

Capítulo 20 - DOI:10.55232/1084002020

**AS FACES DA VELHICE NAS REDES SOCIAIS EM
TEMPOS DE PANDEMIA**

Nádia Sampaio, Luciana Araújo dos Reis

RESUMO: Este artigo apresenta as análises dos memes que tratam acerca da pandemia da COVID-19 e a pessoa idosa. Nessas publicações foram averiguados o funcionamento dos discursos contidos nos enunciados e imagens, com base no método de Análise do Discurso de linha francesa. Após o estudo, verificou-se que a sociedade estigmatiza e rotula a velhice nas redes sociais. Neste contexto, as redes sociais foram utilizadas, nesse período, para perpetuar preconceitos e estereótipos relacionados à velhice e a pessoa idosa, afinal a língua materializa discursos que são atravessados pela ideologia dominante. À vista disso, é necessário perceber que o envelhecimento populacional é um processo irreversível e, desse modo, as discussões sobre essa temática devem servir para a busca de novos caminhos de aceitação dessa categoria social como parte integrante da sociedade vigente.

Palavras-chave: Memes. Pessoa Idosa. Pandemia da COVID-19.

[...] a velhice não poderia ser compreendida senão em sua totalidade; ela não é somente um fato biológico, mas também um fato cultural.
(BEAUVOIR, 2018)

INTRODUÇÃO

Nos tempos modernos, há uma profusão de debates em torno da velhice e da pessoa idosa. Em todas as esferas existem uma ampla discussão acerca da transição demográfica que vem ocorrendo em todo o mundo ainda que em ritmos desiguais. A longevidade e a qualidade de vida se tornam assuntos discutidos em múltiplos campos de atuação. Isso posto, é fundamental pensar a respeito da existência de homens e mulheres inserida dentro do contexto social e histórico.

O Brasil é um país que possui uma população que envelhece. Cada vez mais aumenta o número de idosos e, sobretudo, o quantitativo de idosas vivendo nas cidades. Segundo o IBGE (2020), a expectativa de vida dos homens passou de 72,8 anos em 2018 para 73,1 anos em 2019 e a das mulheres foi de 79,9 anos para 80,1 anos.

No entanto, é visível na sociedade contemporânea uma aversão à velhice. “[...] Dentre todas as espécies, apenas a humana tem repulsa pelo envelhecer” (OLIVEIRA; SCORTEGAGNA; SILVA, 2017). Isso data de longo tempo, mas foi reiterada em meio a pandemia da COVID-19. Nesse momento, foi possível identificar os discursos materializados por meio das expressões e dos *memes* publicados nas redes sociais que significam como a sociedade classifica a velhice e a pessoa idosa.

Sabe-se que a velhice é uma construção social e, dessa forma, a pessoa idosa tem seu estatuto conferido pela sociedade em que pertence (BEAUVOIR, 2018). Isto posto, é relevante pensar a respeito das convicções e posicionamentos quanto ao envelhecimento e verificar como a mídia pode colaborar para perpetuar rótulos, criar padrões e estipular condutas, uma vez que os aspectos da juventude são valorizados em detrimento do processo de envelhecimento, mesmo que todos os seres humanos estejam destinados a ele, pois é um transcurso natural e irreversível.

Neste contexto, as redes sociais são instrumentos poderosos para a difusão de convicções e possibilitam a interação entre diversas pessoas promovendo as modificações nas formas de comunicação, de relacionamento, do ensino e da aprendizagem. Com isso, o tema da velhice foi explorado durante a pandemia da COVID-19 e vários *memes* com dizeres específicos foram divulgados por intermédio

desse recurso comunicacional. Assim, esse mecanismo de informação colaborou para que os preconceitos e rótulos relacionados à temática, contidos em diversas postagens, fossem veiculados com rapidez revelando as ideologias existentes nos discursos sobre os indivíduos que envelhecem.

Dessa maneira, com base nos pressupostos do método de Análise do Discurso de linha francesa foram avaliados discursos que se movem por entre as frases e imagens que julgavam o comportamento das pessoas idosas e tipificavam a velhice no período mencionado da pandemia. Para fazer uma busca minuciosa desses materiais, usou-se a *internet* como uma ferramenta de investigação.

