



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM FAMÍLIA NA SOCIEDADE
CONTEMPORÂNEA- PPGFSC**

ADRIANA BARROS DE ALMEIDA BARBOSA

**O CONSUMO DA TV ABERTA: UM ESTUDO DE CASO DO IDOSO COMO
TELESPECTADOR INSERIDO EM FAMÍLIAS MULTIGERACIONAIS
SOTEROPOLITANAS**

Salvador - BA

2024

ADRIANA BARROS DE ALMEIDA BARBOSA

**O CONSUMO DA TV ABERTA: UM ESTUDO DE CASO DO IDOSO COMO
TELESPECTADOR INSERIDO EM FAMÍLIAS MULTIGERACIONAIS
SOTEROPOLITANAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Família na Sociedade Contemporânea, da Universidade Católica do Salvador, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Família na Sociedade Contemporânea.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª Gilca Carrera

Salvador - BA
2024

Dados de Catalogação na Publicação (CIP)
Ficha Catalográfica. UCSAL. Biblioteca Dom Geraldo Majella Agnelo

B238 Barbosa, Adriana Barros de Almeida

O consumo da TV aberta: um estudo de caso do idoso como telespectador inserido em famílias multigeracionais soteropolitanas / Adriana Barros de Almeida Barbosa. – Salvador, 2024.
142f.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica do Salvador.
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação. Mestrado em Família na Sociedade Contemporânea.

Orientadora: Profa. Dra. Gilca Oliveira Carrera.

1. Avós 2. Relações Multigeracionais 3. Televisão 4. Consumo de TV 5. Família I. Carrera, Gilca Oliveira – Orientadora II. Universidade Católica do Salvador. Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação. III. Título.

CDU 316.356.2-055.53

TERMO DE APROVAÇÃO

ADRIANA BARROS DE ALMEIDA BARBOSA

**“O CONSUMO DA TV ABERTA: UM ESTUDO DE CASO DO IDOSO
COMO TELESPECTADOR INSERIDO EM FAMÍLIAS MULTIGERACIONAIS”**

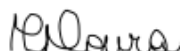
Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Família na Sociedade Contemporânea da Universidade Católica do Salvador.

Salvador, 20 de março de 2024.

Banca Examinadora:

 Documento assinado digitalmente
GILCA OLIVEIRA CARREIRA
Data: 09/04/2024 14:33:44-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Profa. Dra. Gilca Oliveira Carrera
Orientador(a) - (UCSAL)



Profa. Dra. Milene Moura Sampaio (GRUPO REPORT)



Prof. Dr. Rafael Cerqueira Fornasier (UCSAL)

DEDICATÓRIA

A motivação desse estudo partiu da minha relação profissional em entender o comportamento dos idosos que moram com seus netos e o impacto disso no consumo dos conteúdos televisivos. Porém, durante a trajetória do mestrado, ouvi de alguns professores que toda dissertação ou tese é um acerto de contas e entendi que o meu ajuste tem muito da minha relação com minha querida Vó Nena (*in memoriam*) e da sua paixão pelos conteúdos televisivos. À Vó Nena, minha querida e amada vizinha, que durante anos assistimos juntas aos programas de auditório e novelas, minha eterna gratidão.

AGRADECIMENTOS

À Deus, por me direcionar sempre no melhor caminho e ser meu refúgio de todas as horas.

À minha mãe Eliana Barros, por todos os ensinamentos e sempre me conduzir para os caminhos de crescimento pessoal através dos estudos.

Ao meu marido Tiago Pereira, por todo suporte emocional necessário para que eu conseguisse concluir mais esta etapa da minha vida.

À minha filha Mariana Barbosa, que coisa maravilhosa é poder escrever isso e dizer que ser mãe, na reta final de uma dissertação de mestrado, foi um desafio, mas você é o melhor presente que eu pude receber.

À minha orientadora Gilca Carrera, por todo direcionamento para a conclusão deste trabalho.

Aos meus colegas da Rede Bahia, que por vezes seguram “as pontas” para que eu pudesse ir além, meu obrigada.

Às minhas colegas de sala, Jane Soares, Diana Alencar, Cristiane Procópio e Victoria Lemos, pelas trocas, almoços, apostilas, leituras... vocês foram muito importantes nesta fase da minha vida.

“Não há comunicação sem cultura e não há cultura sem comunicação” (Douglas Kellner).

RESUMO

O presente trabalho é sobre o consumo de televisão por idosos, especialmente avós que moram com seus netos. A televisão desempenha um papel importante na vida dos idosos, oferecendo companhia, entretenimento e informação, além de ser um poderoso meio de influência para atitudes e comportamentos de todo um ambiente familiar. Estudos mostram que os idosos assistem à televisão mais do que qualquer outro grupo demográfico, e que eles são mais propensos a confiar nas informações que veem na televisão do que em outras fontes. A investigação está concatenada ao envelhecimento como tendência social e demográfica dominante na contemporaneidade, cujo impacto se sente em diversas esferas da vida humana, incluindo o hábito de consumo dentro do contexto familiar. Desde a sua criação, a TV aberta foi o meio que mais provocou as mais significativas transformações, contribuindo para uma mudança na relação do indivíduo com a sociedade e com o consumo diante desta sociedade. O objetivo geral desta pesquisa é compreender como o idoso que coabita em famílias com mais de uma geração consome os conteúdos televisivos ofertados pelas principais emissoras abertas no cotidiano familiar. Levando em consideração a influência deste meio de comunicação associado ao crescimento de idosos que convivem com seus netos, a pesquisa qualitativa de caráter exploratório do tipo estudo de caso irá entender o hábito de consumo deste idoso inserido nesta família multigeracional.

Palavras-chave: Avós; Relações Multigeracionais; Televisão; Consumo de TV; Família.

ABSTRACT

The present work is about television consumption by elderly people, especially grandparents who live with their grandchildren. Television plays an important role in the lives of the elderly, offering company, entertainment and information, as well as being a powerful means of influencing attitudes and behaviors throughout a family environment. Studies show that seniors watch more television than any other demographic group, and that they are more likely to trust information they see on television than from other sources. The investigation is linked to aging as a dominant social and demographic trend in contemporary times, whose impact is felt in different spheres of human life, including consumption habits within the family context. Since its creation, open TV has been the medium that has caused the most significant transformations, contributing to a change in the individual's relationship with society and with consumption in this society. Taking into account the influence of this means of communication associated with the growth of elderly people who live with their grandchildren, qualitative exploratory research will understand the consumption habits of these elderly people inserted in this multigenerational family.

Keywords: Grandparents; Multigenerational Relationships; Television; TV consumption; Family.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Descritivo sociodemográficos dos participantes	799
Quadro 2: Consumo da TV Aberta.....	8282
Quadro 3: Unidades de registro de cada categoria	8383
Quadro 4: Modelo da Tabulação dos Dados	84
Quadro 5: Tempo médio dedicado à TV Aberta durante a semana coletada	855
Quadro 6: Porcentagem de tempo dedicada ao consumo por emissora	866
Quadro 7: Porcentagem de tempo dedicada ao consumo por gênero.....	888
Quadro 8: Tempo dedicado ao consumo por programa	899
Quadro 9: Tempo dedicado ao consumo por programa	92
Quadro 10: Tempo dedicado ao consumo por ambiente	944
Quadro 11: Tempo dedicado ao consumo por dia da semana	955
Quadro 12: Tempo dedicado ao consumo por faixa horária	977
Quadro 13: Comportamento do consumo da TV no turno da Manhã – Dias de semana	977
Quadro 14: Comportamento do consumo da TV no turno da manhã - Finais de semana.....	988
Quadro 15: Comportamento do consumo da TV no turno da Tarde- Dias da semana.....	999
Quadro 16: Comportamento do consumo da TV no turno da Tarde – Finais de semana	101
Quadro 17: Comportamento do consumo da TV no turno da Noite – Dias de semana	102
Quadro 18: Comportamento do consumo da TV no turno da Noite – Finais de semana.....	103
Quadro 19: Motivações do consumo da TV	104104

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: População idosa de 60 anos a 80 anos, Brasil	42
Gráfico 2: Evolução da pirâmide etária brasileira	43
Gráfico 3: Projeção: expectativa de vida ao nascer (anos).....	500
Gráfico 4: Número médio de horas semanais de uso da TV por idade e sexo	7171

LISTA DE SIGLAS

ABINEE	Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IE	Índice de Envelhecimento
IBDFAM	Instituto Brasileiro de Direito de Família
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
OMS	Organização Mundial da Saúde
PPGFSC	Programa de Pós-Graduação em Família na Sociedade Contemporânea
PNADC	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UCSal	Universidade Católica do Salvador

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. A METAMORFOSE FAMILIAR: A PARTIR DO ADVENTO DA TELEVISÃO 26	
2.1 As fases da família e a contemporaneidade.....	26
2.2 A “rede família de televisão”.....	36
2.3 Família e intergeracionalidade.....	40
2.4 As gerações e características.....	46
2.5 <i>Avosidade</i> ativa: o idoso inserido na família contemporânea	51
3. A SEPTUAGENÁRIA TELEVISÃO BRASILEIRA	60
3.1 A TV e sua história	60
3.2 A televisão 3.0	66
3.3 Terceira idade: consumo da televisão pelos idosos	67
4. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA	72
4.1 Caminho metodológico.....	72
4.2 A escolha dos participantes.....	77
4.2.1 Conhecendo os idosos	78
4.2.2 Instrumentos	80
5. A TV DENTRO DE CASA	82
5.1 A primeira categoria – o quê.....	85
5.2 A segunda categoria – com quem	91
5.3 A terceira categoria – onde	93
5.4 A quarta categoria – quando	94
5.5 A quinta categoria – porquê.....	103
6. AS ROTINAS DOS PARTICIPANTES	105
6.1 A rotina do vovô Beto.....	105
6.2 A rotina da vovó Cris.....	107
6.3 Rotina da vovó Tereza	107
6.4 Rotina da vovó Eremita	108
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	110
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	114
APÊNDICE	133
ANEXO	140

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho emerge, inicialmente, das inquietações que surgiram ao longo das nossas experiências subjetivas, durante doze anos atuando como pesquisadora mercadológica e realizando encontro com os telespectadores, enquanto profissional atuante em uma emissora de televisão em Salvador/Ba. Nesta experiência, em vários grupos focais realizados com consumidores regulares e não regulares de televisão, constata-se através dos relatos de idosos, em maioria avós responsáveis pelos cuidados com os netos, para que os pais possam trabalhar fora, um elo de influências de consumo de conteúdo que precisa ser melhor compreendido.

Esta dissertação evidencia o consumo dos conteúdos do meio TV aberta pelo perfil do público que atualmente compõe a geração *baby boomers*¹ - isto é pessoas nascidas entre 1945 e 1964 - idosos, pertencentes a famílias com três gerações, de forma a conhecer se as relações intergeracionais entre avós e netos, que se desenvolvem no seio deste sistema familiar multigeracional tem algum tipo de interferência na seleção dos produtos que são consumidos.

A investigação foi concatenada ao envelhecimento como tendência social e demográfica dominante na contemporaneidade, cujo impacto se sente em diversas esferas da vida humana, incluindo o hábito de consumo dentro do contexto familiar. Desde a sua criação, a TV aberta² foi o meio que provocou as mais significativas transformações, contribuindo para muitas mudanças na relação do indivíduo com a sociedade e com o consumo diante desta sociedade.

A televisão, através das ações de propaganda, configura-se como recurso de poder e tem contribuído para construir os *habitus* de consumo dos indivíduos. A teoria do *habitus* (Bourdieu, 1997) define o padrão de comportamento do ser humano por normas e valores construídos socialmente. As relações de poder, nas quais a imprensa se baseia para conquistar a audiência, seja desenvolvendo atrativos para que sua programação que terminam por influenciar o telespectador, buscam criar um imaginário no conjunto da sociedade telespectadora com vistas a perpassar a ficção e atuar na realidade concreta dos sujeitos e vice-versa (Bourdieu, 1997).

Como profissional de uma emissora de televisão, estudar o hábito de consumo da televisão sempre nos aproxima do entendimento da sociedade e dos comportamentos humanos dentro dos lares. Dentro desta rotina profissional, analiso dados de audiência através do Instituto Kantar Ibope, assim, aplico pesquisas quantitativas e qualitativas que usam como metodologia

¹ O termo, em inglês, se refere ao boom demográfico ocorrido nos Estados Unidos durante o período de 1945 até 1964.

² A TV aberta é um serviço oferecido gratuitamente à população pelas emissoras de televisão abertas (Band, Globo, Record, Record News, Rede TV, Rede Vida, SBT, TV Aparecida, TV Brasil, TV Cultura, TV Gazeta, etc.).

o consumo de vídeo. Logo, tenho como pressuposto que, um bom conteúdo televisivo se faz a partir da análise e do conhecimento do comportamento de consumo das famílias e das gerações que as compõem.

Pierre Bourdieu (1997) se utiliza de três ferramentas de análise para definir consumo na sociedade: o *habitus*, o *campo* e a *distinção de classe*. Essa análise é relevante atualmente porque permite definir como pessoas em classes sociais distintas, com suas famílias, escolhem o que consumir e como tomam as suas decisões de consumo. O campo na definição desse autor se refere aos inúmeros papéis assumidos pelo indivíduo enquanto ser social: qual é o tipo de trabalho ou profissão em que desenvolve suas relações sociais. Já o conceito de classe proposto por Bourdieu (1997) é importante porque o *habitus* está relacionado a definição de atitudes e interesses sociais entre as pessoas em condições semelhantes. Logo, as práticas de consumo podem se alterar ou não, pelos níveis de acesso a renda.

Historicamente, a atenção dos cientistas sociais e comportamentais tem priorizado o estudo dos padrões do uso da TV e seus efeitos sobre a conduta de crianças e jovens (Oskamp, 1989). Porém, uma conjunção de fatores vem motivando o estudo do comportamento deste canal de comunicação entre os idosos. O crescimento acelerado da população idosa, tem despertado o interesse em diversos aspectos do envelhecimento, como a qualidade de vida, a saúde pública, os problemas de adaptação, a aposentadoria e o lazer (Neugarten, 1996).

