consumidor, que cada dia, desenvolve novos produtos voltados para essa categoria, cita-se como exemplo, no caso em estudo, a moda. Segundo o IBGE (2005):

(...) o Brasil caminha velozmente rumo a um perfil demográfico cada vez mais envelhecido, fenômeno que, sem sobra de dúvidas, implicará em adequações nas políticas sociais, particularmente aquelas voltadas para atender as crescentes demandas nas áreas da saúde, previdência e assistente social. (BRASIL, 2005, PÁG.56).

Os números de idosos aumenta a cada ano, com a perspectiva de aproveitar a vida com qualidade e produtividade. O envelhecimento da população mundial é considerado um dos maiores fenômenos do século XXI. Contudo, a velhice humana ainda persiste a ser desprestigiada pela sociedade moderna.

Atualmente, as questões sobre o fenômeno do envelhecimento excedem os aspectos biológicos, compreendendo que o envelhecimento tem uma maior intensidade em nossa sociedade. Salientamos que esse processo, conduz os idosos a refletir sobre a vida e buscar novos objetivos. Sobre o envelhecimento Portella (2004) conceitua:

Envelhecer é um processo tão natural e esperado quando nascer, crescer e mudar, mudar no sentido de sofrer transformações acompanhadas de alterações, que vão da aparência física ao comportamento e aos papéis sociais, passado pelas experiências e relações estabelecidas ao longo dos anos (PORTELLA, 2004, p. 11).

Hoje em dia, sabe-se que com o envelhecimento ocorre uma gradativa redução da condição de vida dos idosos devido aspectos físicos, psicológico ou social. De tal modo, “o conceito de ‘envelhecimento saudável’ engloba três diferentes domínios multidimensionais: evitar as doenças e incapacidades, manter uma alta função física e cognitiva e engajar-se de forma sustentada em atividades sociais e produtivas” (ALVES JUNIOR, 2006; FRANCHI et al, 2005).

Essa inovação da imagem inventada pela terminologia da terceira idade remete-se a uma parcela significativa da sociedade, que evidencia disponibilizar de tempo, saúde e situação financeira para realizar determinadas atividade que acomodam a consumação e contentamento pessoal. Esse acontecimento pode ser elucidado com as novas formas de lazer que estão sendo oferecidas para os idosos.

A publicidade e a propaganda estão inseridas nessa nova modalidade mercadológica, procurando mediante o uso desse negócio, que oferece uma ampla potencialidade de lucro, transmitir e reforçar a imagem de idosos saudáveis. Contudo, analisa-se que sob essa lógica capitalista, as pessoas contraem o status de mercadorias e os idosos que não conseguem interagir com esse pensamento são diminuídos a condições rígidas, como, por exemplo, serem avaliados como “*produtos descartáveis*”. Esse fenômeno despertou o interesse do mercado capitalista, que tem como uma de seus resultados, a inspiração de uma nova imagem do idoso através da mídia.

Segundo Bezerra (2006), “a imagem que a sociedade tem da velhice é uma construção do marketing comercial”. Ou seja, a mídia proporciona uma nova formulação representacional da imagem do idoso. É provável entender que, cada vez mais os idosos estão adotando novos papéis na publicidade.

Para Debert (2003) atualmente, os personagens idosos parecem pertencer com papéis e costumes que eram apropriadas para os jovens onde:

As imagens da velhice na publicidade brasileira são ativas na produção do que chamo de ‘reprivatização do envelhecimento’, que implica a sua transformação num problema dos indivíduos que foram incapazes de se envolver em atividades motivadoras, deixando de adotar formas de consumo e estilos de vida capazes de evitar a velhice e seus problemas. (DEBERT, 2003, P. 133 – 155).

Atualmente, a publicidade delibera um novo mercado de consumo, no qual o idoso aparece com um novo valor, torna-se o pano de fundo para a criação da moda, do culto à estética novas maneiras de lazer, novas relações pessoais, entre outros.

