

Pleasure Growers: Experiências e Produção de Sentido do Envelhecimento numa Rede Social Digital

*Pleasure Growers: Experiences and Aging Sense
Production in the Digital Social Network*

Denise Regina Stacheski

RESUMO: O objetivo deste artigo é discutir a produção de sentido e as experiências estéticas sobre o envelhecimento na comunidade “Nova Cara da Terceira Idade”, em uma rede social digital, o *Facebook*. Uma análise dialógica, pautada segundo a perspectiva de Bakhtin (1997), foi a metodologia utilizada neste artigo. O objeto empírico se constitui de publicações digitais que apresentam de forma positivada aspectos da velhice, por meio da auto-representação de um grupo de idosos, denominados por Morace (2009) de *pleasure growers*. Sujeitos que redescobrem os valores das suas utopias juvenis, embasados pelas experiências e pela maturidade alcançada. Parte-se da premissa de que os julgamentos de valor acontecem nas interações verbais cotidianas, na constituição das significações postas pelos diálogos (Bakhtin, 1997), pelas experiências vivenciadas em coletividade. A estrutura da realidade do indivíduo, do “eu idoso” como um processo histórico e social. Como um dos resultados, verifica-se que idosos estão se apropriando, cada vez mais, das tecnologias de comunicação e informação para refratar as visões negativas da velhice.

Palavras-chave: Experiências Estéticas; Idosos; *Pleasure Growers*; Produção de Sentido.

ABSTRACT: *The purpose of this article is to discuss the production of meaning and aesthetic experiences on aging in community "New Face of the Third Age," in a digital social network, Facebook. A dialogical analysis, based from the perspective of Bakhtin (1997), was the methodology used in this article. The empirical object constitutes of digital publications that present positively valued aspects of old age, through self-representation of a group of elderly, called by Morace (2009), pleasure of growers. Subjects who rediscover the values of their desires of youth, grounded by the experience and the achieved maturity. It starts with the premise that the value judgments happen in everyday verbal interactions, in the constitution of meanings made by dialogues (Bakhtin, 1997), by experiences in the community. The reality structure of the individual, the "old me" as a social and historical process. As a result, one realizes that the elderly are increasingly grabbing communication technologies and information to refract negative views of old age.*

Keywords: *Aesthetic experience; Seniors; Pleasure Growers; Produce Sense.*

Apresentação

O ar entra limpando a poeira. O vento passa e já esquecemos. Dançar e cantar no meio da chuva. A experiência é instável, impressão, rastro, vestígio, não é um ser isolado, nem da linguagem sem sujeito, mas das coisas, da matéria, do encontro (Lopes, 2006: 121).

O objetivo deste artigo é discutir a produção de sentido e as experiências estéticas sobre o envelhecimento em uma rede social digital, o Facebook. A importância deste estudo encontra-se nas articulações entre as representações sociais da velhice e as apropriações tecnológicas - realizadas por um grupo de idosos denominado *pleasure growers*. São sujeitos, segundo Morace (2009), que não aceitam os comportamentos típicos da terceira idade de décadas atrás e que redescobrem os valores de seus sonhos juvenis, embasados pela experiência e pela maturidade alcançada.

O prolongamento do tempo de vida média determina a amplitude das faixas etárias e o crescimento estatístico de uma geração que, regenerada, redescobre uma nova posição na sociedade, novas potencialidades (econômicas, sociais e culturais) e muito “espaço vazio” onde exercê-las.

A coragem de quem não tem que conquistar mais nada é o traço vencedor de uma geração que possui muito a oferecer e ainda muito para “pretender”: é o núcleo geracional que tem as ideias mais claras sobre o próprio futuro. Os *pleasure growers* são então um grupo de idosos vitais que, além da idade, procuram viver experiências felizes. “Fazer algo que nunca tenha feito antes” é o lema desse grupo para o qual envelhecer significa oportunidade de ter mais tempo para dedicar a si mesmo e, principalmente, a tudo o que sempre sonhou, mas para o qual nunca teve tempo suficiente (Morace, 2009, p.112).