As averiguações dos conteúdos dos *memes* revelaram como a velhice ainda é menosprezada, estereotipada e estigmatizada e as pessoas idosas prescindíveis. Para tanto, neste artigo é discutida a construção social da velhice, as mídias sociais, e, em seguida, far-se-á a análise discursiva dos *memes* e frases que os acompanharam para uma compreensão acerca dos discursos disseminados durante a pandemia da COVID-19 sobre a pessoa idosa e a velhice.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 Construção social da velhice, as redes sociais e a Análise do Discurso

O envelhecimento populacional é uma realidade demográfica bastante discutida em escala mundial. No Brasil, esse processo é considerado tardio, pois foi só a partir de 1940 que houve um declínio da mortalidade e, em consequência, a expectativa de vida aumentou (MYRHA; TURRA; WAJNMAN, 2017) sendo que em países desenvolvidos essa transição demográfica havia acontecido.

Neste cenário, as mulheres são maioria significativa nessa faixa etária dos 60 anos ou mais. No Brasil, as pesquisas do IBGE (2020) mostram que a expectativa de vida após os 65 anos é de 17,2 anos para os homens e 20,4 para as mulheres. Logo, nota-se o fenômeno da feminização da velhice que significa um maior número de mulheres idosas vivendo nas áreas urbanas e isso reflete na diferenciação quando se trata da esperança de vida ao nascer entre homem e mulher.

Dessa forma, observa-se que a estrutura demográfica tem mudado e questões fundamentais quanto à produtividade, o mercado de consumo, à inclusão social e demais demandas devem ser prioridade nas áreas políticas e educacionais com a

finalidade de novas gestões da velhice.

É substancial entender que todo esse aumento populacional de pessoas idosas vem acompanhado de desafios e anseios na compreensão de que é urgente a elaboração de políticas públicas voltadas para essa categoria social, bem como uma averiguação social apurada quanto às implicações do envelhecimento demográfico para os diversos horizontes quais sejam econômicos, culturais, legais, dentre outros que devam estar no bojo das discussões voltadas para a temática.

À vista disso, Debret (2004) considera que se deve pensar na visibilidade da velhice no campo das preocupações sociais da atualidade. Por isso, não se refere apenas de levar em conta os dados estatísticos, porém é necessário atentar para as questões que ultrapassam as informações quantitativas acerca da transição demográfica brasileira.

Assim sendo, a velhice é uma construção social e, como tal, as assimilações, conceitos e condicionantes são definidos pela sociedade e afetam diretamente as pessoas idosas. Beauvoir (2018) assevera que a velhice é condicionada pela sociedade da qual ele faz parte. Dessa maneira, os grupos sociais determinam a visão em torno da velhice e ela está envolta de discursos e da representação social que são expressas nas ações rotineiras, nas materialidades discursivas como resultados da ideologia dominante que atua em cada conjuntura histórica e cultural.

As representações sociais apontam para as características e as perspectivas desenvolvidas coletivamente no tocante ao comportamento, aos valores e limitações estipulados pela sociedade no que tange a essa categoria social. A velhice é um assunto discutido amplamente e tem ganhado notoriedade, pois a presença da pessoa idosa no cenário brasileiro tem sido relevante. D'Alencar (2017) aponta que as interações sociais fomentam situações consensuais em que o sujeito idoso se apropria das representações criadas, se tornam parte de sua vida e muitas vezes são tidas como decisivas na orientação de atitudes e de conduta de idosos e idosas.

Para Areosa; Freitas; Eisenhardt (2017) as representações sociais fazem parte de um processo de assimilação, estruturação e modificações que são veiculados por diversos setores como as universidades, os jornais, a televisão, a internet e encontram um espaço fértil que é apropriado por todos de forma geral. Isso é realizado de uma maneira gradual e profícua e é aceita como comum no dia a dia e vai sendo percebido como habitual pela sociedade. Ou seja, repetir chavões e ideias sobre a velhice e as pessoas idosas se tornaram condutas triviais e toda vez que há uma circulação de imagens, publicações, *memes* falando a respeito da pessoa idosa gera significações

quanto à velhice e esses componentes afetam a identidade deles.