Há também a discussão acerca da questão da formação de uma identidade nacional e as questões ideológicas, em que a TV aparece como fator alienante e massificador (Bourdieu, 1997). Porém, em menor proporção, há os que relacionam a questão da televisão como fator de sociabilidade (Silverstone, 2003). As estatísticas brasileiras mostram um crescimento acelerado da população com idade superior aos 60 anos. É percebido também um crescimento de consumo televisivo por este público contemporâneo em relação ao período de surgimento da televisão³. Há evidência de que, com o avanço da idade, acentua-se a tendência de as pessoas preferirem a TV a materiais impressos (Goodman, 1992), o que torna esse recorte populacional o que mais assiste televisão diariamente (Grajczyk; Zoelner, 1998). A particular assiduidade do uso dessa mídia na velhice é percebida pelo tempo de exposição à televisão, que tem maioria em mulheres e idosos passando mais tempo em frente à TV, com cerca de 5h16 por dia da semana, uma hora a mais do que os brasileiros de 16 a 25 anos, por exemplo, de acordo dados da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert, 2015). Este tempo de exposição se dá pela influência da idade, do gênero e da escolaridade do telespectador. Pessoas idosas tendem a

³³³ A televisão brasileira foi inaugurada oficialmente no dia 18 de setembro de 1950, em São Paulo.

consumir um amplo leque de conteúdos, a manifestar uma grande afinidade com a mídia e uma menor propensão a prescindir dela (Comstock, 1989).

Tais evidências reforçam a necessidade da TV, como principal mídia de massa, que alcança 93% da população (Kantar IBOPE, 2018), ser o reflexo da realidade e da sociedade, ser um elo de identificação, pois é preciso ser representativo, mostrar as transformações sociais na tela da televisão. Na década de 80, o interesse pela análise das interações entre avós e netos ampliou-se no Brasil, em decorrência do aumento da expectativa de vida e do crescimento das famílias multigeracionais (Lopes; Nery; Park, 2005). Os avós, após mudanças nos arranjos familiares, passaram a desempenhar o papel de cuidadores, muitas vezes sobrepondo o seu papel de avô ou avó (Dias; Silva, 1999). Por essa razão, é comum a existência de avós que cuidam por tempo integral ou passam grandes períodos nos cuidados com seus netos.

Na literatura são encontrados estudos de família de vários teóricos (Donati, 2008; Lipovetsky, 2004; Durkheim, 1977) que abordam os contextos de mudança social e os impactos nas relações familiares (Bourdieu, 1989; 1990; 1996; 2002; Singly, 2007). Tal interesse decorre da dinâmica da sociedade, da compreensão e do entendimento das mudanças produzidas na família, podendo assumir contornos diferenciados em função dos contextos sociais nos quais se insere.

Na contemporaneidade, o pensar a velhice enseja análises importantes e fundamentais sobre gerações. Isto é, sobre as relações construídas entre os segmentos mais jovens e os idosos, o contexto social e as perspectivas que vem se definindo a partir do envelhecimento populacional como fenômeno emergente. Como conceito fundamental para esse estudo, definimos o termo geração como uma classificação da passagem de décadas, relacionadas com as transformações culturais, tecnológicas e industriais, ramificada em grupos (Tapscott, 2010).

As diferenças geracionais de experiências de envelhecimento estão conectadas às referências de classe, gênero e ao contexto social e histórico (Lins de Barros, 2005, p. 57). Entende-se assim, o processo de envelhecimento como uma construção sociocultural que se apresenta de diversas formas, nas variadas culturas e épocas da história. Este processo de desenvolvimento normal, que marca o percurso da vida que pode ser vislumbrado por uma sequência de etapas – que vai da infância, passando pela meia idade, até chegar à velhice – não é só decorrente de singularidades orgânicas, mas também de definição de papéis sociais e culturais (Ferrigno, 2015).

De acordo a Organização Mundial da Saúde (OMS), idoso⁴ é todo indivíduo com idade igual ou superior aos 60 anos e o futuro será cheio de pessoas idosas. Dados da própria OMS (2016) afirmam que o número de pessoas com idade superior a 60 anos chegará a 2 bilhões até 2050, representando um quinto da população mundial. Ao analisarmos o Brasil, um a cada três brasileiros será sexagenário em 2060, segundo projeções do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2016). A análise de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2008) sinaliza que pela primeira vez, na década citada acima, o número de idosos será igual ao de jovens. As estimativas da Organização das Nações Unidas (ONU, 2019) indicam que, nos padrões atuais, o Brasil terá cerca de 184,5 milhões de habitantes em 2100, na entrada do século 22. Desse total, impressionantes 73,3 milhões, equivalente a 40% da população, terão mais de 60 anos.

De acordo publicação recente de Alves (2022), o Brasil será considerado um país idoso em 2030, se levarmos em conta os idosos de 60 anos e mais. Ao atentar-se para os idosos na categoria de 65 anos e mais de idade, o país passará a ter uma estrutura envelhecida em 2038. Aponta-se ainda um recorte etário denominado de “quarta idade”, com pessoas de 80 anos e mais, onde o Índice de Envelhecimento (IE) ultrapassará 100 no ano de 2077, quando o Brasil terá mais idosos de 80 anos e mais, do que jovens de 0 a 14 anos (Alves, 2022, p. 63).

Observa-se dentro do contingente populacional destacado pelo IBGE (2008), o fenômeno *feminização da velhice* “maior proporção de mulheres que de homens na população idosa, especialmente em idades mais avançadas” (Sousa *et al.*, 2018, p.2). Segundo Nicodemo e Godoi (2010), as mulheres constituem a maioria da população idosa em todas as regiões do mundo, e as estimativas são de que as mulheres vivam, em média, de cinco a sete anos a mais que os homens.

Este aumento na expectativa de vida das mulheres em comparação a dos homens, eleva a média de vida delas de 79,31 para 84,4 anos, enquanto a deles aumenta de 72,18 para 78,3 anos. Em 2052, o Brasil deve ter o maior superávit de mulheres idosas; serão cerca de 7 milhões a mais do que os homens (World Population Prospects, 2022). Com o Brasil envelhecendo, ajustar conceitos inicialmente equivocados sobre esta geração é uma das principais necessidades da atualidade.

A feminização do envelhecimento precisa ser do interesse das organizações, e destacam-se aqui os veículos de comunicação e produtores de conteúdo, pois na medida em que se têm

⁴ A mesma definição está presente na Política Nacional do Idoso (instituída pela lei federal 8.842), de 1994, e no Estatuto do Idoso (lei 10.741), de 2003

mais mulheres envelhecendo no mercado de trabalho e na sociedade (Nascimento; Rabelo, 2008) este importante recorte social, etário e de gênero, levanta questões além das quantitativas, pois é preciso uma forma de produzir conteúdo que dialogue e represente estas mulheres idosas.

Velhice e juventude são um *continuum*, o tempo vivido é o tempo do sujeito que experimenta e que compreende que o presente é o futuro do passado e é também o presente do futuro (Machado; Carvalho, 2006, p. 243). Ou seja, o passado e o presente são pontas de uma mesma história, uma noção clara do movimento da existência. Contudo, o termo “velho” está fortemente associado aos sinais de decadência do indivíduo, tantos nos aspectos físicos quanto relacionados a questões de incapacidade, sendo por vezes, utilizado para designar os velhos de classes populares, de modo pejorativo (Peixoto, 2000). Estudar a velhice é tão atual, que as buscas pelo termo envelhecimento em 2018, realizadas na maior ferramenta de pesquisas da internet, o *Google*, cresceram mais de 60% em relação a 2015 (Think With, 2018).

É perceptível, nos países ocidentais, o aumento das mutações e rearranjos familiares a partir do século XX. Observa-se ainda, na sociedade contemporânea, por meio das mídias, jornais e televisão, o aumento das famílias multigeracionais residindo no mesmo espaço, e que a partir dessas novas composições familiares, a troca entre as gerações como a dos avós, pais e netos é crescente (Cardoso, 2011).

A partir de novas composições familiares, muitas vezes, as funções parentais são exercidas pelos membros que protegem, cuidam e colocam limites nas crianças, independentemente de serem ou não pais biológicos. Estudos (Lins de Barros, 1997, 2005; Peixoto, 2000, 2004) revelam que as situações de cuidados e criação dos netos pelos avós vêm sendo caracterizadas tanto em famílias de camadas médias, quanto nas famílias populares e que o perfil desses indivíduos é demarcado por serem já estabilizados financeiramente ou aposentados, e, por essa razão, se apresentam com mais disponibilidade para cuidar de seus netos do que os próprios pais. Nesta perspectiva, coadunamos com a premissa que a convivência entre gerações assegura a transmissão de modelos culturais e contribui na reprodução social (Cardoso, 2011).

A família é considerada o primeiro grupo humano organizado e como unidade-base da sociedade. Daí, a importância que se tem dado às mudanças, seja na estrutura ou nas relações dentro e fora dela (Anshen, 1967), procuram encontrar explicações para as novas concepções do grupo familiar (Ardigó, 1976), atribuindo-as às mudanças sociais.

O envolvimento dos avós na criação dos netos, sugere uma tendência contemporânea familiar da necessidade da colaboração de outras pessoas na criação das crianças. Segundo Motta (2007), muitas crianças ficam o dia na casa dos avós e só retornam ao lar à noite. Os

níveis de mudança tornam-se evidentes no aspecto relacional, seja fazendo referência a relação entre dois indivíduos ou grupos, até às relações entre as sociedades globais. No aspecto socioeconômico, têm-se a passagem dos processos tradicionais e clássicos para os novos e dependentes do desenvolvimento tecnológico. No aspecto sociocultural, têm-se a presença de novos valores relacionados com os processos culturais da inculturação, aculturação e socialização (Dias, 2000).

A sociedade moderna se caracteriza por mudanças nos campos da economia, da política e da cultura, trazendo repercussão em todos os aspectos da existência, seja social ou pessoal. Essas mudanças, depois da Segunda Guerra Mundial, assumem no Brasil, um ritmo acelerado, criando um cenário sociocultural, especialmente nos maiores centros urbanos. Trata-se de mudanças que dizem respeito à atividade produtiva, à organização do trabalho, aos processos educativos e de comunicação, até a socialização de novas gerações (Petrini, 2005).

Pela perspectiva da família, esta se interessa pelas escolhas específicas e inovadoras dos agentes institucionais que têm influência social em função do progresso, bem como da sua estabilidade, embora considerando a ideologia presente nos diferentes contextos sociais. Sendo assim, tem-se aqui um empenho nas escolhas econômicas; de escolhas no âmbito da comunicação; na programação e atuação de leis; nos projetos que contribuam para melhorar as condições de vida da família (Dias, 2000).

Em relação ao empenho e às escolhas econômicas, a economia de uma sociedade não pode pôr em questão os direitos de uma família viver dignamente. A família tem o direito a ter acesso aos bens primários para sobreviver. Em relação às escolhas no âmbito da comunicação social, a família não fica alheia e impávida, tendo o direito de selecionar o que mais dignamente a enriquece nos conteúdos de programas de rádio, televisão, cinema etc. (Dias, 2000).

Para Donati (2008, p. 18), os autores redescobriram a família e sua importância, tangenciando sobre ação funcional ao bem-estar das pessoas e ao êxito da socialização e da educação das novas gerações. E, que apesar dos limites que podem ser encontrados nas diversas abordagens nas últimas décadas, aumentou o número de pesquisadores que convergem no entendimento de relação de reciprocidade entre gêneros e gerações, ainda que com muitas variações nas diversas formulações (Donati, 2008, p. 20).

Numa pesquisa realizada por Peixoto (2004) com idosos no Rio de Janeiro, a autora pode verificar que a maioria dos participantes coabitava com seus filhos e destaca alguns apoios que se manifestam como reciprocidade múltiplas, entre estes, o apoio financeiro, a ajuda no cuidado com os netos, ajuda na manutenção da casa e pagamento de aluguéis. Esse fenômeno, muito observado em nossa sociedade, direciona para uma forte interação entre as gerações e

uma nova formação familiar pode ser associada à condição do idoso como provedor do lar, de modo que sua estabilidade financeira ou aposentadoria, por vezes é a única fonte de renda no domicílio. Além do apoio financeiro, material e emocional, tem-se o apoio educacional e o consumo dos meios de comunicação está inserido neste contexto, especialmente a televisão, principal ponto de análise nesta pesquisa, pelo seu alcance e penetração nos lares baianos (Peixoto, 2004).

A família exhibe novas configurações, torna-se ampliada, de formas novas e imperativas de apoio e solidariedade entre gerações. Nesse dinamismo, têm-se transformado as famílias não apenas quanto à sua estrutura, mas também aos arranjos domésticos dela decorrentes (Motta, 2007). Acompanhado a este movimento, assistimos a uma mudança de composição familiar e todas as questões contemporâneas envolvidas, incluindo as situações de cuidados dos netos pelos avós, conforme citado anteriormente, principalmente nas camadas mais populares da Bahia. Diante deste contexto, a função dos avós, que vem mudando com o tempo, exercendo a responsabilidade afetiva, moral e por vezes financeira, é passível de estudo e cabe a discussão.

Segundo Lopes, Nery e Park (2005), foi a partir da década de 1980 que os dados estatísticos começaram a apontar um maior número de lares contendo três gerações, demonstrando os papéis estendidos dos avós. De acordo com os dados do último Censo (IBGE, 2010), na Bahia, mais de 829 mil netos ou bisnetos vivem com seus avós ou bisavós e se compararmos com os dados censitários de 1991, que eram 528 mil, há um crescimento de 56% neste composto familiar.

Da família monoparental, arranjo familiar composto pelo pai ou pela mãe e seus filhos, ou da família multigeracional, arranjo familiar com três ou mais gerações, todas estas transformações estruturais dão vida às novas configurações familiares, em conjunturas variadas, nas quais a coabitação entre três ou quatro gerações é frequente com avós assumindo papéis de pais, amigos e educadores (Cardoso, 2011).

Para Rocha-Coutinho (2006, p. 96), “[...] a família não deve ser entendida como simples soma dos indivíduos que a compõem”, a família é um sistema de relações com compartilhamento do mesmo contexto social. Ao analisar o panorama sobre família contemporânea, têm-se a família como lugar de reconhecimento das diferenças, do aprendizado de unir-se e separar-se (Castilho, 2003).