Envelhecimento e Produção de Sentido no “Eu” Idoso

O envelhecimento populacional brasileiro é fato. O Brasil, em 1950, estava em 16º lugar (mundial) em relação ao número de idosos, mas a projeção é que, em 2025, o país tenha 32 milhões de idosos, saltando para a 6ª colocação mundial (Papaleo Netto, 2007; IBGE, 2009). Pode-se afirmar que a grande diferença no processo de envelhecimento populacional brasileiro, em relação ao envelhecimento da população europeia, consolidado há algum tempo, encontra-se no tempo. Enquanto nos países desenvolvidos a transição demográfica vem ocorrendo de forma gradual, nos países em desenvolvimento, esta transição está sendo brusca e despreparada (Paschoal, Franco & Salles, 2007).

O censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010, afirma que o percentual de idosos no Brasil cresceu nas últimas décadas e superou o número de crianças com até quatro anos. De acordo com a pesquisa, em 2010, o país tinha 13 milhões e 800 mil crianças de até quatro anos, contra 14 milhões de pessoas acima dos 65 anos. Sul e Sudeste são as regiões com maior número de idosos, apresentando um percentual de 8,1% da população, acima da média nacional.

Até o momento, no entanto, iniciativas públicas e privadas não suprem, adequadamente, necessidades sociais e culturais de idosos brasileiros. Segundo Felix (2010, p.166), “O grande risco, atualmente, no Brasil, com a perspectiva do envelhecimento populacional, é transformarmos a conquista do envelhecimento em uma derrota para a sociedade”. O envelhecimento da população brasileira exige demandas diferenciadas nas políticas públicas e nos rumos da coletividade frente ao envelhecimento.

Idosos, na prática, ainda são tratados, de uma maneira homogênea, como sujeitos à margem da sociedade - mesmo com novas visões positivas emergentes na coletividade. Não há como constituir uma representação homogênea do envelhecimento. As singularidades e as subjetividades pessoais precisam ser respeitadas.

Como experiências estéticas, encontram-se as sensibilidades cotidianas dos sujeitos, em contextos específicos de ação e de comunicação, inclusive na apropriação das tecnologias de informação e comunicação; experiências que resultam em novos conhecimentos, novas sensações, novas significações, como afirmam Guimarães, Leal e Mendonça (2006, p. 15):

Como resultado de uma experiência, a atitude carrega um conhecimento que é pessoal, em grande parte implícito, eminentemente prático, e que só pode ser criticado ou retificado a partir de uma situação concreta que problematize a maneira até então habitual com que o sujeito age. Embora o suporte inicial da experiência estética seja o indivíduo, ela possui uma dimensão que é social e não simplesmente psicológica. A atitude possui uma função organizadora do sentido: diante de situações experimentadas concretamente, ela concerne tanto àquelas regras e convicções que nos governam imediata e intuitivamente, quanto à significação – aberta à problematização – que passamos a conceder aos novos fenômenos que experimentamos.

Por meio destas argumentações, o intuito é discutir uma nova produção de sentido, sobre o que é o envelhecimento, o “eu idoso” – por meio de uma visão positivada. A experiência sensível do *pleasure growers*, em uma rede social digital.

Importante ressaltar que os sujeitos se constituem a partir de várias vozes, de vários “eus” – e a formação dos sistemas de valores, inclusive do que é ser idoso, se encontra nas interações sociais e nas experiências sensíveis, que fazem refletir e refratar significações sociais. O pensamento de Bakhtin (1997) possibilita um referencial de análise para a constituição do “eu” idoso, quando argumenta que as relações cotidianas se estabelecem “na” e “pela” linguagem, tanto em sua dimensão verbal, quanto escrita, nas quais se produzem e se valorizam as representações sociais.

Os valores sociais não se estabelecem restritos a um sujeito, a uma instituição, mas compartilhados por grupos e sociedades – em uma circulação e negociação de valores. As

representações do envelhecimento são diversas e se apresentam nas expressões do dia a dia, nas interações mais próximas e cotidianas (Stacheski & Massi, 2011). Portanto, o idoso se constitui permeado pelas visões sociais encontradas na coletividade e – como sujeito responsivo - pode refletir ou refratá-las para a formação de diferentes significações (Stacheski & Massi, 2011).