As posições ideológicas conduzem os sentidos produzidos pela coletividade e se convertem em expressões, crenças e ações a respeito da definição de ser velho(a) e, com o passar do tempo, adquire uma função simbólica e representativa desse período da existência. Destarte, é habitual notar os vários atributos destinados à velhice e às pessoas idosas e, nesse viés, compreende-se que estar velho(a) é sinônimo de ser descartável, insignificante, improdutivo, inativo, dentre distintas interpretações usuais. Além disso, a pessoa idosa, em geral, constitui uma categoria desprezada, vistos pelo decréscimo e, mais que isso, como a antecâmara da morte (NERI, 2003).

Existem alguns constituintes dessa construção social que dizem respeito a manutenção da juventude como uma ressalva para a aceitação do envelhecimento. Em outras palavras, o rejuvenescimento está exposto nos debates relacionados a uma velhice “promissora” e “bem-sucedida”, pois a vivacidade juvenil também se atrela a funcionalidade do mercado de trabalho, a competitividade e logo, para os ditames capitalistas, quem se mantém produtivo não está associado a perda de valor, porém, quando o indivíduo não possui mais essas qualificações torna-se invisível para o circuito produtivo (HERÉDIA; BONVOLINI, 2017).

Por conseguinte, atina-se que os discursos que envolvem este assunto carregam os pressupostos que fomentam e mantêm às memórias sociais negativas quanto à velhice e o sujeito idoso. Essas são reproduzidas ao longo do tempo e se tornam uma realidade que influencia a percepção alusivas à velhice e a visão da pessoa idosa em torno de si mesmo. Diversos enunciados são repetidos constantemente e aceitos socialmente. Eles são propagados pela escola, pelas mídias digitais, pelos veículos de comunicação e se expandem de forma rápida e quase instantânea na propagação de pensamentos e conceitos.

À vista disso, contempla-se que a mídia tem um papel decisivo no espalhamento de opiniões e de padrões de comportamento. Em função disso, Silverstone (2005) pondera que a mídia opera de forma profunda no cotidiano e tende a moldar realidades da vida diária por meio de representações singulares e múltiplas. Dessa maneira, as convicções e procedimentos são capazes de serem endossadas pelas publicações midiáticas que são veiculadas frequentemente. Nesta perspectiva, as redes sociais têm sido cada vez mais usadas em todo o mundo, pois elas viabilizam a interação e a manipulação de informações com uma celeridade impressionantes. Dessa forma, não há dificuldade em compartilhar imagens, ideias e concepções acerca de alguma coisa ou

alguém por meio das redes sociais em que milhões de pessoas estão conectadas em todo o mundo. Di Felice (2012, p. 17) afirma que:

Surge, assim, um social inédito, conectado e invisível, que se cria e se desconstrói e reconstrói continuamente alterado pelos fluxos informativos e no qual as transformações dos seus contextos acontecem através de um conjunto de networks dos quais a Internet constitui o sistema operativo.

Essa conexão oportuniza a disseminação de materiais, de imagens e sons que promovem discursos variados, pois o alcance está muito além do meramente visível e pode chegar a destinos inimagináveis e “[...]se tornar um conjunto infinito de informações a ser reconstituído e reinterpretado por nós” (DI FELICE, 2012, p. 17). Logo, Neri (2007) acrescenta que as convicções referentes à velhice são desenvolvidas durante a vida e por meio das fontes de influência como a literatura, os jornais, as revistas, pelos canais televisivos, pela religião. Desse modo, constata-se que esses elementos são utilizados para difundir discursos sobre a velhice que, na maioria das vezes, são negativos e estereotipados.

Com a pandemia da COVID-19, os *memes* disseminaram falas de repulsa e de aversão a essa categoria social, afinal a linguagem como discurso é uma interação e revela as ideologias presentes na sociedade (BRANDÃO, 2012). Nesta perspectiva, é fundamental examinar quais os discursos com relação à velhice divulgados nas redes sociais e à medida que foram massificados se tornaram parte do real, da história. Pêcheux (2014) diz que o sentido de uma palavra se compõe pelas posições ideológicas que fazem parte dos desencadeamentos sócio-históricos.