### **Ações do Desfile de Moda dos Idosos e a Repercussão na Mídia Local**

A Moda pode ser percebida como um princípio de produção e de comunicação que impõe transformações de comportamento e de aparência, conforme a cultura e os ideais de cada época.

Fogg (2013) explana sobre a moda,

A palavra “moda” em inglês – fashion é também um verbo, “moldar”, ou seja: confeccionar algo de uma forma específica, não é só por meio da escolha das roupas eu moldamos nossa aparência, mas também com penteados, linguagem corporais e comportamentos específicos. (FOGG, 2013, pág. 06).

Logo, a linguagem corporal está aliada a moda, pois o vestir combina com o formato do corpo, em que há uma comunicação, na qual podem encontrar harmonia e expressar valores sociais e encontra-se o desejo de se vestir com elegância.

Na terceira idade a moda não é diferente, embora seja uma etapa da vida em que a maioria das pessoas se tornam mais frágeis e necessitam de atenção, carinho e cuidados especiais. Elas se vestem para sentir-se bem conforme seu estilo. Pensando nisso, um grupo de alunos do curso de Design de Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC)

realizaram um trabalho com idosos da Organização Não Governamental (ONG) Lar Torres de Melo na cidade de Fortaleza.

Assim, surgiu a ideia de produzir as peças para as modelos e promover um evento com um desfile de moda, baseado nisso, descobriram o gosto de cada pessoa, eles tiraram as medidas e examinaram toda a estrutura corporal dos 30 idosos escolhidos para desfilarem.

De acordo com a professora da disciplina, Araguacy Filgueira, o trabalho resultou em um aprendizado único. O grupo de estudantes, além de desenvolverem atividades acadêmicas, buscaram elevar a autoestima daqueles que nem sempre recebem os cuidados necessários.

Para a estudante Karina Uchoa (35), uma das organizadoras do evento, o trabalho foi além do contexto acadêmico. O mesmo foi organizado dessa forma: “a coordenadora do curso conversou pessoalmente com os administradores da instituição e apresentou o propósito do projeto, como forma de substituição de uma prova prática dentro da sala de aula, já que a disciplina tem o objetivo de desenvolver algo para a sociedade.

Conforme Karina, o corpo muda muito de acordo com o passar do tempo. Com isso, os estudantes tiveram que trocar peças de roupas por outras que teriam maior durabilidade e seriam mais apropriadas para a idade. “Trocamos zíperes por elásticos, tiramos botões, enfim fizemos mudanças que não mudariam muito na beleza, mas que ajudariam na comodidade”, disse.

### **Análises das coletas das entrevistas: Lar Torres de Melo**

Antes de realizar a coleta de dados, foram feitas as visitas para interação com a informante, a Assistente Social do Lar Torres de Melo, Júlia Barros nos auxiliou com a relação dos nomes de idosos que poderiam conceder as entrevistas.

Neste sentido, fomos ao Lar Torres de Melo com a intenção de coletar dados relevantes para a análise do conceito de cada idoso, visando ouvir os convidados para o desfile e como eles se sentiram sendo modelos, através de entrevistas presenciais, em que gravamos as falas dos participantes na íntegra. As perguntas foram elaboradas com o propósito de mensurar o grau de satisfação e sensação de cada participante e averiguar

suas emoções com as roupas escolhidas para os mesmos usarem no dia do desfile.

Estas informações foram estudadas pela fala dos entrevistados, como eles se sentiram com a preparação do desfile e quais foram as expectativas diante da construção dos looks. Haja vista, que há uma transformação corporal, após atingir a terceira idade, mas isso não impede que o idoso deixe de fazer suas escolhas, pois eles possuem uma identidade própria e podem fazer suas opções a partir de seus anseios.

Conforme, Fogg (pag.7), “As roupas são usadas sobre o corpo e exprimem nosso gosto pessoal, desenvolvido em um contexto cultural específico, a moda desempenha um papel especialmente importante na noção de identidade do indivíduo”.