Os estudos sobre família devem analisar valores e representações ideológicas como também as práticas sociais efetivas. De acordo com Szymanski (1995), o mundo familiar mostra-se numa vibrante variedade de formas de organização, com crenças, valores e práticas desenvolvidas na busca de soluções para as vicissitudes que a vida vai trazendo. A família se

apresenta como uma comunidade completa, com ligações físicas, sociais e afetivas. Para Durkheim (1977), a família é um corpo social ligado pela solidariedade, seus componentes se dividem por idades e tarefas que podem estar ou não ligadas ao sexo do indivíduo. A família é a primeira célula da associação humana, uma instituição na qual se inicia e se manifestam as primeiras necessidades e posicionamentos individuais e coletivos. (Carvalho, 2007).

As famílias que possuem avós, filhos e netos, formam uma experiência rica em oportunidades para a construção de diferentes relacionamentos pessoais, e a dinâmica familiar traduz não só o sistema relacional do grupo, mas particulariza a experiência grupal de cada um, no sentido em que as vivências falam ao mesmo tempo das necessidades, dificuldades, capacidades de todos e de cada um (Merlotti; Bonho; Assunta, 2007). E os novos arranjos nas relações intergeracionais vêm contribuindo para a construção de verdadeiros laços entre avós e netos.

A mídia também se configura como instância socializadora que propicia experiências às relações sociais. Inserida neste contexto como principal veículo de massa, a televisão e as relações familiares estão presentes e fundamentadas neste trabalho a partir dos estudos de Bourdieu (1990). Em um aspecto relacional, seu pensamento faz uma avaliação dos espaços sociais de produção e consumo cultural. Vale salientar que o ambiente doméstico é o primeiro passo para a pessoa adquirir o capital cultural, um *habitus* familiar que o orientará ao longo da vida escolar e social. Logo, o conhecimento adquirido previamente favorece o desempenho na escola, que neste caso, é a extensão da família. Importante destacar que a educação na contemporaneidade conta também com os meios de massa e não apenas com a participação da escola e da família. Segundo Cardoso (2011) estudar a família requer explorar campos distintos em que temática vem sendo discutida.

Beatriz Sarlo (2007), afirma que a televisão faz soar a voz de uma verdade que todo mundo pode compreender rapidamente. E vai além ao afirmar que a televisão tem uma marca de proximidade que torna possível o jogo de cumplicidades entre a televisão e o público (Sarlo, 2004). Isto acontece porque o maior meio de massa reconhece quão múltiplo é seu espectador e como a informação é dividida ou subdividida de acordo com os interesses de cada grupo de pessoas. A televisão torna-se espelho, refletindo estes interesses que também sofrem modificações durante o tempo, assim como os as relações pessoais e parentais.

De acordo com os dados da Kantar Ibope Media (2018), o hábito de assistir televisão regularmente é uma característica de 93% da população nas principais regiões metropolitanas do país e nos últimos dez anos, o tempo médio de consumo domiciliar de televisão cresceu 12%, passando de 8h18 para 9h17, reforçando a relevância deste meio de comunicação mesmo

diante de todo crescimento digital. Entre os meios massivos, a televisão é a que desperta maior interesse pois envolve características individuais de outras mídias, como palavras, imagens, símbolos, cores e sons. É o veículo de comunicação mais indicado à transmissão de informação, cultura, entretenimento e educação, com conteúdo que pauta as rodas de conversas.

Segundo Bourdieu (1997, p. 16), “[...] com a televisão, estamos diante de um instrumento que, teoricamente, possibilita atingir todo mundo” e por isso, é comum atribuir a esse veículo a capacidade de alienar, de causar danos às famílias, trazendo para o lar a possibilidade de discussão acerca de assuntos que ainda são considerados proibidos para uma mesa de jantar ou sofá da sala, como violência, sexualidade e drogas. Michel Foucault (2010, p. 09), na obra “A Ordem do Discurso” diz que “é sabido bem que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância”.

Segundo Kubey e Csikszentmihalyi (1990), apesar de milhares de artigos e livros sobre efeitos da TV, ainda não compreendemos inteiramente como esta é usada e experimentada na rotina das pessoas. Hoje vivemos numa sociedade bem diferente de trinta ou quarenta anos atrás e estas mudanças tão velozes nas configurações familiares, no consumo dos meios de comunicação, podem impactar diretamente a relação familiar com o consumo de mídia.

De forma lúdica, ao pensar a televisão como um indivíduo, um ser social, nascido em 18 de setembro de 1950, com 73 anos, este idoso que ocupava o lugar central da casa e tinha toda a atenção deixou de ser motivo de encontro e convívio. A generalização do acesso aliada à vulgarização e a multiplicação dos pontos de consumo, pela existência de mais de um aparelho em casa, levou a comodidade e não mais a interação que o visionamento dos programas televisivos que apesar de tudo proporcionava (Pinto, 2004).

Entende-se como papel social da TV o cumprimento daquilo que estabelece a Constituição Brasileira em seu artigo 221 de 1988, ao regulamentar os serviços de radiodifusão, a produção e programação das emissoras atenderão aos princípios de preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; e o respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Uma grade de programação de uma emissora é construída para “falar” a públicos específicos e se expressa através da sua classificação indicativa, ou pelo conteúdo ofertado como os desenhos animados que privilegiam o público mais infantil ou os telejornais que focam no público mais velho, mas o consumo de todo esse conteúdo pode se fundir a partir do convívio e da relação criada entre os moradores com idades tão diferentes. Do tempo dedicado pelo brasileiro à programação, 25% são direcionados ao jornalismo, 18% as novelas e 11% aos programas de futebol e esportes (Inside Vídeo, Kantar IBOPE, 2022).

Ademais, o consumo do conteúdo televisivo pode se diferenciar pela condição econômica, social e cultural que o grupo familiar se encaixa. Segundo Foucault (2010, p. 9), “[...] em uma sociedade como a nossa, conhecemos, é certo, procedimentos de exclusão”. Pois, sabe-se bem que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um não pode falar de qualquer coisa.

Estudiosos da comunicação têm chamado a atenção para a importância de considerar a perspectiva do desenvolvimento no curso da vida (Nussbaum *et al.*, 1997) e que comparem o uso da mídia em diferentes fases do curso de vida (Lins de Barros, 1993). Dentro desta ótica, comparações entre pertencentes e diferentes faixas etárias ou socioculturais podem aumentar o estado de conhecimento sobre a audiência, padrões de uso e motivações. Outros estudiosos (Roscoe; Marshall; Gleeson, 1995) manifestam que para compreender a influência da TV, é necessário identificar os motivos que atraem diferentes segmentos da audiência, sem desconsiderar suas características. Os telespectadores podem ser vistos como intérpretes ativos dos conteúdos, embora estejam limitados por sua posição na sociedade, dentro de um amplo contexto político e cultural (Roscoe; Marshall; Gleeson, 1995).

Para Bezerra (1999), a TV introduziu e continua a produzir as maiores modificações nos valores e no comportamento das pessoas. Ao analisar a produção de conteúdo das principais emissoras abertas de Salvador, Bahia, nos últimos dez anos, percebe-se um aumento no espaço da programação local, principalmente de cunho jornalístico. O Programa Balanço Geral, por exemplo, até 2014 era exibido em 2 horas de produção, atualmente é exibido em mais de 3 horas no ar; outro exemplo é a criação do produto da TV Aratu, afiliada do SBT, também em Salvador, o Programa Que Venha o Povo que atualmente está no ar das 11 horas às 15 horas. Já na TV Bahia, afiliada Globo, o Jornal da Manhã ganhou mais tempo, e anteriormente exibido das 6 horas às 7 horas, estendeu-se em seu horário e está no ar até 8 e meia da manhã. Este “localismo”, ou aumento do espaço para conteúdo local, é um reflexo da importância de a sociedade ser ver na televisão.

Para os que, apesar das evidências, insistem na hipótese de que a TV é reflexo da realidade, principalmente das faixas sociais menos favorecidas, Bezerra cita em sua obra, duas frases que detêm conceitos poderosos, ditas por profissionais de TV que lidam diretamente com a questão da TV e cidadania: “Percebemos que é importante não só a comunidade se ver, mas também produzir” e “A identificação é o melhor triunfo” (Bezerra, 1999, p. 95).

Muitas são as publicações acerca da família e o consumo da televisão (Fort, 2004; Diniz, 2015; Rubert, 2003). A alienação e os desserviços dos veículos de massa na formação de crianças e adolescentes são temas bastante discutidos na literatura e no meio acadêmico (Fort,

2004; Topscott, 2010), porém pouco se aborda sobre o impacto da televisão na vida do idoso, sendo que este é o telespectador que mais consome TV linear ⁵, com cerca de 33%, seguido pelas faixas etárias 35 a 49 anos (24%), 50 a 59 anos (18%) e 25 a 34 anos (10%). Mesmo com o avanço dos serviços de *streaming* o que predomina no consumo do público sexagenário é a confiança na TV (62%) para se manterem informados (Kantar, 2022).

Identificar esses critérios e obter uma melhor compreensão sobre os conteúdos televisivos consumidos por este telespectador, em um lar multigeracional, ainda que de forma parcial, poderá auxiliar na criação de estratégias mais eficientes de comunicação e criação de novos conteúdos para este público, garantindo as características necessárias para entender o futuro da televisão nestes domicílios.

Nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa foi compreender **como o idoso que coabita em famílias com mais de uma geração consome os conteúdos televisivos ofertados pelas principais emissoras abertas no cotidiano familiar.**

Com a perspectiva de analisar os hábitos de consumo da programação televisiva, este trabalho teve como objetivos específicos:

- Entender se o consumo de TV por pessoas idosas convivendo com seus netos é uma escolha dos mais velhos ou dos mais novos;
- Analisar se o conteúdo televisivo consumido no ambiente de convivência familiar promove integração / desintegração intergeracional;

Espera-se que este estudo possa contribuir com dados relevantes, econômicos e culturais, para um maior conhecimento do hábito de consumo do meio TV no público idoso. Além de proporcionar reflexões acerca do tema, espera-se que este trabalho suscite novos estudos de modo a auxiliar tanto emissoras quanto estudiosos numa maior e melhor elaboração das produções, horários e composições de grade. Afinal, há uma grande visibilidade atribuída à família pela mídia. São novelas, seriados, filmes que focam o cotidiano familiar, discutem sua estrutura, comportamentos e as relações que a depender do conteúdo oferecido tem a família como protagonista ou “garota propaganda”.

Após esta introdução, a dissertação está dividida em seis capítulos, sendo o primeiro, o capítulo 2, referente a família e suas fases, enfatizando a família contemporânea, as relações intergeracionais e o idoso inserido neste novo modelo familiar. O capítulo 3, atribuído à televisão brasileira, apresenta um breve panorama do seu surgimento, da sua introdução,

⁵ A TV Linear se refere ao sistema clássico quando um espectador assiste a um programa de TV quando ele é transmitido em seu canal original, com programação fixa, com horários e atrações pré-definidas.

importância e destaque nos lares das famílias brasileiras e do consumo da televisão pela terceira idade.

Referente ao capítulo 4, foi tratado acerca do desenvolvimento da pesquisa, apresentando seu objeto de estudo e objetivos; a estratégia metodológica; como aconteceu a escolha e apresentação dos participantes da pesquisa; e esclarecendo a forma como procedeu a coleta e análise dos dados. O capítulo 5 focaliza a descrição e análise dos casos investigados, as categorias analisadas, aprofundando aspectos do consumo da televisão pelos idosos durante o período coletado e qual o tamanho da participação dos netos neste contexto.

No capítulo 6, temos a trajetória dos idosos durante a semana coletada, trazendo o consumo individual de cada participante analisado. E, por fim, no capítulo 7, encaminho a conclusão deste trabalho, a partir dos resultados apresentados nos dois capítulos anteriores. Observei que a TV desempenha um papel importante para este público, que vai além do canal como fonte de informação. O consumo do meio, por ser uma prática comum para o público analisado, o conduz para um elo entre gerações dentro do domicílio.

2. A METAMORFOSE FAMILIAR: A PARTIR DO ADVENTO DA TELEVISÃO

Alguns provérbios ou ditados populares trazem à luz uma percepção baseada no senso comum do que é a instituição familiar e o que esta representa na sociedade como, “Família é tudo igual, só muda de endereço”; “Isso acontece nas melhores famílias”; “Cada um tem a família que merece”; “Amigo é a família que se escolhe” etc. Mas afinal, existe uma definição para a família? Não seria mais apropriado dentro da contemporaneidade falar de famílias em sua pluralidade⁶? Para entender a família, é necessário adotar uma visão relacional, que pode ser definida como lugar-espço (a casa), célula da sociedade, padrão simbólico e as relações sociais (Donati, 2008).

Diversos são os formatos de agrupamentos familiares que vêm se revelando na atualidade e coexistindo concomitantemente com formas mais tradicionais e conhecidas de configurações familiares. Carvalho (2003), aponta que embora não pareça que possa ser mais uma tarefa isolada de nenhuma das Ciências Humanas, é importante que se tenha uma abordagem da família que dê conta da complexidade desse objeto, numa construção interdisciplinar.

Acompanhando toda essa evolução, a televisão como principal veículo de massa é uma das vias capazes de reverberar esta nova sociedade. É o veículo que já foi ponto de encontro entre os membros familiares para o acompanhamento de determinadas programações e, por seu acesso e popularidade demanda reflexões sobre quem é esta nova família que o consome, para que haja identificação da realidade com a ficção.

2.1 As fases da família e a contemporaneidade

É na instituição familiar que nos constituímos como sujeitos e nos localizamos no mundo. Não há quem não tenha família, não há quem tenha nascido sem participação voluntária ou não, feliz ou não, de um personagem familiar (Farias, 2013). Portanto, a família é aquele sistema social vivente que preside a reprodução primária da sociedade (Donati, 2008, p. 49-51).

Enquanto instituição, a família está diretamente relacionada com outros elementos que fundamentam a sociedade como a filiação e sua relação de descendência; a fraternidade e a

⁶ Baseado na exposição da professora Dr^a. Livia Fialho em aula do componente curricular Teoria Sociológica da Família, do Mestrado em Família da UCSAL, no mês de maio de 2022

convergência com os seus iguais; e a conjugalidade e seu elo entre dois membros da sociedade (Menezes, 2011).