Os materiais veiculados, nas redes sociais, contêm os pressupostos sobre o sujeito idoso e, dessa forma, propagam imagens que reproduzem os estereótipos e rótulos que o estigmatiza e reflete o pensamento social. São discursos criados anteriormente e que são rememorados frente os desafios dos protocolos criados durante a pandemia da COVID-19.

As ideologias são inerentes a qualquer forma de linguagem. Elas geram significações, pois fazem parte da sociedade e de sua realidade. Orlandi (2015, p. 15) afirma que “[...] o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentido por/para os sujeitos”. Neste viés, os discursos que aludem sobre a velhice e das pessoas idosas atravessam as materialidades difundidas pelas redes sociais e revelam as visões e as representações sociais que abordam o envelhecimento.

Algumas imagens que mencionam a pessoa idosa foram criadas são alusivas à

COVID-19 e estão repletas da visão social vinculada ao envelhecimento Para Silva Sobrinho (2007, p. 172)

Os jogos de imagens veiculados pela mídia, em propagandas e em revistas de informações, produzem sentidos que atuam de modo a constituir e reproduzir identidades e, por conseguinte, afetam as práticas sociais através de um certo (re)direcionamento e controle dos sujeitos, inclusive indicando como eles devem ser ou não ser.

Nos *memes* que foram estudados, nota-se que a linguagem não é imparcial e expõe sua aversão às pessoas idosas, pois os caracterizam negativamente sob diversos aspectos. Por isso, Brandão (2012) infere que a linguagem é o lugar da manifestação ideológica e que também se objetiva nas materialidades.

Nesta perspectiva, é primordial refletir quais os conceitos, as acepções que envolvem a velhice e averiguar como na pandemia do COVID-19, por meio das redes sociais, os *memes* que circularam apontaram para a desvalorização da pessoa idosa e a estigmatização da velhice contrastando com a realidade demográfica da sociedade contemporânea.

2. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A fim de entender o funcionamento dos discursos das materialidades discursivas representadas pelos *memes* e seus dizeres que tratam da pessoa idosa face à pandemia da COVID-19, foi traçado um planejamento para a pesquisa em questão. Para tanto, realizou-se uma busca nas redes sociais, quais foram: *Facebook*, *WhatsApp* e no *Instagram* concernentes aos materiais alusivos às pessoas idosas e a COVID-19. Para tanto, 05(cincos) *memes* foram escolhidos para que suas imagens e dizeres fossem avaliados com o intuito de conhecer os discursos sobre a pessoa idosa e a velhice neles contidos. Para esse exame, utilizou-se da Análise do discurso de linha francesa.

Para isto, sabe-se que essa categoria social faz parte do grupo considerado de risco e que pode ser afetada mais drasticamente pela doença. Em função disso, algumas medidas foram definidas e várias informações a respeito do distanciamento e isolamento social se inseriram em todos os veículos de comunicação com o propósito de serem cada vez mais conhecidos e exercitados, sobretudo, pela população com 60 anos ou mais.

Até o momento, acredita-se que a transmissão da doença acontece em função do contato direto, bem como por meio de gotículas que podem ser espargidas por um indivíduo que esteja infectado pela tosse ou espirros, por exemplo. Por isso, evitar

contato físico, ficar em quarentena e em isolamento se tornaram medidas que são capazes de escapar da transmissão e contágio da COVID-19.

Por conseguinte, surgiram vários *memes* com a finalidade de massificar as mensagens quanto à pandemia da COVID-19 e, especificamente, os cuidados essenciais que deveriam ser atendidos pela população em geral. Segundo Souza (2013), os *memes* têm a ver principalmente com comentários, postagens de fotos, vídeos, paródias que fazem referências as notícias do cotidiano provenientes em grande parte de outros canais midiáticos.

Eles são considerados expressões culturais que vão sendo transmitidas ou compartilhadas nos grupos sociais. Esses comunicados que parecem ser um tanto jocosos estão repletos de conceitos acerca do sujeito idoso. As ilustrações e textos compõem princípios que são transmitidas para vários indivíduos no ambiente virtual. Neste caso, o comportamento das pessoas idosas foi mensurado e criticado durante a pandemia da COVID-19. As figuras examinadas estão dispostas no decorrer do texto.