Geralmente, os idosos passam por modificações que surgem com o envelhecimento e que podem desencadear no indivíduo a necessidade de transformações, que estarão relacionadas à aceitação ou não deste processo por parte de cada um, e, também, aos valores e interesses assimilados ao longo da vida.

Quando se fala em transformações do corpo, observa-se que os cabelos embranquecem e tornam-se mais ralos. É um sistema que ocorre naturalmente, embora essas etapas já sejam esperadas na velhice. A pele enruga, as orelhas alongadas estão entre as manifestações mais óbvias da perda de elasticidade do tecido no corpo. A espessura dos sulcos da pele é significativamente modificada, daí a necessidade de escolher o que vai se usar desde o tipo de tecido até os componentes para confecção das roupas, face a fragilidade que acontece nessa etapa da vida. Mesmo assim, alguns idosos revelaram nas entrevistas, que a idade não seria empecilho para ousar nos vestuários, dando um toque mais moderno e elegante, pois conforme depoimento de alguns usuários, faltou mais criatividade por parte dos estilistas, que se quer pensaram em acessórios.

A entrevista foi guiada pela seguinte questão norteadora: Como o(a) Sr(a) vê o desfile que ganhou destaque na mídia? Após, cada entrevista foi transcrita, com posterior leitura dos depoimentos que permitiram a construção de um texto que expressasse o sentimento dos idosos e o que sentiram ao desfilar looks elaborados para eles.

A terceira idade é uma fase da vida em que os idosos devem desfrutar das oportunidades que o momento lhes proporcionam. Porque não é fácil chegar aos 65 anos de idade gozando de uma boa saúde e autoestima. Os estudantes do Curso de Design de Moda da UFC, foram assertivos quando organizaram o desfile pensando no bem estar dos idosos.

Dos entrevistados foram coletadas informações para auxiliar na construção deste artigo científico.

Primeira entrevistada: Maria Nilza Souza, 83 anos natural de Massapê Ceará. Profissão do Lar, mora no “Lar Torres de Melo há 6 anos. Para Senhora Nilza o desfile foi ótimo, uma oportunidade que nunca teve em toda sua vida. Ela tinha muita vontade de desfilhar, e o convite foi oportuno para realizar o sonho de estar nas passarelas, teve medo de não conseguir pois uma semana antes do desfile teve um problema no pé, mas mesmo assim, não desistiu. Sra. Nilza fala do desfile com muita alegria e descreve cada detalhe da sua forte emoção: “Minha roupa ficou perfeita para minha idade, o tecido tinha um caimento bem leve embora sem muita sofisticação. Eu senti falta de um acessório, acho que eles não pensaram nesse detalhe”.

Segunda entrevistada: Maria das Graças Feitosa, 68 anos, natural de Morrinhos reside na Instituição há 9 anos. Profissão: trabalhava em Laboratório. Graça falou sobre o desfile com alegria: “O desfile foi uma oportunidade que trouxe muita alegria pois me senti feliz em saber que seria uma das modelos a desfilhar looks elaborados com exclusividade. Embora não tenha ocorrido ensaios e uma preparação para o desfile, deu tudo certo, tudo foi escolhido e preparado com carinho pra mim é o suficiente, saber que existem pessoas que se importam com a gente. Recebi muitos aplausos isso me trouxe muita confiança para o desfile. As roupas tinham a nossa cara apesar de ter sentido falta de algum adereço complementar.

Terceira Entrevistada: Maria do Socorro Nascimento, idade 78 anos, natural de Marco município de Acaraú. Reside no Lar Torres de Melo há 2 anos. Para Socorro o desfile foi perfeito, ela ficou contente quando soube que ia desfilhar e que teria um look preparado com exclusividade, elas escolheram cada detalhe, sou apaixonada por longo, estampas e foi exatamente como queira, e após o desfile fiquei feliz ao saber que poderia ficar com o vestido e para completar minha felicidade desfilei ao lado do meu namorado, foi tudo maravilhoso.