Facebook: As Experiências Sensíveis em *Pleasure Growers*

Vive-se em um mundo de hipersensibilidades. E, dentro deste contexto, a população idosa brasileira se encontra em vertiginoso crescimento. Para Debert (1999), há uma tendência contemporânea, generalizada, em rever os modelos associados ao envelhecimento. Esquecer os antigos estereótipos e criar novos.

Segundo Debert (1999), o objetivo é que o processo de perdas biológicas, culturais e sociais existentes, até então, no processo de envelhecer, seja substituído pela busca de prazer e satisfação pessoal. Isto é, a velhice como sendo um estágio da vida mágico, na qual idosos possam aproveitar a liberdade de horários e as possibilidades financeiras para que aproveitem a vida, a partir de suas experiências sensíveis.

Debert (1999: 13) acrescenta ainda ao novo discurso:

As experiências vividas e os saberes acumulados são ganhos que oferecem oportunidades de realizar projetos abandonados em outras etapas e estabelecer relações mais profícuas com o mundo dos mais jovens e dos mais velhos.

Nessa visão social do envelhecimento (Stacheski & Massi, 2011), o idoso não é mais visto como um excluído socialmente. Em várias esferas da sociedade emergem com grande força questionamentos tais como: Como trabalhar com esse novo eleitorado? Como direcionar produtos e serviços à terceira idade, à quarta idade, à nova geração que envelhece?

Segundo Sievert e Vieira (2007, p. 4), na coletividade atual “há jovens com espírito de velhos, velhos com espírito de jovens, jovens que se parecem velhos, velhos que se parecem jovens, velhos que se parecem mais velhos e por aí vai”.

O conceito de envelhecer e do que é a velhice está se transformando nas últimas décadas, assim como Stucchi (2007) argumenta que o mercado de consumo voltado aos idosos, detentores de certa posição social e que consomem bens especialmente destinados a eles, aumenta a cada dia. O objetivo, para essa visão positiva dada ao envelhecimento, é de aproveitar os privilégios e benefícios advindos da aposentadoria como um meio de aproveitar a vida. Uma transformação do conceito da “aposentadoria passiva” para a “aposentadoria ativa”. Segundo Athayde (2009), o termo aposentadoria ativa pode ser compreendido como “um projeto e o desenho a ser vivido”. Uma fonte de saúde e de autoestima.

Fundamental salientar que a visão do idoso consumidor é um dos estereótipos da velhice presente em nossa coletividade (Stacheski & Massi, 2011), referindo-se a um grupo de idosos que conseguem garantir sua autonomia emocional e financeira (Félix, 2010) e que vem se apropriando das práticas de comunicação atuais para fomentar seus relacionamentos interpessoais e se posicionar diante da sociedade.

O Facebook é uma plataforma de comunicação on-line que tem como objetivo principal – segundo seu próprio site: “Comunicar e partilhar com as pessoas que fazem parte da tua vida”. É a rede social digital que mais cresce no mundo. Em outubro de 2012, o Facebook já contava com mais de 60 milhões de brasileiros e superou o Google como o site mais visitado no Brasil (Social Bakers, 2012). O Facebook constitui uma comunicação nova, uma rede social digital que coloca as pessoas em contato umas com as outras, muitas vezes de forma inesperada, em torno de algo que tenham em comum: uma experiência, um interesse, um problema, uma causa.

É um espaço público virtual, composto por vários aplicativos, presentes em uma *home page*, com uma interface e usabilidade de fácil acesso, para a maioria das pessoas. A atividade principal da rede consiste no compartilhamento ativo de informações. Segundo Kirkpatrick (2011, p. 235), o Facebook é uma plataforma para pessoas, uma série de nós e conexões, “os nós são as pessoas, e as conexões são as amizades”. Portanto, ao se conectar a um “amigo” no Facebook, os sujeitos montam suas redes que podem ser usadas para distribuir qualquer tipo de informação. Ao adicionar uma foto, o sistema do Facebook avisa a todos os perfis vinculados a sua rede, por exemplo.