Para Orlandi (2015) existe uma ligação entre a história externa e a historicidade do texto, no entanto, essa interpretação dos discursos é não instantânea. Nas figuras 1 e 2 (p. 9) têm-se uma leitura de aprisionamento, por meio de um carro que caça pessoas idosas e de uma gaiola que as mantém dentro de seus lares, pois tem a pretensão de recolher todos que forem encontrados circulando nas ruas das cidades, uma vez que estariam desobedecendo os protocolos determinados pelas agências de saúde quanto ao isolamento social.

Figura 1. Carro do Cata Véio



Fonte: WhatsApp, 2020.

Figura 2. Gaiola para prender idoso(a)



Fonte: Instagram, 2020.

Todavia, as imagens e as frases insinuam a ideia de que o sujeito idoso é desobediente, turrão e insubmisso às regras estabelecidas pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Está implícito que ao envelhecer o indivíduo torna-se insubordinado sendo inevitável que um carro esteja de prontidão para “catar” diariamente esses sujeitos e os fazerem retornar aos seus lares.

As convicções quanto à velhice estão evidenciadas ainda que não estejam plenamente perceptíveis. É a linguagem como fenômeno social e prática de atuação interativa (SOUZA, 2013). Os sentidos a respeito das pessoas idosas compõem o texto e nele se encerram as concepções construídas ao longo do tempo. As noções e significados relacionados a ser velho(a) estão dispostos nos *memes* e não versa apenas de imagens e expressões sem conexão, mas de um conteúdo. Para Orlandi (2015), o texto tem uma significação e, então, vê-se a relação da sociedade, das memórias sociais e a história.

Nos *memes* expostos, conforme as figuras 1 e 2, percebe-se que o sujeito idoso é visto como alguém indisciplinado, desobediente, teimoso, relutante, birrento, uma vez que não consegue obedecer às regras propostas e, por isso, é urgente que um carro os recolha das ruas forçadamente. Essas falas e imagens reforçam no imaginário os discursos negativos, os estigmas e estereótipos culturalmente desenvolvidos e mantidos sobre a velhice e da pessoa idosa. Desse modo, mediante o compartilhamento dos *memes* apresentados, há uma concordância com a percepção desenvolvida socialmente.

A figura 3 engloba a ilustração de várias pessoas idosas circulando nas ruas em desacordo aos protocolos estabelecidos neste momento de pandemia.

Figura 3: Idosos e idosas fora de casa.

Coronavírus: os idosos são a idade de risco
Os idosos: bora dá rolê na rua



Fonte: Instagram, 2020.

Esta imagem mostra idosos e idosas na rua e promove a insinuação de que eles não estão atendendo a recomendação de isolamento social e, portanto, sentem-se livres para percorrerem as vias públicas das cidades. Identificam-se relações significativas nessa figura e suas expressões e, desse modo, existe a conclusão de que o sujeito idoso é indiferente aos riscos de contaminação da doença e se expõe aos perigos causados pela aproximação com outras pessoas porque não se subjugam às recomendações dos órgãos de saúde.

Logo, interpreta-se a velhice como um estágio em que as pessoas não têm condições de apreender regras, de atender aos apelos televisivos, jornalísticos e as informações veiculadas para proteção de si e dos outros. Nessa relação, as pessoas idosas são assim consideradas por serem “velhos”, “caducos” e as gerações posteriores os julgam como ineficientes para tomarem decisões frente a pandemia atualmente.

Nesta relação, existe a revelação de um discurso sobre essa categoria social que a estigmatiza e a rotula. “Assim, pelo efeito de memória são retomados os sentidos negativos da velhice” (SILVA SOBRINHO, 2007, p. 24). Evidencia-se que há a perda da capacidade de avaliação das complicações causadas pelo coronavírus e o atendimento às ações de combate a COVID-19.

Esse *meme* sugere que as pessoas idosas teimam em ir às ruas e isso promove uma disseminação do vírus e expõe a sociedade a perigos latentes. Essas imagens são compartilhadas e são aceitas como verdadeiras em contraponto, na maior parte das vezes, aos números factuais de pessoas idosas que estão mantendo o isolamento recomendado. Na pesquisa realizada por Lima DLF *et al* (2020) constatou-se que, o grupo que tem tido um alto risco de contaminação está entre 20-39 anos. Para o Centro Europeu de

Prevenção e Controle de Doenças (ECDC) “[...] a maior proporção de casos está entre as pessoas com 20 a 29 anos: 19,5%, disse o ECDC, nos meses de julho e julho deste ano conforme divulgado por Kottasová (2020).