Quarto Entrevistado: Edgar Rodrigues Cajado 81 anos, natural de Serra Grande Ibiapina, mora há dois anos no LTM. Tem um relacionamento com a Sra. Socorro Nascimento. Conforme Edgar, foi gratificante desfilhar ao lado da amada, ele acrescenta que sentiu uma enorme emoção ao desfilhar acompanhado da namorada, adorou os



aplausos e gostou da sua produção, porém gostaria que os estudantes tivessem pensado não só na roupa, mas também nos calçados para compor o look.

Quinto entrevistado: Audírio Correia Lima, 75 anos, natural de Iguatu. Profissão Advogado. Gostou do desfile, se sentiu bem e surpreso com o convite, mas ficou alguns detalhes a desejar com relação a qualidade e produção dos looks, esperava roupas com estilo bem a cara da moda. Segundo ele, os estudantes deveriam ter caprichado, pois estão se formando em design e poderiam construir coisas melhores.

Sexta entrevistada: Francisca Pacheco, 79 anos, natural de Aquiraz. Não gostou do seu look, esperava uma produção bem melhor, queria um vestido acinturado e godê que lhe caísse bem. Outro detalhe que faltou segundo a entrevistada, foram os acessórios como brinco, colar e os calçados. Se sentiu chateada pois havia comentado com a estudante que queria um vestido que definisse formas e ficasse bem no corpo. “Não é porque sou idosa que tenho que usar qualquer roupa sem caimento, faltou isso, senti falta de um vestido acinturado algo que elevasse meu ego, também queria um colar, acho que pegaram o tecido cortaram reto e pronto. Senti falta de um vestido mais chique que eu me sentisse bem, sou idosa mas tenho meu charme, risos.” Mas acho que se tiver o próximo desfile eles podem pensar melhor nos modelos.

Sétima Entrevistada: Maria Joana da Conceição, 69 anos, natural de Viçosa. Profissão: Agricultora. Reside no Lar há 3 anos. Adorou a ideia do desfile, abraçou com carinho o convite. Conforme a Sra. Joana nada compensa a satisfação e alegria da passarela. “Eu amei desfilar, quero participar mais vezes, isso me deixa muito alegre e minha autoestima se eleva, senti falta de ensaio, acessórios e mais garra dos estudantes”.

Diante dos relatos dos entrevistados, podemos observar a insatisfação com relação as roupas produzidos para o desfile, no geral eles gostaram e aceitaram a ideia, mas alguns sentiram falta dos acessórios nos looks dando um toque de elegância para se sentirem mais bonitos. O estereótipo de que idoso deve usar roupas retas e sem corte deve ser quebrado na opinião de alguns entrevistados, principalmente das mulheres, que deram ênfase a essa questão, pois para elas estilo e o gosto pela moda não tem idade.

O gosto pela moda, o estilo apurado e o cuidado estético não são privilégios apenas de jovens e lindos modelos. Qualquer idade, biótipo e raça pode e deve

expressar-se por meio da moda.

A Moda é uma área distinta da experiência estética. Segundo Rosa (2006), ao longo da história, pode-se ver em cada época fatos e eventos que assumem determinada forma rítmica nas semelhanças visuais. A moda é carregada de conceitos, conteúdos e contextos expressivos, que retratam diferentes épocas em que o homem viveu. Trata-se da repetição destes padrões visuais no seu modo de vestir.

Sendo assim, a moda influencia muitos aspectos da vida, como arte, negócios, consumo, tecnologia, corpo e modernidade, além da mudança social. Seus aspectos estéticos são relevantes, e parte da moda moderna tem como foco estilistas específico, no caso em estudo, os idosos.