O número de idosos que ativam perfis no Facebook já é bastante expressivo. Segundo dados do “All Facebook” (2011), a rede, em abril de 2011, já contava com mais

de 1,5 milhões de idosos em todo o mundo. No Brasil, a população idosa correspondia a 4% dos usuários, mais de 110 mil sujeitos, em junho de 2012.

Metodologia e Análise

O objeto empírico deste artigo consiste em publicações de idosos no Facebook, na comunidade “Nova Cara da Terceira Idade no Brasil”, perfil aberto na rede social digital – que são analisados dialogicamente, a partir de Bakhtin (1997). As publicações e seus comentários foram coletados entre agosto a dezembro de 2012. A comunidade Nova Cara da Terceira Idade no Facebook foi criada em agosto de 2012, com o objetivo de promover novas simbologias para os idosos brasileiros – a partir das sinalizações que referenciam este segmento populacional - em Bancos, em estacionamentos e outras áreas prioritárias. Segundo os fundadores do movimento:

O projeto A Nova Cara da Terceira Idade surgiu porque estávamos preparados para receber todo o tipo de ideia e sugestões a respeito da mudança do símbolo e da concepção que temos do que é ser idoso no Brasil atualmente. A discussão foi longe e a partir das dez imagens selecionadas para o concurso pudemos ter noção de que muita gente está preocupada com quem passou dos sessenta anos e com quem ainda vai chegar lá. Cada um dos vencedores mostrou que o debate está aberto e que novas possibilidades não param de surgir” (A Nova Cara da Terceira Idade, 2012).

A comunidade, atualmente, conta com 52.988 “curtis” e com 25.130 “falando sobre isso”, expressões utilizadas pelo Facebook para demonstrar os números de participantes da rede específica. A comunidade é livre. Todos os interessados podem fazer parte dessa rede. A maioria das publicações e dos comentários são realizados por idosos – que contam suas experiências, postam suas fotos e enviam mensagens de otimismo e positividade. O grupo analisado se constitui de idosos que se enquadram na perspectiva dos *pleasure growers* (Morace, 2009). Foram coletadas 30 publicações ao todo. Por meio de uma seleção aleatória, e não representativa, para este artigo, apresenta-se a discussão de cinco

publicações e comentários postados dentro da comunidade. Os nomes dos sujeitos foram abreviados por privacidade. Seguem as publicações analisadas:

I.V., de 64 anos, afirma: “*Comecei uma nova vida aos 64 anos*”. Percebe-se que a idosa apresenta significações de tempo de vida, mudanças de direções, transformações de práticas e de processos diferenciados sobre o viver na terceira idade. Conceitos da juventude que se alargam até a velhice. Sem receio de mudar ou aprender – pelo fato de possuir mais de 60 anos. Os comentários da publicação abordam de maneira otimista a questão do recomeço: “É muito bom poder recomeçar”; “Quero isso também”; “Nunca é tarde para começar uma nova vida”. Os diálogos demonstram apoio e otimismo dos participantes da comunidade. Uma refração aos conceitos de que os idosos não disponham de mais tempo de vida para recomeçar. A publicação teve 639 pessoas que a curtiram, 56 comentários e 80 compartilhamentos.

Bakhtin (1997) considera que toda a expressão individual é basicamente o produto de várias vozes que estão ligados umas às outras através do tecido social constituído de linguagem; por isso, a autorrepresentação positiva de idosos pode constituir novas significações para o “eu idoso”. As experiências sensíveis deste grupo de idosos perpassam a vida cotidiana, possibilitando mundos e visões diferentes sobre significações já postas do que é ser velho. A autorreferência do que é ser idoso é a própria experiência estética acontecendo, no dia a dia.