Isso implica em dizer que jovens e adultos estão mais expostos e podem ser vetores de contaminação, pois estão participando de eventos, de festas e comemorações não justificáveis, uma vez que esses geram aglomerações e surgem altas chances de proliferação da enfermidade e os mais velhos podem ser infectados, posto que os mais jovens convivem com seus avós, pais e mães em idade avançada.

A figura 4 foi veiculada no *Facebook*, uma rede social, que difundiu e classificou a pessoa idosa conforme seu comportamento. Observa-se que meme indica o que deverá ocorrer após a pandemia e a expressão idoso será retirado na identificação da vaga de estacionamento. Portanto, deverá ser colocado o vocábulo teimoso como identificação para a pessoa idosa que vier a ocupar a vaga.

Figura 4. Nova identificação vaga de estacionamento para as pessoas idosas



Fonte: Facebook, 2020.

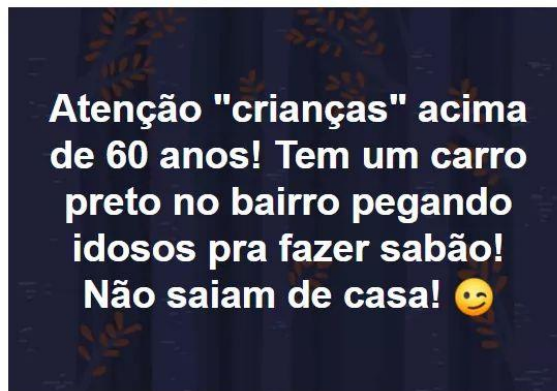
Com isso, é evidente o tratamento destinado às pessoas idosas ao julgar que suas condutas, no período da manifestação da COVID-19, foram inadequadas. Não obstante, é essencial salientar que a socialização de crenças e ideologias como essas potencializam ‘verdades’ do senso comum, pois ao distinguir a expressão teimoso, na vaga para carros, implica dizer que todos que pertencem a essa categoria social são inflexíveis. Em função do compartilhamento nas redes sociais, essas opiniões e seus propósitos são rapidamente propagados e reafirmados. Souza (2013) considera que ao

usar essas ferramentas interativas há uma demonstração de que os usuários adotem uma prática discursiva que aprova as concepções ideológicas expostas.

Na figura 5, a seguir, exhibe um *meme* com uma fala infantilizada para convencê-los a não saírem de casa. O discurso contido também transmite a noção de que uma conversa adulta não será entendida por eles sendo, portanto, fundamental infantilizar a comunicação para que seja aceita. Os chamam de “crianças” e usam frases e entonação que são próprios das histórias infantis. Ainda expõe o “carro preto” como um veículo que amedronta com a finalidade de promover sensibilização a respeito das normas a serem seguida na pandemia.

Essa forma de comunicação pode gerar crenças que tendem a guiar pensamentos, julgamentos a respeito das práticas diárias das pessoas idosas. Souza (2013) assevera que o discurso se revela como a linguagem em uso, a prática social que se manifesta sob a forma de textos.

Figura 5. Meme que solicita ao idoso(a) ficar em casa



Fonte: WhatsApp, 2020.

À vista disso, há evidências da percepção social quanto a homogeneização da velhice nas figuras 4 e 5. Dessa maneira, verifica-se que na representação da velhice existe uma tendência a assemelhar todas as pessoas idosas a um único padrão no processo de envelhecimento. Diante disso, nesses dizeres há uma incitação a uma homogeneidade de conduta entre as pessoas idosas. Ou seja, fortalece a ideia de que ao envelhecer os indivíduos perdem a capacidade de compreensão sobre os assuntos a vida diária, estão são incompetentes para refletirem e entenderem os desafios da contemporaneidade. À vista disso, os discursos sugerem que ao usar uma linguagem infantilizada oportuniza o sucesso no diálogo com os mais velhos conforme exposto na figura 5.