Do ponto de vista histórico e sociológico, o termo família, em sua origem, não se aplicava sequer aos cônjuges e filhos, remetendo-se somente aos escravos (Furtado, 2003). Segundo Engels (apud Bilac, 2000), tal expressão deriva do *famulus*, e tem como definição um grupo de escravos pertencentes ao mesmo patrão, evade-se à ideia atual e pouco se assemelha com a interpretação e representatividade da época corrente. Percebe-se então que o vocábulo trazia, em seu significado, um caráter hereditário, uma vez que se configura algo que pode pertencer e ser passado por entre as gerações. A palavra família, no mundo ocidental, foi usada pela primeira vez pelos romanos para dar nome ao aglomerado social surgido entre as tribos latinas para explorar a agricultura (Bilac, 2003).

Logo, esta instituição é o agrupamento humano mais antigo, contudo mutável no tempo. Afinal, o que é família? Para o IBGE (2007), a família é o conjunto de duas ou mais pessoas ligadas por laços de parentesco, consanguinidade ou adoção na unidade doméstica, residente em domicílios particulares, ou pessoa que mora só em uma unidade domiciliar. Esta definição tem como base de cálculo, a identificação do total de famílias únicas e de famílias conviventes principais na unidade doméstica, residentes nestes domicílios particulares.

Já, para o entendimento jurídico, a família comporta vários tipos de agregados e leva em consideração toda a complexidade dos fatores que unem as pessoas. Nos termos do artigo 226 da Constituição Federal de 1988, a família deve ser entendida em seu sentido amplo, abrangendo além do casamento, a união estável, as novas formas de conjugalidade e as famílias monoparentais como novas formas de família. Ademais, em uma decisão unânime e pode ser dita como histórica, o Supremo Tribunal Federal (STF), em maio de 2011, equiparou a união estável entre casais heterossexuais à união entre casais homossexuais.

As mudanças ocorridas nas organizações familiares ocidentais e suas trajetórias são abordadas por Roudinesco (2003) como fruto de três grandes períodos: Tradicional, Moderna e Contemporânea. A família tradicional, ou o primeiro grande período, destaca-se pelos casamentos arranjados pelas famílias para garantir a transmissão do patrimônio. Aqui, a figura paterna se constitui como um grande fator de identificação para os filhos, submetidos à autoridade patriarcal e o lugar do *pater familias*⁷ é fortemente marcado.

A figura do idoso dentro do núcleo familiar também sofreu modificações ao longo dos períodos. Na Roma antiga, o idoso era visto e tratado como um ser exaltado, considerado uma

⁷ *Pater familias* era o mais elevado estatuto familiar na Roma Antiga, sempre uma posição masculina. O termo é latino e significa, literalmente, "pai de família".

unidade jurídica, econômica e religiosa. Desta forma, todos os que adquirissem mais idade ficavam inaptos na realização das tarefas inerentes a um patriarca, deixando espaço para seus sucessores, neste caso o primogênito, levando os idosos a ganharem mais espaço e um papel importante na família (Silva; Godoy, 2010). Com o passar dos anos, os grupos foram se organizando numa sociedade com normas e valores, na qual os homens idosos conheciam as tradições sagradas. Todos lhes deviam obediência e possuíam inclusive poder religioso que lhes asseguravam grandes privilégios (Rodrigues; Palma; Schones, 2000).

O segundo período é o da família dita moderna, de lógica afetiva, que surgiu com o fim das grandes propriedades rurais e a chegada da industrialização. Destaca-se aqui a família com reciprocidade de sentimentos, um matrimônio com homens trabalhando fora de casa com o objetivo de prover financeiramente todo o grupo familiar e às mulheres era destinado o dever de cuidar da casa, dos filhos e de dotar de felicidade e harmonia o lar (Roudinesco, 2003). Lévi-Strauss (1982), diz-nos ainda, que a família moderna admitiu três fatores que bem a caracterizam: ser originária do casamento; ser formada por marido, mulher e filhos nascidos dessa união; existirem laços legais, direitos e obrigações entre esses membros.

Para o idoso, com a perda da força do sistema patriarcal ao longo dos movimentos familiares, o cenário se transformou drasticamente: de dono de todo conhecimento, este tornou-se um ser improdutivo e economicamente inativo, e, isso em uma sociedade capitalista representa um inconveniente social (Faleiros, 2008). No terceiro e último grande período está a família pós-moderna ou contemporânea, constituída pela união de dois indivíduos em busca de relações plenas, com rupturas e recomposições conjugais, pois a união tem duração enquanto houver sentimentos.

Conforme Roudinesco (2003), é neste período que acontecem as mudanças estruturais e na dinâmica familiar. A família contemporânea surge então a partir dos anos 1960 com fortes influências políticas, econômicas e sociais, com papéis e relações sofrendo mudanças que impactam diretamente à composição familiar. A autora afirma ainda, que até então, a família tradicional era sinônimo de código moral e papéis demarcados e complementares, como pai, mãe e filhos.

Dentro da evolução da sociedade e com o advento da Constituição de 1988, as mudanças romperam os ideais de família decorrente do casamento, impondo aos filhos a responsabilidade pelos pais idosos. Numa evolução ou involução, a figura do idoso dentro do núcleo familiar é um recorte importante e impacta nas transformações. No núcleo familiar, entende-se que o idoso é um ator social na transição entre a modernidade e pós-modernidade, ao assumir sua subjetividade e buscar seu reconhecimento (Touraine, 2007). Esta transformação da família

trouxe para a necessidade de sustentar o afeto e não apenas ou somente no matrimônio ou na procriação. Vale salientar que tais transformações não acontecem ou aconteceram no mesmo período e em todos os lugares.

Para Singly (2007), há dois períodos distintos da história da família contemporânea, sendo o primeiro, do século XIX até 1960 e o segundo daí em diante. A família do primeiro período ou da primeira modernidade, como nomeia esse autor, era formada a partir de um casamento baseado no amor e o casal se voltava aos cuidados dos filhos, envolvendo os aspectos afetivo, de saúde e de educação. A divisão de trabalho era clara e o marido era responsável por prover o lar e a mulher era incumbida à tarefa de cuidar da casa e dos filhos. A partir da década de 60, ou segundo período, este modelo começa a ser combatido por influência do feminismo e da lei do divórcio. Entretanto, o autor aponta que o casal quando pretende ter filhos a escolha pelo casamento é mais preponderante do que a união livre.

Para Singly (2007), a família contemporânea é conjugal, relacional e individualista. Conjugal por ter sua natureza restrita ao casal, independente se há ou não herdeiros; relacional por priorizar os vínculos pessoais e não os bens materiais; e individualista por dar ênfase a autonomia dos indivíduos. O autor trata também das transformações da família e das consequências destas mudanças nos relacionamentos conjugais e na construção de novos modelos familiares, influenciados pela reorganização das relações de poder dentro da família e maior valorização da intimidade.

Giddens (2003), direciona para o entendimento de que o termo “família tradicional” nos países ocidentais se refere ao tipo de família encontrado por volta de 1950, momento histórico que este modelo já se encontrava em declínio. Aqui, tem-se a probabilidade da convivência entre costumes novos e antigos, sendo possível ainda na atualidade encontrar famílias que podem ser classificadas como tradicionais, modernas ou contemporâneas.

Autores como Bauman (2004), Donati (2008) e Singly (2007), marcam o início da pós-modernidade em 1960 com o movimento negro, o movimento feminista e o surgimento da pílula anticoncepcional. Este marco tão importante no século XX, que foi o surgimento da pílula anticoncepcional, deu à mulher o poder de controlar a procriação de forma mais segura, pois o sexo era tratado, na época, apenas como meio de reprodução. A pílula significou uma reviravolta no conceito da sexualidade, pois o casal podia passar a ter relações sexuais apenas por prazer (Hintz, 2001).

Em 1960, com a propagação da pílula anticoncepcional, que criou um muro entre a sexualidade feminina e a reprodução, somada a outro fenômeno social, o trabalho remunerado da mulher, abalou os alicerces da família e juntos inauguraram um processo de mudanças na

família (Sarti, 1995).

A partir da década de 1980, novas tecnologias reprodutivas como as inseminações artificiais e as fertilizações *in vitro* provocaram outras mudanças substanciais e introduziram um universo naturalizado da família e a possibilidade da escolha de constituí-la. Mesmo caminhando em caminhos inversos, a pílula ou as técnicas de reprodução assistida reforçam a maternidade e seu valor social, sobretudo no que se refere à manutenção do padrão de relações de gênero (Barbosa, 1999; 2000).

Assim, as intervenções tecnológicas sobre a reprodução introduzem uma tensão no imaginário social, entre o “natural” e o que não se enquadra nesta natureza. A família constituiu-se em um terreno ambíguo e ainda que as tecnologias de anticoncepção e de reprodução assistida tenham de fato aberto espaço para novas experiências de reprodução humana, ao deflagrar os processos de mudanças objetivas e subjetivas, não lograram dissociar a noção de família da natureza biológica do ser humano (Sarti, 2008).

Segundo Pratta e Santos (2007), tem-se na primeira metade do século XX, o modelo da família hierárquica que predominava, caracterizada pela divisão do trabalho por gênero, de modo que os papéis eram determinados social e culturalmente, naturalizados pela sociedade. Dessa forma, o homem tinha seu espaço de atuação definido no contexto externo ao lar, estes eram detentores da autoridade e poder sobre os membros da família e às mulheres era reservado o ambiente privado da família, com o trabalho doméstico e a dedicação ao marido e filhos.

Já na segunda metade do século XX, a família, enquanto reflexo da sociedade na qual está inserida, inicia um processo de transformações sociais, econômicas e trabalhistas, o qual permanece ainda nos dias atuais (Pratta; Santos, 2007). Tais mudanças mexem no modo da organização familiar tradicional até então estabelecidos:

O processo de urbanização e industrialização, o avanço tecnológico, o incremento das demandas de cada fase do ciclo vital, a maior participação da mulher no mercado de trabalho, o aumento no número de separações e divórcios, a diminuição das famílias numerosas, o empobrecimento acelerado, a diminuição das taxas de mortalidade infantil e de natalidade, a elevação do nível de vida da população, as transformações nos modos de vida e nos comportamentos das pessoas, as novas concepções em relação ao casamento, as alterações na dinâmica dos papéis parentais e de gênero (Pratta; Santos, 2007, p. 248- 249).

Esta variabilidade de fatores contribuiu para as diversas mudanças no âmbito familiar, seja na sua composição ou funcionamento, trazendo uma nova visão de família, baseada no modelo mais igualitário. Assim, cessam a existência de espaços de atuação específicos para cada gênero e o compartilhamento das tarefas avança, permitindo que os padrões conjugais e

familiares culturalmente estabelecidos por uma sociedade tradicional se modifiquem (Pratta; Santos, 2007).

Para Giddens (2007), em todos os países continua existindo uma diversidade de forma de família, que os detalhes variam, mas as tendências transformadoras são vistas no mundo industrializado. Logo, se por um lado não se pode falar de família como algo genérico e que perpassa a história e os lugares, por outro podem-se distinguir características que são semelhantes em determinados grupos.

Na literatura, para alguns estudiosos (Sarti, 2004; Rocha-Coutinho, 2006), além dos aspectos parentais, individuais e conjugais, ao estudar a família contemporânea, é necessário trazer à luz a importância de relacionar fatos que estão em evidência, como o número de mulheres que são chefes de família, a inserção da mulher no mercado de trabalho, a redução da taxa de fecundidade, aumento da expectativa de vida e o número de divórcios e recasamentos, dentre outros.

A família participa dos dinamismos próprios das relações sociais e sofre as influências do contexto econômico, cultural e político (Petrini, 2005). Por conta disso, se torna equivocado construir uma ideia única e fixa das características familiares.

Sabe-se que a família é reflexo da sociedade na qual está inserida (Pratta; Santos, 2007) e notadamente a partir de 1945, vários movimentos culturais, sociais vieram contribuir para as modificações na estrutura familiar. Têm-se aqui como principal exemplo, a globalização, nome atribuído ao fenômeno de integração espaço mundial por meio das tecnologias da informação, comunicação e também dos meios de transporte, que se modernizaram de forma acelerada, proporcionaram intensificação dos fluxos de capitais, mercadorias e informações, além da difusão dos modos de produção, tem levado essa mundialização em direção a uma sociedade universal (Morin, 2011). Isto tem transformado o cotidiano, colocando ao alcance de muitos, tudo que se passa no mundo, nos mais variados ramos do conhecimento.

Com a consequência da globalização, novos costumes e novas visões de mundo geram admiração, rejeição, consumismo e modismo, influenciando a forma de ser das pessoas e trazendo transformações mais significativas na dinâmica familiar.

Para Canclini (2008), são quatro formas que evidenciam a globalização quando se trata da integralização sociocultural. A primeira é a histórico-territorial, um aglomerado de saberes, costumes e experiências organizados ao longo de muitas épocas. A segunda é a cultura de elites, que o autor cita como exemplo a literatura e as artes e as classifica como sendo de poderio das classes altas. Na terceira forma, está o grande espetáculo do entretenimento (rádio, televisão, cinema) e é a partir desses veículos que culturas ficam conhecidas e se pode interagir com elas,

inclusive as adotando como identidade. A quarta e última forma se refere aos sistemas restritos de comunicação, a quem toma as decisões, como satélites, fax, computadores.

Inserida nesse processo de intercultura, a família e seus indivíduos passaram a ter acesso a novas possibilidades familiares, de questionamentos, como a redefinição de papéis dos membros familiares, até então estáveis, fazendo emergir subjetividades que de forma aparente desestabilizam a família. Novos modelos emergem na sociedade, proporcionando uma convivência de famílias que parecem existir em tempos ou espaços diferentes.

A família contemporânea comporta uma enorme elasticidade (Acosta; Vitale, 2008, p. 25). Embora, culturalmente instituída, cada família constrói sua própria história, seus próprios hábitos, sua própria realidade e vivência.

Todas essas mudanças na composição familiar, percebidas principalmente em países ocidentais, corroboram com o surgimento desta multiplicidade de arranjos familiares que se caracterizam também pela diversidade de tipologias. Têm-se alguns exemplos, de acordo com o Instituto Brasileiro de Direito de Família (IBDFAM, 2017): a família nuclear, composta por dois adultos, homem e mulher, com filhos biológicos ou não; a família monoparental, formada apenas por um adulto, seja pai ou mãe e seus descendentes; família anaparental, família sem pais, formadas apenas por irmãos; família recomposta, também chamada de reconstituída ou mosaico, é formada por pais que têm filhos e se separaram podem por eventualidade começar a viver com outra pessoa que também tem filhos; e a família tentacular, famílias que proporcionam convivências e relações que ainda não tem uma nomeação adequada e tem potencial de carregar novas experiências subjetivas, como por exemplo, um membro tem um meio irmão por parte de pai, que por sua vez tem um meio irmão por parte de mãe e todos convivem fraternamente. Com uma visão de convivência seriam irmãos, mas não do ponto de vista sanguíneo.