Em outra publicação, a idosa, V.M., de 62 anos, traz, em seu post, um objetivo de vida: educação continuada e turismo. A idosa, a partir de seu discurso, afirma que deseja utilizar seu tempo livre para iniciar uma faculdade e viajar – a partir de seus interesses. Novamente, apresenta-se um discurso positivo da velhice. Os comentários da publicação demonstram uma aprovação de sua enunciação, ao fortalecer que “o saber não tem idade” e com discursos motivadores como “*Vá em frente, amiga*”. Uma refração à ideia de que o velho não consegue mais aprender – e nem buscar maiores aprimoramentos intelectuais. A publicação teve 330 pessoas que a “curtiram”, 45 comentários e 44 compartilhamentos.

C.A.L., de 64 anos, afirma que seus anos de vida foram constituídos por saúde e fé. Sua aparência, na foto publicada, faz referência a um homem saudável e bem-disposto. Em um dos comentários, inclusive, há uma adjetivação: “um gato” – elogiando a beleza do idoso. Em outro dizer, é apresentado o seguinte diálogo: “*Realmente, você está com uma aparência muito boa, cheia de saúde e de bem com a vida. Se aceitar ser meu amigo, ficarei feliz*”. Interações tecnológicas e desenvolvimento da capital social / comunicacional

por meio da rede social digital. A publicação teve 736 pessoas que a curtiram, 76 comentários e 40 compartilhamentos.

Segundo Neri e Yassuda (2008), não se deve engessar o processo de envelhecimento ligando-o apenas ao declínio das funções biológicas, pois estas acontecem de maneira única para cada sujeito, e a velhice traz a possibilidade de ganhos em relação ao domínio afetivo, por exemplo, que pode atuar na melhor aceitação e na adaptação das limitações cognitivas decorrentes de alterações físicas. Isto é, conseguir encontrar recursos para se adaptar e compensar as situações de dificuldades encontradas. Neri e Yassuda (2008: 8) também argumentam que “uma velhice bem-sucedida acontece em idosos que mantêm a autonomia, independência e envolvimento ativo com a vida pessoal, com a família, com os amigos, com o lazer, com a vida social”, trazendo descrições de satisfação e de ajustamento diante das enfermidades encontradas.

J.A., 73 anos, faz de sua publicação uma enunciação de felicidade, de anos bem vividos. Afirma: “*Com 73 anos bem vividos, sou extremamente feliz*”. Em seus comentários, J.A. recebe várias felicitações, como “*Parabéns, você está ótima, pelo seu bem-estar, pela sua aparência positiva e pelo seu otimismo*”. A publicação teve 635 pessoas que a curtiram, 52 comentários e 67 compartilhamentos. Assim, a enunciação traz a referência de que o envelhecimento também pode ser traduzido em ganhos que advêm da “experiência acumulada, da capacidade de enxergar além, de escutar mais do que falar, de poder comunicar com sabedoria os ensinamentos às gerações futuras” (Grossi & Santos, 2003); valorizar a velhice é valorizar a própria vida humana em sua plenitude. Nessa perspectiva, o velho é concebido como um ser experiente e que pode se adaptar diante de quaisquer obstáculos. Brasil (2006), por sua vez, afirma:

Complexa em sua banalidade, a experiência cotidiana só pode ser pensada tendo em vista suas múltiplas determinações, não se deixa totalizar por uma ou outra forma de representação, por esta ou aquela imagem. E é aí, no terreno da experiência ordinária ou, para recuperar nossa metáfora, em meio ao jogo infinito cotidiano, que vento irrompe: nos atravessa com sua descontinuidade para se desfazer logo após em sua precária singularidade. O que nos aconteceu, o que nos afetou, o que fraturou nossa experiência, produzindo um deslocamento mínimo, quase imperceptível, mas capaz de redesenhar toda a paisagem?

M.F. faz, na comunidade do Facebook, um discurso de libertação. A enunciação postada, “*Aos 60 anos passei a viver a idade do meu coração*”, traz uma mensagem de possibilidade emocional – para seguir seus caminhos verdadeiros. O post teve 735 pessoas que o curtiram, 42 comentários e 112 compartilhamentos. A avaliação que a sociedade mantinha, em décadas passadas, era a de que um indivíduo de 50 anos já fosse velho; hoje a sociedade considera os sujeitos dessa faixa etária como adultos e empurra a velhice para os 60 ou 70 anos. Os velhos de hoje não são mais os velhos do passado. Hoje, os sujeitos de 60 anos não se consideram velhos – muitas vezes, e dizem estar no auge de sua capacidade intelectual – de trabalho e desenvolvimento social.