Cerqueira & Ribeiro (2017) ponderam que quando se busca a homogeneidade

como fundamento estruturador da velhice promove-se o arrefecimento dessa categoria social. Haddad (2016) acrescenta que “[...] generalizar para a velhice o que pode ser vivido por apenas uma minoria de velhos é avançar o “sinal vermelho” da ciência”. Logo, é incompatível considerar que todos envelhecem da mesma forma, uma vez que as classes sociais diferem os modos de vida e, conseqüentemente, a maneira como cada um envelhece. Essa visão interposta pelas mídias homogeneiza a velhice e silencia a heterogeneidade desse processo.

Posto que, à medida em que as pessoas idosas se afastam dos padrões que abordam um envelhecimento proposto dentro das expectativas de rejuvenescimento, de manutenção de uma vida ativa, produtora e ágil na esfera do capital e do mercado de trabalho, elas são rejeitadas socialmente. Se elas não estiverem dentro desses parâmetros são estigmatizadas como débeis, inábeis e, portanto, não terão condições de atenderem às regras impostas pelos órgãos da saúde em tempos de pandemia e causarão transtornos aos familiares e a sociedade. Seria assim, o aprofundamento da “velhofobia” expressão registrada por Goldenberg (2020) recentemente.

Haddad (2016) pontua que a ideologia da velhice é um item essencial à reprodução das relações capitalista. Nela estão reveladas as características de assimilação do sujeito idoso pela sociedade. A categoria social das pessoas idosas tem se subordinado às conceituações, os pareceres e julgamentos sociais de sua identidade e suas condutas e isso afeta diretamente sua idiossincrasia ao estabelecer limites que são definidos em função de sua produtividade, competitividade e atuação social e profissional com base nos pressupostos do modo de produção capitalista.

Portanto, se a pessoa idosa não estiver inserida nos paradigmas mencionados tem sua visibilidade enfraquecida. Ela será considerada inapta para conviver em coletividade, pois a sociedade considera que um indivíduo ao envelhecer tem suas capacidades críticas e de discernimento comprometidas em função da velhice, conforme descritos pelos *memes* e essas memórias sociais estão sendo absorvidas, sedimentadas, externadas nas redes sociais e aclamadas socialmente.

CONCLUSÕES

Mediante os diagnósticos produzidos, vê-se que as pessoas idosas são notadas como uma categoria social que está exposta a estigmas, rótulos e estereótipos que os

caracterizam como indivíduos escusáveis na sociedade brasileira. A invisibilidade da velhice é ratificada à medida que, nos *memes*, as pessoas idosas são descritas como sujeitos incapazes e decrépitos. Essas formulações são construções sociais que por intermédio das redes sociais são disseminadas com uma rapidez voraz.

Pondera-se que a linguagem enquanto discurso promove sentidos que são produzidos fora e antes dele. Contudo, permite retomá-los para preservar conceitos, ideologias e modelos, neste caso, a respeito dos significados do envelhecer. Por esse motivo, é indispensável uma (re) análise do papel das mídias sociais na propagação das concepções presentes nos discursos referentes ao envelhecimento, bem como das representações sociais constituídas pela sociedade acerca da velhice e das pessoas idosas.

Na contemporaneidade, tem-se no Brasil um processo de transição demográfica em pleno curso e isso exige uma reinvenção nas práticas sociais com a finalidade de aceitação dessa categoria social e o reconhecimento de seus papéis sociais e, sobretudo, considerar as potencialidades das pessoas idosas na construção de possibilidades de recriação das formas de vivenciar a velhice nos tempos modernos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AREOSA, Silvia Virginia Coutinho; FREITAS, Cristiane Redin; EISENHARDT, Juliana. Representações sociais de idosos sobre a adaptação em uma instituição de longa permanência. *In: D'ALENCAR, Raimunda Silva. A representação social na construção da velhice (org.)* Ilhéus, BA: Editus, 2017.

BEAUVOIR, Simone. *A velhice*. Tradução Maria Helena Franco Martins. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2018.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. 3ª ed. ver. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2012.