É importante citar a família extensa ou ampliada que diz respeito aos parentes maternos ou paternos que tenham vínculos de afinidade e afetividade (art. 25, parágrafo único, ECA, 1990). Exemplifica-se aqui, a convivência entre avós e netos, tios e sobrinhos tão comum e quase um padrão atual contemporâneo.

É esta variedade nos modelos familiares ou a atual morfogênese familiar (Donati, 2008) que torna complexa a definição de família contemporânea. De acordo com Szymanski (2000, p. 25) cada família circula num modo particular de emocionar-se, criando uma cultura familiar com seus códigos, com uma sintaxe própria para comunicar-se e interpretar comunicações, com suas regras, ritos e jogos.

Independentemente de como se estruture e o modelo, a família é o grupo no qual as

peças constroem sua subjetividade. Para Donati (2008), parece que falar de pluralização da família equivale a legitimar a ideia de considerar família todos os modos de convivência, com indivíduos ligados por relações afetivas e de cuidados recíprocos. Neste cenário contemporâneo, a família se remodela de acordo com contornos sociais na qual está inserida. A formatação da família passa por um processo precipitado de transformações de toda ordem e a prova disto pode ser observada em situações apresentadas na mídia, na televisão ou nos jornais, assim como nas conversas cotidianas (Cardoso, 2011).

O ambiente familiar é um campo privilegiado para pensar a relação entre o indivíduo e a sociedade, o subjetivo e objetivo, o biológico e o social (Sarti, 2004). A família é uma instituição e compreendê-la exige vê-la como uma linguagem elaborada pelos indivíduos por um mecanismo relacional (Sarti, 2004). Para Singly (2007, p. 74) “[...] a vida privada estruturase, antes de mais nada, no reconhecimento mútuo das pessoas que vivem juntas”, não se permitindo mais engessá-la em uma instituição modelo-padrão. Logo, a família é a cerne responsável pela construção individualizada do sujeito, criação e manutenção de laços sociais e afetivos, que mesmo em processo de transformação não perdeu seu sentido de garantir a produção das identidades de seus membros.

A perda de referências mais rígidas do conceito de família traz a dificuldade de romper com este modelo idealizado e naturalizado, configurando esta instituição como um modelo mitológico ou caixa fechada, lacrada. Não é muito comum o questionamento sobre o que é a família. Afinal, todos já sabem o que é, pois são partes integrantes de uma sociedade. Logo, a maioria das pessoas, quando se traz assuntos e questões familiares, a referência sempre é a mais próxima ou a da sua própria realidade. Seria óbvio e concreto o que é esta entidade ou é apenas um conceito abstrato?

A natureza das relações dentro da família vai se modificando no decorrer do tempo. Com relação à evolução que a família vem passando, ainda é passível de discussão a posição das crianças como “propriedade” dos pais (Prado, 2017). Há ainda outro ponto de discussão, relacionado aos papéis assumidos por homens e mulheres dentro do modelo familiar, que derivou uma nova estrutura social, com mulheres trabalhando fora do lar.

Esse movimento ascendente, no qual a mulher resgatou o poder sobre o próprio destino, ocupando postos tradicionalmente destinados aos homens na esfera pública (empresas, parlamento, escolas, hospitais, meios de comunicação etc.) se desdobra e a mulher passou a ocupar também na esfera privada o papel de provedora do lar, estando à frente, como chefe de família, de quase metade das residências 48% (IBGE, 2022).

O papel do homem provedor não configura um problema para a mulher acostumada a

trabalhar, sobretudo quando tem necessidade por conta da sua condição financeira. Quando as mulheres sustentam economicamente suas residências, podem continuar designando, em algum nível, um chefe masculino (Sarti, 1994). Portanto, nas situações quem a mulher é a provedora do lar e assume este papel, a identificação masculina com a autoridade e respeitabilidade à família, não se altera. Particularmente nos casos de separação e dos recasamentos, o novo marido não necessariamente ocupa o lugar masculino em relação aos filhos da sua mulher (Sarti, 1994).

Ainda de acordo Sarti (1994), os frequentes casos de separação e de ocorrência de gravidez entre as jovens e adolescentes, em que o filho tende a ficar com os avós, levam a uma divisão de papéis masculinos e femininos entre diversos homens e mulheres na rede familiar, deixando de se concentrar no casal.

Certamente a imagem tradicional da família, com um casal unido pelo matrimônio e criando seus filhos biológicos, frutos dessa união, parece cada vez menos comum, principalmente em dados estatísticos. Na Bahia, entre 2020 e 2021, houve mais registros de casamentos tanto entre mulheres e homens quanto entre pessoas do mesmo sexo. As uniões entre mulheres e homens aumentaram 33%. Já aquelas entre pessoas do mesmo sexo, cresceu 58,6% (IBGE, 2021).

A família vem se revelando mais complexa do que o conceito abstrato conhecido e replicado. E, reconhecendo esta complexidade, é passível de argumentação os significados simplistas conhecidos até então. O modelo patriarcal, descrito por Gilberto Freyre (2006) na década de trinta, não se enquadra mais no modelo de família tradicional brasileira. De forma resumida, para a realidade contemporânea brasileira, essa noção da família patriarcal extensa, descrita por Freyre, é limitada e não dialoga com o modelo ou os modelos atuais familiares.

Há pesquisadores que trazem a própria falta de modelo como um traço característico da família pós-moderna (Stacey, 1992; Castells, 2009). O estudioso Stacey (1992), a partir da sua pesquisa com mulheres de camadas médias e baixas de Los Angeles, chegou à conclusão que é impossível caracterizar a família contemporânea. De acordo com o autor:

A família pós-moderna não é um novo modelo de vida familiar, não é o novo estágio de uma progressão ordenada da história da família. Ela rompe com a narrativa modernizante que retrata uma história evolucionária da família. “A” família pós-moderna avança e recua para dentro de um futuro incerto (Stacey, 1992, p. 94).

As necessidades e dificuldades encontradas para a realização dos papéis familiares tecem uma rede de apoio e uma rede de obrigações que viabilizam a existência da família e seu entendimento do que é família. Os indivíduos constroem as suas próprias redes, reconfiguram-

nas à medida que seus modos de vida e de trabalho se transformam (Castells, 2009).

Para os mais pobres, a extensão da família é sinônimo daqueles com quem se pode contar. A sobrevivência dos núcleos domésticos das mulheres chefes do lar é possibilitada por essa mobilização cotidiana de uma rede que ultrapassa os limites das casas (Sarti, 1994). Nesses deslocamentos, o filho mais velho se destaca como aquele que cumpre o papel de chefe da família, os denominados “filhos eleitos” (Salém, 1981). Dentro dessa rede, há também a figura do “irmão da mãe”, que surge como a figura masculina mais provável de ocupar o lugar da autoridade masculina, mediando a relação da mulher com o mundo externo e garantindo a respeitabilidade de seus consanguíneos (Sarti, 2008).

Assim como acontece com o papel masculino, o feminino também sofre deslocamento para outras mulheres da família, quando a mulher fica impossibilitada de exercer sua função de mãe e dona de casa. Nos casos de viuvez ou separação sem o recasamento, a mãe se torna a figura que une, aglutina o que resta da família e sua casa acaba sendo o lugar que acolhe os filhos nas situações de desamparo, como desemprego, separações conjugais etc. (Sarti, 1994).

Pensar a família que se constitui pelo discurso sobre si própria, é uma forma de buscar uma definição que não se antecipe à sua própria realidade, mas que nos permita pensar como ela se constrói, a sua noção de si, ordenando as relações de parentesco entre irmãos, entre pais e filhos, entre marido e mulher (Sarti, 2008).

Os laços consanguíneos e de parentesco, no início do século XX, eram parâmetros que definiam com precisão a configuração familiar da maioria das pessoas. Ao passar dos anos, fenômenos sociopolíticos e o avanço tecnológico trouxeram níveis de complexidade para definir esta nova configuração do grupo familiar (Wagner 2003; Levandowski, 2008). Estes laços de sangue, inicialmente considerado premissa para definir o grupo familiar foi dando lugar a outras características como parentesco, afinidade e coabitação, por exemplo.

Deste modo, é desafiador desenhar um perfil único da família brasileira atual, tanto no que se refere a sua configuração quanto a sua estrutura (Féres- Carneiro, 1998). Contudo, algumas tendências marcaram o movimento de redefinição e de funcionamento dos núcleos familiares (Wagner, Halpern; Bornholdt, 1999) e as famílias brasileiras passaram por mudanças – e passam ainda – desde o início dos anos 90.

Têm-se atualmente uma tendência de diminuição do número de pessoas que compunham a família desde os anos 1990 (Goldani, 1994), um aumento do número de divórcios e recasamentos (IBGE, 2021), mulheres como chefes de família ou uma maior participação da mesma na manutenção econômica do lar (Wagner, 2003), entre outros. Os arranjos de maior crescimento nos últimos anos foram os adultos vivendo só e de famílias monoparentais

(Goldani, 1994). Logo, frente ao exposto acima, é percebido o conceito de família de forma múltipla, diversificada.

2.2 A “rede família de televisão”

A vida em família e em sociedade, exige dos indivíduos grandes esforços na busca entre os desejos individuais e os anseios coletivos. É neste campo que atua a sociabilidade, na comunicação entre os indivíduos, seja para conhecer conflitos, seja para encontrar soluções e permitir a expressão cultural de cada um (Alcântara Junior, 2005).

À luz da metamorfose familiar, os veículos de massa se desenvolviam a partir da explosão industrial. A indústria cultural se estabeleceu, a partir dos anos 60, e passou a determinar a cultura popular urbana. A proposta cultural se tornou sedução tecnológica e incitação ao consumo e homogeneização dos estilos de vida desejáveis (Martin-Barbero, 1997).

Paralelamente ao período de decadência da então “família tradicional” apontada por Giddens (2007), era inaugurada oficialmente a televisão brasileira em 1950. Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo⁸, dono do Diários Associados, conglomerado que reuniu dezenas de jornais, revistas e estações de rádio, através de sua grande influência política na época, trouxe para o Brasil a *TV Tupi-Difusora*, primeira emissora de televisão brasileira, sediada em São Paulo, que surgiu no período em que o rádio era o veículo de massa mais popular do país.

Um trecho do discurso de Assis Chateaubriand na cerimônia de inauguração da *TV Tupi* dá o tom de qual era a perspectiva do veículo para a época:

Atentai bem e vereis como é mais fácil do que se pensa alcançar uma televisão: com prata Wolff, lãs Sams, bem quentinhas, Guaraná Champagne, borbulhante de bugre e tudo isto bem amarrado e seguro na Sul América, faz-se um *bouquet* de aço e pendura-se no alto da torre do Banco do Estado um sinal da mais subversiva máquina de influir na opinião pública – uma máquina que dá asas à fantasia mais caprichosa e poderá juntar os grupos humanos mais afastados (Chateaubriand, 1950).

O trecho final do mesmo discurso, aponta para como a então tecnologia era percebida, uma televisão capaz de influenciar a opinião pública e que ao mesmo tempo era uma “máquina” que diminuía distâncias e possibilitava a valorização de um mundo provável. É importante sinalizar que, quando a televisão começou no Brasil, praticamente não existiam receptores, mas visando popularizar o veículo, Chateaubriand mandou instalar alguns aparelhos em praças

⁸ Recorte da biografia retirado da Revista Superinteressante, com publicação em 28 de setembro de 2017.

públicas a fim de que as pessoas pudessem assistir aos programas televisivos transmitidos (Ortiz, 1998 apud Leal Filho, 2000, p. 154).

Em sua grande maioria, os estudos sobre TV analisam a recepção do conteúdo pelo viés do gênero, da idade ou do regionalismo (McLuhan, 2005; Martín-Barbero, 1987; Thompson, 2008). Outros discutem as questões ideológicas em que a TV é apontada como fator alienante e massificado (Bourdieu, 1997), mas são poucos os trabalhos que relacionam a questão da televisão como fator de sociabilidade (Silverstone, 2003).

Neste contexto, estudar e entender a mídia significa analisar e compreender como antigas formas de consensos sociais estão sendo substituídas e novos consensos sociais estão sendo construídos. O mundo mudou, as mulheres mudaram, e os homens decididamente estão mudando e é a mídia, mais uma vez, que vem tratando insistentemente do tema nos últimos anos (Caldas, 1997).

Não há esfera da vida moderna que não se tenha observado a influência da TV sobre o comportamento das pessoas. Numa perspectiva sociocultural, a instituição televisão influencia substancialmente todas as outras instituições, sendo-lhe atribuída, junto a família, a escola e a igreja, uma das principais fontes culturais de socialização (Kubey; Csikszentmihalyi, 1990). A TV é tida como o meio mais universal e influente da mídia (Davis; Westbrook, 1985), um “informante universal” ou uma “janela para o mundo” (Condry, 1989, p. 29).

Essa “janela para o mundo” (Condry, 1989), permite definir e replicar padrões sociais e familiares. Até o final da década de 1990, era comum nos intervalos da programação, a ocorrência de comerciais com uma família reunida tomando seu café da manhã farto, ao redor da mesa da cozinha e todos sorridentes. Essa idealização da família perfeita, composta por pai, mãe e filhos alegres e felizes, a chamada “família- margarina” ou “família de comercial de margarina”, era associada à ideia de felicidade e refletia ao modelo tradicional de família brasileira. O que era veiculado não correspondia à realidade da grande maioria das pessoas, seja pela ausência do café farto, da não disposição do tempo na manhã ou da não identificação com aquele modelo familiar. Não cabia, dentro da propaganda feliz dos anos 1990, novos membros familiares, como avós.

Ao fazer referência à família, este conceito de modelo ideal já não era mais visto nas propagandas publicitárias a partir dos anos 2000. Os conceitos e imagens tradicionalmente usados na comunicação começaram a perder apelo e deram espaço ao cidadão comum. Exemplo disso, são as campanhas da margarina *Qualy* produzidas em 2009 divulgadas na TV aberta que trouxeram histórias do cotidiano familiar com avó, mãe e filhos.