A qualidade de vida na velhice é um fenômeno complexo e com múltiplas interfaces, tendo como referências critérios biológicos, sociais e psicológicos que, de forma conjunta com os relacionamentos atuais, passados e as prospecções futuras constituem os sujeitos. Além desses aspectos existem os valores individuais e sociais dos idosos, que, subjetivamente, constroem as expectativas de como se pode viver bem a velhice. A concepção do que é ter qualidade de vida, nos idosos, por si só, já é uma questão subjetiva, que se insere dentro da construção cultural e social dos sujeitos.

No entanto, essa visão do envelhecimento bem-sucedido não se baliza na maioria dos idosos brasileiros, mas em uma minoria. O padrão positivo do envelhecimento depende da genética, dos estilos de vida, das condições socioeconômicas e culturais, dos relacionamentos familiares, dos eventos positivos da vida (como o casamento, o nascimento dos filhos, a profissão etc.), dos eventos negativos (a morte de pessoas amadas, os problemas conjugais, a perda de emprego) e, principalmente da subjetividade individual de cada um desses fatores. Como afirma Brasil (2006: 93):

No momento em que a subjetividade se cola a uma imagem-clichê, reduz seu horizonte de possibilidades: o seu poder de criação, este que é também o poder de vislumbrar e inventar outras vidas no interior mesmo desta vida. Não é essa, afinal de contas, a esperança que depositamos na experiência estética? (...) A possibilidade do ser: aquilo que é mais do que a realidade: e ser, mais o poder do ser.

O sentimento dos idosos diante do envelhecimento é um reflexo subjetivo, uma consequência de significações das coisas do mundo, das ações e das atitudes firmadas e possibilitadas pelo sujeito, dentro de sua coletividade, desde o seu nascimento. Como afirma Mendonça (2006, p.113) sobre a temporalidade dos corpos biológicos e sua aceitação:

Uma imagem de um corpo que quer durar, que pretende uma beleza e uma juventude eterna. Um corpo que dura não vive, o que não morre também não vive. Esta ação conduz a um comportamento que coloca em embate a duração do corpo biológico (que envelhece a cada minuto, não é sempre saudável ou sempre doente, engorda quando come, perde flexibilidade e elasticidade quando envelhece) e as temporalidades do corpo exposto na mídia (que é cada vez mais jovem, saudável e belo). A escrita dos anúncios quer parar o tempo biológico dos corpos. Ou ainda, esta escrita quer dar um outro nível de importância para o tempo dos corpos.

Juntamente com o tempo dos corpos, várias vozes sociais (Stacheski & Massi, 2011) concebem o envelhecimento como um fato negativo, como as diversas mensagens midiáticas que enaltecem a juventude. O idoso, por sua vez, pode ou não internalizar esses preconceitos. Se internalizar essas concepções, segundo Grossi e Santos (2003), provavelmente se comportarão de acordo com o julgamento de valor exposto, mas se não os internalizarem - e desafiarem essas visões - preservando sua identidade - podem refratar os preconceitos construídos, formalizar discursos de resistência. Como continua Mendonça (2006, p.113):

Os grupos que resistem ao condicionamento de seus corpos estabelecem outras relações com os textos culturais midiáticos. Eles fundam comunidades estéticas que escapam à conformação midiática massiva, estabelecem outros tipos de contratos culturais e descobrem outras formas de estetização do cotidiano. Isto não significa um isolamento do mundo ou a construção de uma ilha social por parte destas comunidades. Mas o estabelecimento de relação fincada em afetos, em uma ética-estética

fundada em um estilo de vida próprio, estilo de vida aqui compreendido na intensidade que Deleuze e Foucault deram ao termo.