BRASIL, IBGE. **Tábua completa de mortalidade para o Brasil – 2019**: Breve análise da evolução da mortalidade no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-11/ibge-esperanca-de-vida-do-brasileiro-aumentou-311-anos-desde-1940>. Acesso em 03 de agosto de 2021.

CERQUEIRA, Monique Borba; RIBEIRO, Aline Ângela Victoria. Semânticas do envelhecimento- modos de envelhecer nos anos 70. *In: D'ALENCAR, Raimunda Silva (org). A representação social na construção da velhice*. Ilhéus, BA: Editus, 2017.

D'ALENCAR, Raimunda Silva. Idosas no contexto da vida cotidiana: como percebem o corpo. *In: D'ALENCAR, Raimunda Silva. A representação social na construção da*

velhice (org.) Ilhéus, BA: Editus, 2017.

DEBRT, Guita Grin. **A reinvenção da velhice**: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: FAPESP, 2004.

DI FELICE, Massimo. Redes sociais digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropomorfismo social. **Revista USP**. São Paulo: n. 92 , p - 6-19 , Dezembro/Fevereiro 2011/2012.

GOLDENBERG, Mirian. “**Velhofobia**”. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/miriangoldenberg/2020/04/velhofobia.shtml>, acessado em 18 de novembro de 2020.

HADDAD, Eneida Gonçalves de Macedo. **A ideologia da velhice**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2016.

HERÉDIA, Vania; BONVOLINI, Josiane. Representações da velhice no olhar dos jovens. *In*: D’ALENCAR, Raimunda Silva. **A representação social na construção da velhice (org.)** Ilhéus, BA: Editus, 2017.

KOTTASOVÁ, Ivana. **Jovens são os mais infectados em segunda onda COVID-19 na Europa**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/2020/08/13/jovens-sao-os-mais-infectados-em-segunda-onda-de-covid-19-na-europa>. Acesso em 09 de dezembro de 2020.

LIMA DLF, Dias AA, Rabelo RS, Cruz ID, Costa SC, Nigri FMN, Neri JR. COVID-19 no Estado do Ceará: Comportamentos e crenças na chegada da pandemia. **Ciência e Saúde coletiva**. 2020; 25(5):1575-1586.

MYRHA, Luana Junqueira Dias; TURRA, Cássio M; WAJNMAN, Simone. A contribuição dos nascimentos e óbitos para o envelhecimento populacional no Brasil, 1950 a 2100. **Revista Latinoamericana de Población**. Año 11, N. 20. Buenos Aires: Asociación Latino Americana de Población, enero-junio, 2017, pp. 37-54.

NERI, Anita Liberalesso. Atitudes e preconceitos em relação à velhice. *In*: NERI, Anita Liberalesso. **Idosos no Brasil**: vivências, desafios e expectativas na terceira idade. São Paulo: Editora Perseu Abramo, Edições SESC SP, 2007.

NERI, Anita Liberalesso. Atitudes e crenças sobre velhice: análise de conteúdo de textos do jornal O Estado de São Paulo publicados entre 1995 e 2002. *In*: O. R. M. von Simson, A. L. Neri, & M. Cachioni (Orgs.). **As múltiplas faces da velhice no Brasil**. Campinas, SP: Átomo Alínea, 2003.

OLIVEIRA, Rita de Cássia da Silva; SCORTEGAGNA; Paola Andressa; SILVA, Flávia Oliveira Alves da. Múltiplos olhares sobre a velhice: representações sociais a partir da percepção de crianças, adultos e idoso. *In*: D’ALENCAR, Raimunda Silva. **A representação social na construção da velhice (org.)**. Ilhéus, BA: Editus, 2017.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 12ª

edição. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica do discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução Eni Puccinelli Orlandi et al. 5ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

SILVA SOBRINHO, Helson Flávio. **Discurso, velhice e classes sociais**: a dinâmica contraditória do dizer agitando as filiações de sentido na processualidade histórica. Maceió: EDUFAL, 2007.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** Tradução: Milton Camargo Mota. 2ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

SOUZA, Carlos Fabiano de. Memes: formações discursivas que ecoam no ciberespaço. *In: VÉRTICES*, Campos dos Goytacazes/ RJ, v.15, n. 1, p. 127-148, jan.