Há um consenso sobre o fato de que a televisão transformou a forma como o tempo é

distribuído e empregado na vida diária das pessoas, ela “[...] se converteu em parte da existência, como o amanhecer ou a força da gravidade” (Fowles, 1992, p. 32). Nas palavras de Comstock (1989, p. 242), “[...] a TV tem mudado o caráter e marcando a forma como cada dia é vivido no lar padrão”. As famílias foram abandonando o hábito de sair de casa, as visitas aos parentes e os passeios foram sendo substituídos pela tela grande da sala. As famílias brasileiras abriram as portas das suas casas para a televisão e aquele eletrodoméstico tornou-se uma janela para um novo mundo, uma terra fértil em que é possível sonhar e ao mesmo tempo trazer definições e certezas do que era a vida, as pessoas e seus papéis.

O estudioso inglês Roger Silverstone (2003), acredita que estudar TV é o mesmo que analisar o cotidiano. Em seus estudos sugere que a presença massiva da televisão em diferentes lugares da vida social transforma o meio de comunicação em algo indissociável da rotina do indivíduo contemporâneo e o que é apresentado pela TV serve de base para parte das conversas do dia a dia.

A televisão nos acompanha quando acordamos, quando tomamos nosso café da manhã, quando bebemos nosso chá. A TV nos conforta quando estamos sozinhos. Ela nos ajuda a dormir. Nos dá prazer, nos entedia. Ela nos possibilita oportunidades de ser ao mesmo tempo sociáveis e solitários. (Silverstone, 2003, p. 3).

Esta instituição socializadora chamada televisão, inicialmente percebida como uma interação pessoa a pessoa, como um rádio com imagem ou “[...] como um tipo de telefone com imagem” (Elton, 1988) é hoje, o que muitos milhões de seres humanos devem ter em comum entre si, além da sua humanidade (Kubey; Csikszentmihalyi, 1990). Dentro desta perspectiva, além dos laços de afeto, a TV é hoje o ponto de intersecção entre as famílias contemporâneas.

Ao destacar a influência positiva da televisão nas famílias atualmente, têm-se a acessibilidade que além de ser um meio de comunicação acessível às massas, se tornando sinônimo de cultura popular (Zacarias, 2005), possui um conjunto de funções implementadas para facilitar e permitir o acesso de pessoas que apresentam algum tipo de comprometimento dos sentidos, quais sejam: *closed caption* (ou legenda oculta), audiodescrição, dublagem, janela de libras.

Outro ponto que se destaca como influência positiva é o conhecimento promovido às famílias. A TV pode ser muito educativa, proporcionando um amplo campo de conhecimento a pessoas que nunca tiveram oportunidade de estudar ou viajar (Tiburg, 2010). Outro exemplo da influência do conhecimento proporcionado pela televisão é uma maior autonomia da mulher. Por causa de jornalistas e até histórias de novelas, a mulher brasileira começou a demonstrar suas capacidades e individualidades, assim, o desenvolvimento da mulher na sociedade brasileira é

devido, em parte, à televisão (Almeida, 2001)

Na sociedade contemporânea, é evidente o papel fundamental da mídia no processo de instituição de valores, comportamentos e necessidades da cultura de consumo do mundo capitalista. Para Pires, Gonçalves e Padovani, (1999), o discurso midiático é um dos principais promotores de sentidos para o estabelecimento das compreensões a respeito das questões que envolvem o cotidiano e a cultura de movimento das pessoas

Este mundo provável e possível modela a sociedade no princípio do “ser” dependendo do “ter”, tornando-a mais materialista. De acordo com Fromm (2014), o indivíduo pode experimentar a vida de dois modos básicos, o modo Ter e o modo Ser. O modo Ter se refere a uma existência pautada pelo egocentrismo, enquanto que o modo Ser se refere a uma vivência mais altruísta. O autor sintetiza duas formas de existência diante da vida: uma orientação improdutiva (Ter) e uma orientação produtiva (Ser). Segundo este pensamento, a sociedade capitalista possui prevalência do modo Ter (Fromm, 2014).

Lipovestky (2004), analisou o consumo do dia a dia, baseado em aspectos narcísicos, vaidade e efemeridade que fazem girar a roda do consumo constante. Na televisão, por exemplo, são muitas as mensagens publicitárias com frases no imperativo, como “você merece”, “quem ganha o presente é você” ou “você pode”. Isso gera o paradoxo do consumo da satisfação pela aquisição *versus* o produto não corresponder às expectativas da pré-aquisição.

Para Lipovetsky (2004), a sociedade contemporânea é a experimentação das ideias da modernidade em seu grau mais avançado. Geralmente a modernidade é conceituada como oposição e superação da tradição, dando lugar a uma sociedade baseada na ideia do progresso científico, técnico e industrial, da valorização do novo. Este remate da modernidade, que se caracteriza pela mercantilização no modo de vida e uma individualização vertiginosa, extrapola a TV de tubo e se entranha nos lares e laços familiares, e vice-versa.

A família se torna complexa à medida que a sociedade também se torna complexa, pois as transformações sociais geram consequências que atingem diretamente a organização familiar. A televisão é um espelho deste movimento e este reflexo da realidade imposto pela TV, a faz cada dia mais atual e próxima de quem se vê representado.

Ao pensar neste agrupamento familiar como uma “pequena sociedade”, deve-se pensar na configuração relacional, que nunca esgota em suas possibilidades e vai além do somatório dos seus componentes. É importante analisar, que os múltiplos arranjos domésticos são formados de acordo com as necessidades do grupo familiar e as configuram mediante contexto social, histórico e cultural.

2.3 Família e intergeracionalidade

Novas configurações familiares marcam e carimbam a contemporaneidade e estas condições de mudança ao longo dos anos são de ordem demográfica, ideológica, econômica e amparada pela legislação. É importante reafirmar que a família é uma instituição social em que há reciprocidade das relações com formação de vínculos. É a partir dessa reciprocidade entre gêneros e gerações que a família se constitui como uma construção social, na qual os vínculos estabelecidos garantem a formação das pessoas e suas perspectivas na sociedade (Donati, 2008).

Sendo a família uma instituição intergeracional, significa que a generatividade é seu ponto central, como evento biológico, simbólico e cultural (Erikson, 1976). Conceitualmente, a generatividade foi descrita por Erikson como a preocupação com o desenvolvimento e o bem-estar das próximas gerações. Logo, segundo o autor, a forma mais recompensadora encontra-se associada ao exercício da parentalidade, ainda que não lhe seja restrita (Erikson, 1971).

É a vivência da generatividade, cuja manifestação passa por cultivar e transmitir a herança familiar, social e cultural que já foi recebida que se estende pela vida social através do cuidado e do investimento nas relações sociais (Raguso, 2010) e chama os pais, que serão mais tarde avós, a contribuir mais ativamente para a realização da geração à qual os seus filhos pertencem (Scabini, Marta; Lanz, 2006). No fundo, reforça a afirmação de Erikson (1976) sobre a generatividade defender e garantir o cuidado de todos os jovens que se vão tornar adultos e não apenas uma inclusão geracional.

A transmissão de valores ocorre através das gerações e este legado é recebido quando a pessoa se insere na história de um determinado grupo familiar. Ninguém cria uma história por completo, mas se insere naquela que vem sendo traçada pelas gerações anteriores. As relações intergeracionais apresentam-se com as interações entre pessoas com idades distintas que contribuem para trocas de experiências e de multiplicidade geracional (Oliveira, 2011).

É importante ressaltar que a transmissão de valores nas famílias ocorre mais por comportamento do que por palavras (Sampaio, 2008). São os acontecimentos vividos que revelam situações transgeracionais e não somente as regras estabelecidas pelos adultos. Portanto, diante do relacionamento com os netos, o comportamento dos avós pode atualizar a memória do passado da família. Desta forma, cada geração tem a memória de um tempo de acontecimentos, o que reforça a importância da relação avós e netos, é uma função social de resgate ao passado.

Com o aumento da longevidade, as famílias têm tido a oportunidade de exercer o convívio entre diversas gerações, nas quais a presença de bisavós, avós, pais, filhos netos e

bisnetos é cada vez mais comum nas festas de família ou dividindo o mesmo teto. Alguns estudos apontam que, com os novos arranjos, a composição da família brasileira ganhou força expressiva com a presença dos idosos (Debert, 1999; Dias, 1999; Lopes, 2006). É importante pontuar que as relações intergeracionais auxiliam no combate aos estereótipos, como a falta de dependência da autonomia e da participação social do idoso, fortalecendo vínculos entre pessoas na velhice e nas outras fases da vida (Massi *et al.*, 2016).

Para Bourdieu (2001), esta herança, que é toda essa envergadura simbólica que permeia os grupos sociais, consagrada pelos ritos de instituição, tem o indivíduo como mantenedor de práticas sociais incorporadas no *habitus*. Essa disposição é transmitida intergeracionalmente para que as gerações vindouras mantenham, por exemplo as pronúncias e vocabulários. O autor parte da premissa que o corpo humano tem a capacidade de incorporar conhecimento, razão que o faz um ser social e individual. Logo, o *habitus* porta as capacidades de coletivização. Bourdieu traz:

[...] tendo a propriedade biológica de estar aberto e exposto ao mundo, suscetível de ser por ele condicionado, moldado pelas condições materiais e culturais de existência nas quais ele está colocado desde a origem, o corpo está sujeito a um processo de socialização cujo produto é a própria individualização, a singularidade do “eu” sendo forjada nas e pelas relações sociais (Bourdieu, 2001, p. 163).

Os indivíduos só entendem a existência das coisas se o seu *habitus* for condicionado ao percurso da história individual através dos processos de aprendizagem que só são possíveis nas relações sociais. Desde que nascem, as crianças vivem uma tensão intergeracional, formam o próprio *habitus* em interação com as normas familiares e com as culturas infantis e adultas, nas relações sociais que estabelecem (Bourdieu, 2009). A mídia e a escola também oferecem outras perspectivas que vão além das aprendidas no lar.

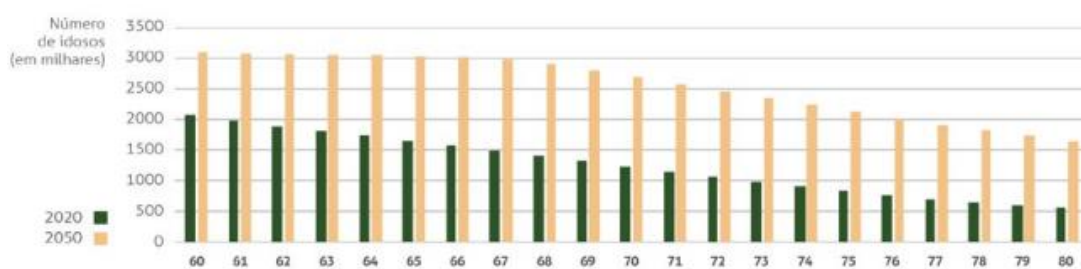
Dentro das relações intergeracionais, autores como Brandão *et al.*, (2006), Lins de Barros (2003) e Lopes (2005), consideram que estas podem ocorrer não só nas dimensões da família como também nos espaços de trabalho, de educação e lazer. Este fato se dá por alguns fatores sociais como o aumento na expectativa de vida e crescente inserção da população idosa.

Desde a década de 1970, há no Brasil uma desaceleração do crescimento populacional, o que conduz para mudanças estruturais e etárias, com o envelhecimento da população, que é uma tendência brasileira e mundial (IPEA, 2012). As projeções da Organização das Nações Unidas (ONU, 2019), apontam que existem no Brasil cerca de 29 milhões de idosos⁹. Este envelhecimento demográfico é responsável por aumentar a participação do idoso na sociedade.

⁹ De acordo com a ONU, pessoas idosas diferem entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento. Em países desenvolvidos são idosas pessoas com 65 anos ou mais. Já em países em desenvolvimento, idosos são aqueles com 60 anos ou mais (ONU, 2019).

Estas projeções para o futuro são de crescimento acelerado contínuo da população idosa, atingindo seu pico provavelmente em 2085, dando origem a um novo conjunto de desafios para diversos setores da sociedade (Silva, 200). Ao analisarmos o gráfico 1, um comparativo da população idosa de 1960 a 80 anos no Brasil nos anos de 2020 e 2050, fica evidente essa projeção acelerada deste segmento populacional.

Gráfico 1: População idosa de 60 anos a 80 anos, Brasil



nte: Organização das Nações Unidas, Perspectivas Mundiais de População 2019.

Fonte: Organização das Nações Unidas, Perspectivas Mundiais de População (2019)

O crescimento da população idosa brasileira se deve, como já citado, principalmente ao aumento da expectativa de vida, consequência da redução da mortalidade em todas as faixas etárias e pela queda da fecundidade. Essa transição na dinâmica demográfica, combinação da redução da taxa de fecundidade somada à diminuição da taxa de mortalidade, direciona a população para um aumento no percentual da população em idade ativa.

Adicionalmente, nos últimos anos a condição dos idosos no contexto familiar tem sofrido transformações, a exemplo do número de pessoas da terceira idade casadas que caiu de 55% em 2006 para 52% em 2020, enquanto os divorciados e separados aumentaram; ou a taxa de ocupação das pessoas idosas que vem crescendo, saltando de 6,9% em 2015 para 8,2% em 2019, o que mostra uma tendência de permanecerem economicamente ativos, seja por necessidade ou por escolha (SESC; Fundação Perseu Abramo, 2020).

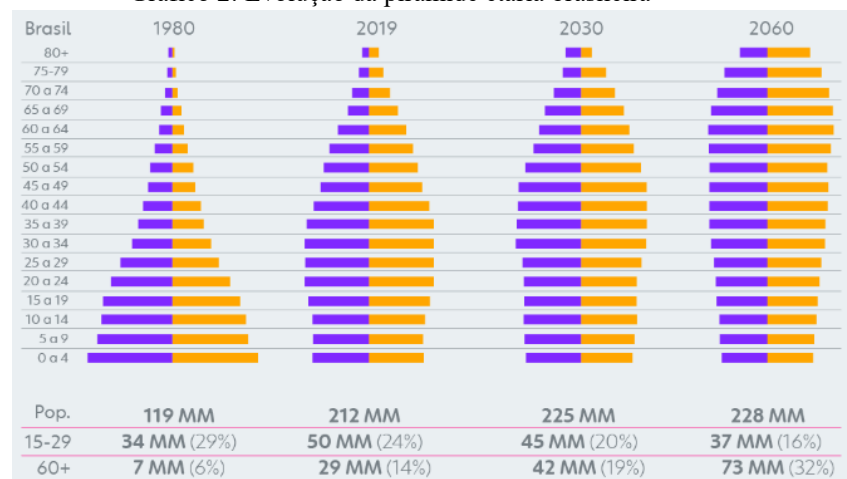
De acordo publicação recente de Alves (2022), com os dados coletados da Organização das Nações Unidas sobre as perspectivas mundiais da população em 2019, o Índice de Envelhecimento no mundo (IE), aponta três categorias de idosos, divididos em 60-64 anos, 65-79 anos e 80 anos e mais de idade.