### **Análise da atuação da Mídia Local sobre o desfile dos idosos: O Povo e Diário do Nordeste**

A análise deste estudo objetiva a sistemática no sentido de conduzir as intervenções sucessivas do diagnóstico. Para tanto, escolhemos como amostra dois jornais online local de Fortaleza-Ceará, O Povo e Diário do Nordeste que publicaram o desfile de moda realizado com os idosos do Lar Torres de Melo promovido por alunos de Design em Moda da UFC. Não se pode mais ficar fora do mundo da internet, por isso, a opção por tal modalidade midiática.

Segundo Castells (2012, p. 287) “a internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui, na realidade, a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação”. Acrescenta o sociólogo espanhol, a internet processa a virtualidade, ao “transformá-la na nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos”.

Despertou-nos, a atenção a maneira como cada uma das mídias em estudo geriram a notícia, ou seja, percebemos que as entrevistas não foram aprofundadas para melhor entendimento do leitor, como por exemplo, mencionar as falas dos idosos. Sentimos falta do depoimento dos idosos em estudo para maior compreensão dos leitores em relação aos conteúdos publicados na mídia local.

De acordo com Mercadé (1997):

A informação local continua sendo necessária, não apenas por sua tradição mentida pelos jornais em atender aos acontecimentos locais, mas também pelo papel que desempenha na manutenção da identidade. Há uma tendência a defender o local como complemento do universal e vice-versa. Parece razoável que não haja enfrentamento entre o local e o universal, ainda que haja tensão na busca do equilíbrio entre as questões mais imediatas e as que se produzem mais ligadas à realidade, onde se desenvolve a vida dos cidadãos de uma comunidade. É necessário defender um equilíbrio razoável entre a informação global e a local, defesa que passa pelo respaldo de uma consolidação de uma mídia própria, com uma estrutura empresarial adequada para competir no mercado atual de empresas de comunicação economicamente viáveis (MERCADÉ, 1997, p. 57, tradução do autor).

Ao analisar tais publicações do desfile, constatamos que algumas mídias locais coletaram testemunhos dos estudantes e da professora e não entrevistaram os protagonistas do desfile, no caso, os idosos. O Jornal online Diário do Nordeste noticiou, em 28 de janeiro de 2016, sobre o evento em que foram selecionados 30 idosos para desfilar, mas inseriu apenas a fala da idosa Maria Joana, gerando descontentamento por parte de alguns dos demais participantes. Os profissionais de comunicação envolvidos na divulgação do evento não enfatizaram a temática idoso merecidamente. Tendo em vista que, as falas dos idosos seriam de suma relevância para obter maior entendimento sobre o que eles sentiram, suas emoções, gostos e opiniões, ao longo do processo de preparação, até o lançamento do desfile.

Vale ressaltar que a informação local tem experimentos e valores culturais compartilhados, dentre quem enuncia e quem recebe participando ou não da constituição da mensagem, porque o jornalismo local decodifica a realidade pelo prisma dos valores partilhados. López Garcia (2008) explana sobre a informação local,

A informação local do terceiro milênio tem que ser uma informação de qualidade, plural, participativa, imaginativa, que explique o que acontece no âmbito onde está sediado o veículo de comunicação, para quem informa e que narre o que afeta e interessa os habitantes desse território espacial, inclusive, quando se produz fora. A informação local do terceiro milênio deve promover a experimentação e converter os cenários de proximidade em lugares de comunicação eficiente e lugares de onde possam ser exportadas novas linguagens e formatos para a comunicação mundial (LÓPEZ GARCÍA, 2008, p. 34, tradução do autor).

Já o portal do jornal O Povo em sua publicação do dia 28 de janeiro de 2016, divulgou o desfile de moda dos idosos do Lar Torres de Melo no qual desperta a atenção, abrindo precedente para aprofundar na análise a partir dessa fala. Entendemos que não

podemos afirmar algo sem ouvir as opiniões que, por sua vez podem ser usadas como contrapontos. No caso, o referido jornal pautou em sub título. “Com a participação de alunos de outros cursos, o desfile trouxe roupas projetadas a partir do gosto dos idosos”. Tal afirmativa não foi tão assertiva, já que a maioria dos idosos entrevistados narram que sentiram falta de sugerir na elaboração dos looks que, apesar do conforto que os alunos pensaram oferecer, faltou um toque de requinte que lhes proporcionassem uma sensação de moda do real desfile. Outras observações foram checadas como: cobertura e fotos, alguns veículos usaram as fotos de divulgação do facebook, mas as duas exerceram sua cidadania chamando a sociedade para ajudar o Lar Torres através de doações.