O envelhecimento bem-sucedido se traduz na qualidade de vida dos idosos que é concebida por meio de uma avaliação subjetiva, que está acima das questões objetivas vivenciadas, mas de experiências estéticas nesta fase da vida – como demonstrada por *pleasure growers*. A partir desta concepção de envelhecimento, não há como afirmar de maneira generalizada que envelhecer seja sinônimo de doença e inativação; novos valores e conceitos estão sendo construídos na coletividade atual e estão sendo difundidos globalmente (Lima, Silva & Galhardoni, 2008). Novas produções de sentido sobre o envelhecimento.

Considerações Finais

Segundo Debert (1999), considerar que os velhos sejam igualmente sábios ou incapazes é uma concepção negativa, pois envelhecer é um evento progressivo e de múltiplas facetas que pode ser vivido como uma experiência positiva, bem-sucedida ou negativa, com mais ou menos qualidade de vida, ou pode ser vivido no encontro e desencontro do bom e do ruim a partir dos diferentes momentos de vida. Muito além de aspectos como engajamento com a vida, habilidades funcionais e cognitivas, hábitos saudáveis, o envelhecimento bem-sucedido tem relação direta com as dimensões socioculturais e coletivas, com as subjetividades no âmbito individual e particular.

Outro fator importante diante do envelhecimento bem-sucedido é o contato com redes de relações sociais, ou com amigos de longa data, ou com situações que favorecem um suporte emocional. Erbolato (2006) traz que a manutenção de contatos sociais com antigos amigos preservam positivas emoções nas interações do idoso, possibilitando um suporte quando há o distanciamento dos filhos, netos e demais parentes. As redes sociais digitais possibilitam essas experiências.

Erbolato (2006) afirma que a amizade, os vínculos na velhice, associam-se à proteção e à segurança, constituindo forma integrante de um modo de autorreferência positiva da velhice. A amizade, os relacionamentos sociais desses grupos, são fontes de

suporte que suprem a necessidade de interdependência e manutenção dos vínculos significativos na família, fortalecendo questões sobre confiança, afeição, apreciação, plenitude, prazer e alegria. Experiências estéticas sensíveis que podem trazer maior qualidade de vida aos idosos – fortalecendo, assim, o conceito dos *pleasure growers* – agindo em comunidade, no estar junto, na vida coletiva e multicolorida (Lopes, 2006).

Para finalizar, cita-se Lopes (2006, p.127), com a intenção de perceber a constituição do “eu idoso” pela experiência estética de *pleasure growers*, no Facebook:

Ainda que o resgate do cotidiano possa ajudar a pensar esta inteireza, esta dimensão ativa diante do mundo não precisa ser confundida com sua totalidade, mas como uma intensidade e presença diante do mundo, da realidade, com os seus desejos, fantasias, delírios, sonhos, utopias; com uma dimensão de fé e confiança, espaço frágil, instável, fluido e ambivalente.

Referências

- All Facebook. (2011). Recuperado em 02 maio, 2011, de: <http://www.allfacebook.com/Facebooks-eldest-user-is-103-years-old-2010-12>.
- Athayde, M.E. (2009). *Aposentadoria Ativa - Quanto vale um projeto de vida. Mais de 50*. Recuperado em 01, abril, 2010, de: http://www.maisde50.com.br/editoria_conteudo2.asp?conteudo_id=7390.
- Bakhtin, M. (1997). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo (SP): Hucitec.
- Brasil, A. (2006). Entre Ver e Não Ver – O Gesto do Prestidigitador. In: Guimarães, C.; Leal, B. & Mendonça, C. *Comunicação e Experiência Estética*. Minas Gerais: Editora UFMG.
- Debert, G.G. (1999). *A reinvenção da velhice*. São Paulo (SP): Edusp.
- Erbolato, R.M.P.L. (2006). Atitudes em relação à velhice: questões científicas e políticas. In: Freitas, E.V. et al. (Eds.). *Tratado de Geriatria e Gerontologia*. (2ª ed.). Rio de Janeiro (RJ): Guanabara Koogan.
- Felix, J. (2010). *Viver Muito. Outras ideias sobre o envelhecer bem no século XXI*. São Paulo (SP): Leya.
- Grossi, P. & Santos, A. (2003). Velho, eu? Pijama e chinelo só para dormir. In: Dornelles, B. & Costa, G.J.C. *Investindo no Envelhecimento Saudável*. Porto Alegre (RS): EDIPUCRS.