De acordo o IE, em 1950 havia 23 idosos de 1960 anos e mais para cada 100 jovens de 0 a 14 anos na população, sendo 8 idosos na categoria 60-64, 13 idosos de 65 a 79 anos e somente 2 idosos de 80 anos e mais para cada 100 jovens. Na década sinalizada, os idosos tinham pouco peso na estrutura etária, porém nas décadas posteriores é percebido um aumento

progressivo no percentual do número de idosos. Vale ressaltar que um IE menor do que 100 significa uma população jovem e um IE igual ou maior do que 100 reflete numa população idosa.

A ONU (2019), dentro desta perspectiva, afirma que o mundo terá uma estrutura etária envelhecida no ano de 2050, quando o índice chegará a 101 idosos para cada 100 jovens. Dentro da ótica brasileira, com a transição da fecundidade na década de 60 e o número de filhos por mulher em queda, a base da pirâmide populacional se estreitou e os outros grupos etários de alargaram. Tem-se assim uma transição etária rápida no Brasil, um dos processos de envelhecimento mais intensos no mundo, com 308 idosos de 60 anos e mais em 2100, o dobro do Índice de Envelhecimento do mundo (Alves, 2022). No gráfico 2 abaixo, que demonstra a evolução da pirâmide etária brasileira, é possível destacar quase uma inversão em 2060 *versus* 1980.

Gráfico 2: Evolução da pirâmide etária brasileira



Fonte: IBGE: PNAD / Projeção Populacional (2010-2060) | Fotografia do Brasil (2020)

A perspectiva de vida prolongada com idosos mais ativos e participativos, direciona para um movimento social no qual as pessoas de diversas gerações estão presentes no ambiente de trabalho ou no familiar. É importante pensar que a classificação de gerações de épocas específicas com um perfil pré-determinado, a partir da passagem de décadas, se dá pela relação às transformações culturais e tecnológicas e tem sido cada vez mais comum.

As mudanças demográficas que causaram o envelhecimento populacional têm como efeito direto o envelhecimento também das relações geracionais. Situações que comumente aconteciam de forma precoce no ciclo da vida, como a morte dos avós ou dos pais, assim como ter filhos e netos, foram postergados, o que resulta em diferentes transformações nas relações de parentesco (Murphy, 2009). Esta maior probabilidade da coexistência e partilha de várias

gerações familiares (Knipscheer, 1988), somando-se à tendência da redução do número de netos que partilham a atenção e os cuidados, têm-se levado ao denominador comum de avós cada vez mais participantes e convocados a colaborar nas tarefas de educação, antes assumidas tradicionalmente pelos pais.

Com todas as transformações contemporâneas é percebido um estreitamento no vínculo entre avós e netos (Sampaio, 2008). Neste sentido, há o entendimento que as transmissões de valores dos avós para os netos possibilitam as trocas entre estes segmentos, na medida que os mais novos também informam aos mais velhos os valores adquiridos na sociedade. Este fato repercute principalmente na adolescência quando os jovens assumem uma identidade grupal e se desligam mais dos pais (Peixoto, 2000). Para a autora, nesta ótica, o distanciamento entre avós e netos que mantiveram um relacionamento mais próximo na infância não é tão percebido e acentuado quanto à de pais e filhos. Do mesmo modo, Sampaio (2008) também considera a adolescência como uma fase de vida em que os jovens encontram apoio nos avós, favorecendo a segurança e a necessidade de se afirmar.

Um dos aspectos familiares imprescindíveis para o estudo da transmissão geracional relaciona-se ao suporte ou ao apoio familiar (Maycoln, 2020). Tal apoio está associado ao grau no qual as necessidades do indivíduo que são satisfeitas pela família (Heller, 1983), sendo tal apoio percebido por meio de ações que remetem à atenção, ao carinho, ao diálogo, à autonomia (Baptista, 2015).

No Brasil, outro fator associado à convivência entre avós e netos na contemporaneidade está ligado ao fato dos jovens postergarem cada vez mais a saída da casa dos pais, o que aumenta a convivência intergerações (IPEA, 2012). Tem-se aqui, um modelo de arranjo familiar com vivência entre gerações de crianças, jovens, adultos e velhos.

Para Pinto e Rodrigues (2006), a intergeracionalidade é por si só um fator promotor da igualdade entre as gerações, funcionando como meio de inserção social da população idosa. As autoras acrescentam que as gerações têm aptidão para se protegerem, se educarem e se estimularem e, dentro deste contexto, a intergeracionalidade entre avós, pais e netos pode ser um meio para se desenvolver competências específicas nos jovens ou lutar contra o desemprego dos mais velhos. Sobre o tema, Moragas (2004) defende que a cooperação familiar se torna de fundamental importância, para cada geração assumindo um papel específico e importante, que se origina por uma variedade de funções e obrigações sociais e legais.

De acordo com os dados do IBGE (2005), as regiões Norte e Nordeste tinham as maiores proporções de idosos que coabitavam com seus filhos. 70,5% e 68,3%, respectivamente. A importância do idoso na família também foi observada e 65,3% destes foram consideradas

pessoas de referência no domicílio, ou seja, foram consideradas chefes de família. Em 2011, das famílias chefiadas por idosos, 6,5 milhões residiam com os filhos adultos e, em 2,2 destas famílias, moravam também com os netos. Além do número expressivo de filhos, avós e netos coabitando, constatou-se o número de mães adolescentes que se encontraram na família na condição de filha ou neta (IPEA, 2012).

É importante salientar que há vários papéis a serem desempenhados pelos avós e estes estão ligados diretamente ao contexto cultural, histórico, cultural e familiar. Com o aumento da longevidade e da possibilidade de uma melhor qualidade de vida, os avós podem conviver com seus netos até que estes sejam adultos. Esta maior convivência intergeracional ressignifica laços, trocas, as relações e a própria família.

Convém reafirmar que se torna imprescindível relacionar que alguns fatos sociais favorecem a diversidade dos modelos familiares, como a redução da fecundidade, a inserção da mulher no mercado de trabalho e ocupando o posto de provedora do lar, casamento tardio, aumento no número de divórcios e o próprio envelhecimento dos membros familiares.

Falar em pluralização da família equivale a legitimar a ideia segundo a qual, deveríamos considerar todos os modos de convivência desde que os indivíduos envolvidos se sintam ligados por relações afetivas e de cuidados recíprocos (Donati, 2008). Para Bauman (2004), há duas categorias de relação: afinidade e parentesco. A afinidade é um vínculo que se escolhe e hoje se precariza, numa sociedade em que tudo pode ser descartável. Já o parentesco, é um vínculo mais profundo, são laços de sangue que transcendem o biológico.

Dentro deste universo parental, as relações de avós, netos, primos, irmãos e tios, por exemplo, é significativa para a construção do ser social, respeitando e desenvolvendo sua individualidade. Tem-se aqui um modelo de cuidado entre os membros e a construção da rede de apoio, como avós que são requisitadas a cuidarem dos netos.

Peixoto (2015), aborda a redução do número de netos e a demanda de uma maior atenção dos avós facultando-os a realização de tarefas antes realizadas pelos pais. A tendência atual percebida é a verificação de mais avós para menos netos e uma maior demanda para os mesmos e com um número menor de descendentes, os avós passam a ser considerados mais disponíveis e com mais tempo para estar e cuidar dos netos.

Em um estudo longitudinal (Oliveira *et al.*, 2002), realizado com alunos de duas escolas particulares e uma escola estadual do Rio Grande do Sul, foram comparados os efeitos geracionais dos estilos parentais autoritário *versus* autoritativo de mães e avós maternas de 25 meninos e 25 meninas de 4 e 5 anos. Foi percebida uma influência significativa do estilo autoritário da avó materna sobre a atitude conjugal da mãe. Os autores concluíram que a

vivência de um estilo parental autoritário pela mãe tende a se repetir em seu estilo parental, refletindo-se em sua atitude conjugal.

No estudo de Parrott e Bengtson (1999), a dinâmica de trocas sociais entre os familiares foi analisada tanto em relação à percepção do filho em receber suporte dos pais (por meio de recordação da infância e da adolescência) quanto em relação ao oferecimento de suporte na ocasião da pesquisa, quando os pais se encontravam em idade avançada. A amostra investigada foi constituída por 680 famílias que responderam a um questionário construído, o qual continha questões sobre suporte emocional (dar e receber carinho e afeto), suporte instrumental (tarefas de ordem prática) e suporte financeiro. Como principal resultado, houve maior tendência para o auxílio aos pais por parte de filhos que receberam uma história de afeto positiva com a família na infância e na adolescência. Nestes casos, segundo os autores, os filhos tinham um forte senso de obrigação para com os pais, pois receberam todo o suporte e ensinamento que necessitaram anteriormente.

Para Britto (2010), as pesquisas precisam aprofundar e revelar o jogo desigual das relações entre as gerações, tanto em sua trajetória social, pessoal e cotidiana para completar o cenário particular desse fenômeno único da contemporaneidade, a família multigeracional. É sempre importante e adequada a discussão sobre as relações intergeracionais na sociedade contemporânea, pois se permite assim, a troca, a transmissão da cultura e dos valores familiares. É importante compreender que a herança cultural é um processo que permite refletir sobre a reciprocidade das influências geracionais, pois todas as gerações têm o que ensinar e o que aprender. Contudo, não podemos deixar de considerar os veículos de comunicação que reforçam a cultura do consumo, o imediatismo e a velocidade das transformações sociais, tanto para os jovens quanto para os idosos.

2.4 As gerações e características

As análises e discussões sobre os relacionamentos intergeracionais estão diretamente ligadas ao significado de geração por cada teórico. Segundo Bauman (2007, p. 307), “[...] o termo geração é uma expressão performativa, uma chamada ou convocação para uma batalha nas fileiras do imaginário ou das comunidades”. Para Segalen (1996, p. 221), geração é “[...] um conjunto de pessoas classificadas segundo uma relação de filiação. Rocha Coutinho (2006, p. 99) define o termo a partir dos padrões comportamentais, sendo:

A expressão de valores e padrões de comportamento relativos a um grupo de idade

em determinado período de tempo. Esses valores e comportamento, que fazem parte das identidades sociais e pessoais desses sujeitos, contudo, não são fixos, sofrem alterações à medida que eles interagem com os novos valores e padrões de comportamento que vão surgindo ao longo do tempo. (Rocha-Coutinho, 2006, p. 99)

Motta (2010), abordaram algumas definições de geração, seja como dinâmica social ou em outro momento como estágio de maturação ou fator biológico. Para a autora, o termo geração percorre um caminho de instabilidade conceitual e cita três importantes pontos: o primeiro é a referência aos indivíduos nascidos no mesmo intervalo de tempo, como uma separação demográfica; o segundo são grupos etários como gerações na família; por fim, entende-se geração como pessoas que compartilham a mesma época, vivendo no mesmo tempo social.

Independente da larga utilização do termo geração no cotidiano, em que se passou a designar até as etapas do progresso técnico (por exemplo, maquinário de última geração), o uso pode ser sintetizado segundo três perspectivas: coortes, grupos etários e gerações propriamente ditas (Attias-Donfut, 1988).

Coorte é a referência estatística ou demográfica e representa um conjunto de indivíduos nascidos em um mesmo intervalo de tempo, expostos a determinados eventos de caráter demográfico. Os grupos etários derivam as “idades da vida”, traduzidas em infância, juventude, maturidade e velhice. A geração, propriamente dita, designa um coletivo de indivíduos que vivem em determinada época, têm aproximadamente a mesma idade e compartilha alguma forma de experiência ou vivência (Motta, 2010)

As separações geracionais são feitas, então, a partir de um corte temporal com nascidos em determinado intervalo de anos. Para os veículos da comunicação e marketing, que trabalham com a comunicação direcionada por público-alvo, as gerações são divididas em *Baby Boomers* que engloba os nascidos entre 1940 e 1960.

Esta geração, com jovens nascidos no começo da Ditadura Militar, é também conhecida como a geração que lutou contra os militares, a geração da *Jovem Guarda* é também a geração TV, moldada pela imagem com as pessoas disponibilizando a maioria do seu tempo em frente à televisão. Para esta geração, este canal de comunicação tornou-se disponível para um diálogo em tempo real, sendo a mensageira das reivindicações, é a geração marcada pela onipresença da telinha. De acordo com Tapscott,

Os babies boomers tiveram tempo de desenvolver sua própria cultura jovem. Rock'n rol, cabelos compridos, protestos, roupas estranhas e novos estilos de vida incomodavam seus pais. Tiveram uma nova mídia por meio da qual podiam comunicar sua cultura – a televisão (Tapscott, 2010, p. 160).

A *Geração X* com nascidos entre 1960 e 1980, viu surgir o e-mail, o computador pessoal, o celular e a internet. “Considera o rádio, a tevê, o cinema e a internet como mídias não especializadas, disponíveis para que todos acumulem informações e apresentem seu ponto de vista”, nas palavras de Tapscott, (2010, p. 26); A *Geração Y* ou *Millenials*, com nascidos entre 1980 e 1995 tem grande destaque por serem representativos no mercado de trabalho e de consumo por representarem a maior parte da população economicamente ativa do país. A internet para esta geração abriu todas as possibilidades para maior acesso à informação, conhecimento e comunicação. Sua relação com a televisão é diferente. É mais provável que o jovem desta geração ligue o computador, fale ao telefone, ouça música, faça o dever de casa, leia uma revista e assista à televisão (Tapscott, 2010). Segundo o autor, essa geração é também denominada como geração internet e pontua,

Se você observar os últimos vinte anos, ficará claro que a mudança mais significativa que afetou a juventude foi a ascensão do computador, da internet e de outras tecnologias digitais. É por isso que chamo as pessoas que cresceram durante esse período de Geração Internet, a primeira geração imersa em bits (Tapscott, 2010, p. 28).