Barbosa (2002, p. 64) avalia que esses portais “[...] se distinguem pela atuação segmentada e pela relação direta estabelecida entre comunidade e conteúdo”.

Outra mídia que divulga o esse perfil do idoso é o Blog especializado em Moda da Terceira Idade, *Advanced Style*, implantado em 2008, por Ari Seth Cohen, faz sucesso exibindo-os com muito estilo. A inquietação do Blog é exatamente essa, mostrar para o mundo que os Idosos têm poses e podem sim ficar bonitos com alguns looks arrojados.

Ari diz que mudou-se do interior dos EUA para nova Iorque e que dialogar com as pessoas nas ruas era uma maneira de fazer amizades. Dessa forma, ele percebeu que havia idosos criativos e estilosos pela cidade. O Blog abre espaço para discussão, quebrando paradigmas estereotipados por algumas pessoas que acham que idoso deve usar vestuários antiquados e sem nenhum estilo. As adversidades podem ser desconstruídas a partir de um novo projeto moderno, Ari apostou nos parceiros da terceira idade de várias cidades do mundo, além de NY, que recebeu destaque.

O blog a *Advanced Style* já é referência, em 2012 lançou um livro e uma série com a mesma denominação (disponível no Netflix). Além de ser um projeto aguerrido e contemporâneo, a medida que vai contra os estereótipos tradicionais das nossas referências de moda. O blog tem uma iniciativa social de reconhecimento e base a autoestima e beleza, como uma probabilidade autêntica do processo de envelhecimento.

Para Lipovetsky (2003, p. 24), “a moda é um fenômeno que abrange: a linguagem e as maneiras, os gostos e as ideias, os artistas e as obras culturais”. Acrescenta Rech (2002, p. 29) que, “os avanços da ciência, além disso, envolvem o fenômeno da moda e estão presentes nas mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas que acontecem na

sociedade”.

A mídia local desempenha um papel importante na divulgação de assuntos pertinentes a sociedade. Seria de suma importância divulgar o desfile de moda dos idosos, tanto na imprensa, quanto na virtual, evidenciando um Projeto de Ação Social voltado para esses indivíduos. Embora, não tenha sido acompanhado por uma Assessoria, houve uma cobertura de parte dos meios de comunicação de Fortaleza.

De acordo com Jorge Duarte (2003), sobre assessoria:

O assessor pode não somente acrescentar a aspecto das fontes na imprensa, contudo mesmo democratizar a promoção da sociedade à informação, clarear a totalidade em que a organização está implantada para os dirigentes e instigar a inclusão dos empregados com as questões que lhe comprometem, uma vez que ele aproveita o seu conhecimento técnico e atuação ética para adicionar valor, criar e dirigir produtos informativos de uma organização, uma vez que “a notícia institucional é de interesse não apenas para jornalistas na redação, mas também para acionistas, empregados e familiares, aposentados, dirigentes e outros segmentos de público”. (JORGE DUARTE, 2003, pág. 237).

Nesse sentido, destaca-se a relevância do acompanhamento do profissional de assessoria no intuito de divulgar eventos nessa magnitude, pois, embora a mídia tenha publicado sobre o desfile de moda dos idosos, a participação de um assessor de comunicação teria dado maior visibilidade a sociedade sobre o projeto.

### **Considerações Finais**

Nos últimos anos vemos surgir uma pequena visibilidade da mídia local na dinâmica da terceira idade, percebe-se pelo pouco destaque voltado ao desfile dos idosos do Lar Torres de Melo em que os mesmos pouco foram ouvidos para compor as informações veiculadas nos meios de comunicação regional.