- Guimarães, C., Leal, B. & Mendonça, C. (2006). *Comunicação e Experiência Estética*. Minas Gerais: Editora UFMG.
- IBGE (2009). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Política do Idoso no Brasil. Recuperado em 01 agosto, 2011, de: http://www1.ibge.gov.br/ibgeteen/datas/idoso/politica_do_idoso_no_brasil.htm.
- IBGE (2010). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Síntese de Indicadores Sociais*. Recuperado em 01 jul., 2011, de: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicadores2010/SIS_2010.pdf.
- Kirkpatrick, D. (2011). *O Efeito Facebook*. Rio de Janeiro (RJ): Intrínseca.
- Lima, A.M.; Silva, H. & Galhardoni, R. (2008). *Envelhecimento bem-sucedido: trajetórias de um constructo e novas fronteiras*. Recuperado em 01, fevereiro, 2011, de: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-32832008000400010&script=sci_arttext.
- Lopes, D. (2006). Da Estética da Comunicação a uma Poética do Cotidiano. In: Guimarães, C.; Leal, B. & Mendonça, C. (2006). *Comunicação e Experiência Estética*. Minas Gerais: Editora UFMG.
- Mendonça, C.C. (2006). Ao Homem em Ruínas Restaram as Imagens? In: Guimarães, C.; Leal, B. & Mendonça, C. *Comunicação e Experiência Estética*. Minas Gerais: Editora UFMG.
- Morace, F. (2009). *Consumo Autoral*. São Paulo (SP): Estação das Letras e Cores.
- Neri, A.L. & Yassuda, M.S. (2008). *Velhice Bem Sucedida: Aspectos Afetivos e Cognitivos*. Campinas (SP): Papirus.
- NOVA CARA DA TERCEIRA IDADE (2012). Perfil do Facebook. Recuperado em ago. a dez., 2012, de: <https://www.facebook.com/Nova3idade?fref=ts>.
- Papaleo Netto, M. (2007). *Tratado de Gerontologia*. (2ª ed., rev. e ampl.). São Paulo (SP): Atheneu.
- Paschoal, S., Franco, R. & Salles, R. (2007) Epidemiologia do Envelhecimento. In: Papaleo Neto, M. (2007). *Tratado de Gerontologia*. (2ª ed., rev. e ampl.). São Paulo (SP): Atheneu.
- Sievert, M. & Vieira, T. (2010). *Nova Geração de Idosos: Um consumidor a ser conquistado*. Recuperado em 02 abril, 2010, de: http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/63/Nova_geracao_de_idosos.pdf.
- Social Bakers (2012). Recuperado em 02 outubro, 2012, de: <http://www.socialbakers.com/>.
- Stacheski, D.R. & Massi, G.A. (2011). Índices sociais de valor: mass media, linguagem e envelhecimento. *Revista Interface*, 15. Recuperado em 02 junho, 2011, de: <http://submission.scielo.br/index.php/icse/article/view/30699>.
- Stucchi, D. (2007). O curso da vida no contexto da lógica empresarial: juventude, maturidade e produtividade na definição da pré-aposentadoria. In: Lins de Barros, M.S. *Velhice ou Terceira Idade?* Rio de Janeiro (RJ): Fundação Getúlio Vargas.

Recebido em 01/08/2012

Aceito em 29/09/2012

Denise Regina Stacheski – Doutoranda e Mestre pela Universidade Tuiuti do Paraná (Brasil), no Programa de Comunicação e Linguagens. Bolsista CAPES - Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior. Estágio Doutoral na Universidade Nova de Lisboa (Lisboa). Projeto 13744-12-7. Docente da Escola de Comunicação e Artes da Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Editora-Chefe da Revista de Estudos da Comunicação da PUC-PR.

E-mail: denise.stacheski@utp.br; denisereginastacheski@gmail.com;

denise.stacheski@pucpr.br