Os meios de comunicação, na maioria das vezes divulgam o que é de interesse mercadológico esquecendo de dar espaço a esse novo grupo de pessoas que hoje tem uma maior expectativa de vida, daí surge um movimento societário mais amplo ligando-se às novas demandas.

Nos referimos a mídia local, que passam a prestar mais atenção às execuções dos próprios lugares onde se situam, haja vista a mudança de postura demonstrada por

jornais locais que passaram a abrir um pouco de espaço para projetos sociais direcionados a idosos vinculados às localidades onde se encontram.

Evidenciou-se a existência de duas grandes vertentes na mídia local: Jornal O Povo e Diário do Nordeste, o primeiro citado não deu voz aos idosos no sentido dos mesmos expressarem seus anseios com o desfile, já o segundo divulgou depoimento discretamente, apenas, de uma idosa, sem enfatizar muito os protagonistas do evento. Ambos, tratam dos temas locais como nicho de mercado. Claro que dentro da primeira vertente encontramos mídias que através de alguns de seus conteúdos e, às vezes até por alguns dos processos de produção, contribuem para a cidadania.

Sendo assim, a mídia local lida com assuntos voltados diretamente, a vida das pessoas no seu espaço cotidiano. Logo, a comunicação pode criar uma ponte de divulgação de ações de interesse da sociedade. Dessa forma, valorizando mais as pessoas da terceira idade.

## Referências

ALVES JUNIOR, E. D. Envelhecimento e atividade física: diversos olhares sobre a prevenção de quedas. Niterói: GEF/UFF/ANIMA/Brazilfoundation, 2006.

Araujo Poubel Maristela e Moreira Poubel Priscilla. Disponível em: <<https://psicologado.com/atuacao/psicologia-social/a-representatividade-social-do-idoso-diante-da-midia>> Psicologado.com. Acesso em: 24 de mar. 16.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia.** Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, na UFBA, Salvador (BA), Novembro de 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-portais-mestrado.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2016.

BRASIL. **Crescimento Populacional.** Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>. Acesso em: 26 jul. 15.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70 Ltda, 1977.

\_\_\_\_\_, L. Análise de Conteúdo. Lisboa, Portugal; Edições 70 Ltda, 2009.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis (Org.) Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. 6ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.

DEBERT, G. G. O velho na propaganda. indexada: Cadernos Pagu, 2003: 133-155.  
Disponível em: <[www.scielo.br/pdf/cpa/n21/n21a07.pdf](http://www.scielo.br/pdf/cpa/n21/n21a07.pdf)>. Acesso em: 24 mar. 16.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia:** teoria e técnica. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FOGG, Marnie. Tudo Sobre Moda / editora geral: Marnie Fogg; Tradução Debóra Chaves, Fernanda Abreu, Ivo Korytowski- Rio de Janeiro. Sextante, 2013.

FRANCHI, K. M. B; JÚNIOR, R. M. M. A atividade física: uma necessidade para a boa saúde na terceira idade. RBPS. n.18(3). p.152-156, 2005.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. (1995) Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización, México, Grijalbo.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das letras, 2003.

LÓPEZ GARCÍA, Xosé. Ciberperiodismo em la proximidade. Sevilla: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2008.

MACIÁ MERCADÉ, Juan. La fuerza del periodismo local en la era de la globalización electrónica. In: RAMOS FERNÁNDEZ, Fernando. Estudios de periodística V, Número Especial dedicado al Periodismo Local. Pontevedra: Facultad de Ciencias Sociales, Universidade de Vigo, p. 45-67, 1997.

MILLS, C. Wright. Do artesanato intelectual. In: a imaginação sociológica. 6. Ed. RJ: Zahar Editaes, 1982, p. 211-243.

PORTELLA, M. R. **Grupos de terceira idade:** a construção da utopia do envelhecer saudável. Passo Fundo: UPF, 2004. P.176.