Ainda de acordo com Tapscott (2010), a *Geração Z* ou *GenZ*, os nativos digitais são os nascidos entre 1995 e 2010. Sobre os nativos digitais, segundo uma pesquisa mercadológica¹⁰ realizada pelo maior buscador mundo, o Google (Think With, 2019), a insegurança com o futuro marca essa geração que tem como grande preocupação a possibilidade de não ter um emprego (18,5%), propósito na vida (17,4%) e não ter uma família (15,6%).

A geração atual é conhecida como *Alpha* e seu nascedouro já foi imerso no mar tecnológico. Surgida a partir de 2010, a geração *Alpha* sucede a geração *Z* e é em sua maioria, filhos da geração *Y* ou *millenials*. O sociólogo Mark McCrindle (2015) nomeou a geração atual a partir de dois motivos: por se tratar de uma geração do recente momento com possibilidade de iniciar um novo ciclo e por ser a primeira letra do alfabeto grego, que simboliza o início. A abordagem geracional é mais do que um demarcador etário, ela pode ser apontada como um fator social e a tecnologia é determinante para criar marcas no tempo, o que é principal fator para que o intervalo entre uma geração e outra seja menor. É a tecnologia e a

¹⁰ O Google, principal buscador das pesquisas realizadas na internet, é dona da maior ferramenta de anúncios online, o Google Ads, e do maior software de análise de desempenho digital, o Google Analytics. Com um volume grande de tráfego diariamente, o Google tem em suas mãos uma gama de dados, insights e análises que são compartilhados mercadologicamente através do Think With.

intergeracionalidade andando de mãos dadas.

Esta geração Y, que emergiu totalmente no século XXI, conectada, inserida em uma rotina tecnológica, vivenciou uma situação de pandemia em que ficar confinada à sua casa e usando recursos tecnológicos para se contatar com o mundo *out of home* se fez necessário. Esta permanência em casa por mais tempo, evidenciou as desigualdades sociais e deu origem ao que é definido como um fenômeno de *deslocamento*. Por essa perspectiva, a criança fora de lugar e o adulto fora de lugar em relação à criança, ocasiona um cotidiano *inventado*, com um tempo e um espaço até então fincados fora do lar (Salazar; Amorim; Muller, 2020).

Este novo cotidiano ocasionou um novo modelo de vida, legando às relações um novo artefato: a tecnologia multitelas. No Brasil, 63 milhões de pessoas acessam dois tipos de tela, que são a TV e o celular; e 30 milhões acessam três tipos de tela, aqui soma-se o computador às duas citadas (Think With, 2013).

A partir deste novo hábito de consumo, surge um novo comportamento geracional e por que não o definir como intergeracional, denominado *multiscreeners* (Think With, 2013) e novos modelos relacionais que vão além do relacionamento de bolso (Bauman, 2004), como o formato aplicado de ensino à distância, o trabalho remoto e o maior tempo de exposição ao conteúdo televisivo.

Informações do Instituto de Pesquisa Locomotiva (2019), apontam que os membros *grey power*¹¹ não estão presentes apenas no ambiente *offline*, eles estão cada vez mais conectados e usam seus computadores e celulares para se comunicar com a família, acessar as redes sociais, assistir vídeos e fazer compras online. Na Bahia, o número de pessoas de 60 anos ou mais de idade que acessaram a internet subiu de 715 mil para 1,027 milhão entre 2019 e 2021; e o uso da internet para conversar por chamada de voz ou vídeo foi o que mais cresceu durante a pandemia (PNADC, 2021).

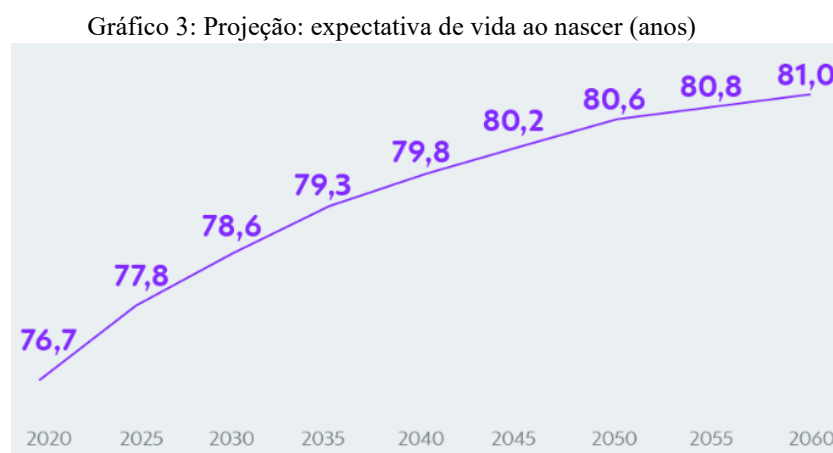
Percebe-se assim, um cenário multitelas também como ferramenta de rede de apoio, com estreitamento dos vínculos fisicamente não permitidos por conta do isolamento social, inicialmente, mas mantido no período que pode ser chamado de pós pandêmico, após a não obrigatoriedade do *lockdown*. A família estava *online* e o idoso teve que se adaptar e se conectar à esta nova normalidade.

As transformações sociais e tecnológicas resultam em consequências tanto na dinâmica quanto na estrutura familiar. Nas sociedades contemporâneas, as relações de parentesco e os laços firmados entre as gerações são mais abrangentes do que os relacionamentos conjugais

¹¹ Termo aplicado para a geração de pessoas com mais de 50 anos.

(Lins de Barros, 1987). Logo, pensar em família é pensar nas relações de parentesco e não apenas no indivíduo, uma vez que seus membros se reúnem movidos pelo sentimento, valorizando laços de afeto (Cardoso, 2011).

As transformações no campo das gerações na instituição familiar podem ser exemplificadas a partir da verticalização da família (Murphy, 2009), que tem como composição, famílias constituídas por um número reduzido de membros entre si, decorrente do menor número de nascimentos e do aumento da expectativa de vida, o que por consequência gera a convivência entre gerações distintas. Em 2020, a expectativa de vida ao nascer era de 76,7 anos, em 2060 a idade subirá para 81 anos, conforme imagem do gráfico 3 abaixo.



Fonte: IBGE: PNAD / Projeção Populacional (2010-2060) | Fotografia do Brasil (2020)

Quando a fecundidade declina, o número de filhos se torna menor, mas também o número de irmãos e, por consequência, o número de toda a parentela¹², tal como tios e primos (Murphy, 2010). Por outro lado, a mobilidade intergeracional se apresenta como uma tendência familiar, principalmente quando há a separação conjugal, novos casamentos e assim favorecer a integração entre os membros da possível família extensa.

É importante salientar que o fato de gerações distintas estarem convivendo na família contemporânea, não se pode eliminar as especificidades das visões e experiências de cada uma delas. Todas as mudanças sociais, culturais e históricas são experimentadas, vividas e percebidas ao mesmo tempo, por indivíduos de gerações distintas, o que conduz a interpretá-las de forma muito particular. Ademais, a mídia, o imediatismo, a tecnologia e a cultura do consumo, produzem demandas específicas tanto para os jovens quanto para os velhos.

A partir desta perspectiva, sendo a família uma organização intergeracional, o diálogo

¹² É o conjunto dos parentes; parentada, parentalha; série de gerações.

entre as gerações, as trocas de afeto e os laços atados em nós, teremos uma família e uma sociedade onde a convivência será mais fluída e a divergência desdobrará em aprendizado e amadurecimento.

2.5 *Avosidade* ativa: o idoso inserido na família contemporânea

O que é ser avô ou avó? A contemporaneidade trouxe a resignificação desta palavra tão pequena e com um significado tão grande. A transição para este grau familiar é um efeito intergeracional do nascimento e uma nova geração. O nascimento de uma criança marca as relações familiares e muda sua estrutura como instituição, onde filhos tornam-se pais, irmão torna-se tio e pais tornam-se avós. Com isso, cada indivíduo cria uma nova identidade e adquire novos papéis, acrescentando outras possibilidades de relacionais a nova constelação familiar que se formou (Kipper; Lopes, 2006).

Há uma diferença entre os avós contemporâneos para os avós de “antigamente”? Na década de 1960, a dinâmica intergeracional consistia em avós que tinham como função o mimo, contar histórias infantis, dar presentes e cuidar das crianças na ausência temporária dos pais. Nos anos 70 e 80, um modelo de ajuda e cuidado, um suporte financeiro e emocional se necessário, além de promover a manutenção da família. Na década de 1990, os avós eram tidos como mediadores entre pais e netos, multiplicadores da história familiar (Dias; Silva, 1999). A partir dos anos 2000, o modelo do avô contemporâneo é de cuidador e de provedor (Falcão, 2012).

Os estudos sobre avós só cresceram a partir da década de 1980, fruto das mudanças na família contemporânea (Cardoso, 2011), o que antes tinha como foco apenas estudo de casais e seus filhos. Em vista disso, o tornar-se avô traz novidades e transformações, sejam associados à própria velhice ou às relações familiares.

Oliveira (1999) traz a necessidade de pensar as relações entre avós e netos de forma igualitária, sem perder de vista as diferenças e seria esta combinação a permitir a riqueza da coeducação das gerações. Para o autor, há no ensinamento dos avós para os netos, uma interação recíproca.

Caberia dizer que avós e netos convergem na busca de relações igualitárias, ou seja, na não sobreposição de uma geração à outra. Há predisposição de parte a parte em acolher, abrigar, sustentar, mesmo que modificadamente, as sugestões oferecidas na convivência diária (Oliveira, 1999, p. 28).

Atualmente, o tornar-se avô ou avó não é um fenômeno atrelado à idade (Dias; Silva, 1999), pois com a maior expectativa de vida associada a gravidez precoce faz com que crianças

conheçam avós mais jovens e ativos. Essa afirmação se constrói a partir do cruzamento das estatísticas de Registro Civil na Bahia (2020) que apontam para 31.510 bebês nascidos com mães mulheres de 35 anos ou mais de idade e 33.203 bebês registrados com mães jovens ou adolescentes menores de 20 anos, somado ao aumento da expectativa de vida da população (IBGE, 2020). Avós de diferentes idades têm costumes diferentes, se relacionam de forma diferente com outras gerações, independente do laço de parentesco.

Com o aumento da expectativa de vida e a mudança nos hábitos, temos pela primeira vez, mais avós do que netos no mundo. São 705 milhões de pessoas acima de 65 anos contra 680 milhões entre zero e quatro anos (ONU, 2019). No Brasil, de acordo com uma projeção de 2021 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), atualmente existem 73 milhões de possíveis avós e avôs no país.

É importante ressaltar, ao se tratar da velhice na família, duas conformações de arranjos com a participação de idosos levam à convivência entre gerações. A primeira é a família de idoso, quando este é o provedor na criação dos netos. A segunda conformação é a família com idoso, quando o suporte é o afeto, uma vez que a dependência financeira muda e, aqui, eles precisam dos filhos ou netos como provedores (Simões, 2006).

Vale salientar que a Bahia é atualmente o estado com a maior taxa de desempregados do país, com cerca de 1,386 milhão de pessoas sem ocupação (PNADC, 2021) e com uma população que está envelhecendo. Entre 2012 e 2019, o número de idosos na Bahia cresceu 32%, dez vezes a taxa de crescimento da população total, que é de 3%. De acordo dados levantados pelo mesmo estudo, em 2019, as pessoas de 60 anos ou mais somavam cerca de 2,3 milhões e representavam 15,3% da população baiana, estimada em 14,9 milhões; em 2018 eram 14,4% dos moradores do estado; em 2012, eram 11,9%; já em 2010 eram de 10,3%. As mulheres são maioria neste recorte etário e representam 55,3% das pessoas de 60 anos ou mais e chegam a 61,3% no grupo de 80 anos ou mais. Logo, temos um estado majoritariamente feminino e idoso.

Em Salvador, o envelhecimento é mais intenso, onde idosos eram 489 mil em 2019, chegando a 17% dos 2,872 milhões de moradores. Mulheres eram 6 em cada 10 idosos na capital baiana (IBGE- PNADC, 2019). O ensaio geral do censo demográfico 2022, realizado pelo IBGE em todos os estados brasileiros, entre novembro de 2021 e meados de fevereiro de 2022, escolheu para representar a Bahia, o bairro de Amaralina em Salvador e entrevistou 3.180 moradores. Dentre todas as localidades do país onde o teste foi realizado, o bairro soteropolitano se destacou por ser o mais feminino (56,3% da população) e o mais idoso, com maior proporção de pessoas com 60 anos ou mais (26%).

Acompanhado a estes movimentos, assistimos a esta mudança de composição familiar e todas as questões contemporâneas envolvidas nas situações de criação e cuidados dos netos pelos avós, principalmente nas camadas mais populares da Bahia. A função dos avós que além da responsabilidade afetiva e moral, perpassa e por vezes na responsabilidade financeira.

Ser avó ou avô por um longo período da vida, além de possibilitar uma maior convivência entre as gerações, provoca mudança no significado do papel desempenhado por eles em relação aos netos (Lopes, Neri; Park, 2005). Logo, ser avó com 50 anos mobiliza energia distinta de uma avó de 80 anos, por exemplo. Os avós têm hoje, muito em função do aumento da longevidade, o privilégio de ver seus netos nascerem, crescerem e tornarem-se pais (Attias-Donfut; Segalen, 2001). É preciso acompanhar as mudanças comportamentais da família contemporânea para perceber que o papel dos avós se transformou e vai desde o aumento da participação na criação dos netos até na influência dos novos hábitos de consumo.

Um estudo realizado pela Play Pesquisa e Conteúdo Inteligente (2021) com 800 respondentes de todas as classes sociais, apontou que, de maneira geral, a figura dos avós está relacionada à afeição, independente da geração. Entretanto, a percepção dos netos sobre os avós do recorte etário maior, entre 70 e 80 anos, é de uma figura mais rígida, por vezes religiosa, que cozinhava mais e com mais presença aos finais de semana. Já os avós entre 60 e 70 anos estão mais inseridos no cotidiano, dividindo os lares em muitos casos, com maior participação nas atividades diárias, incluindo a educação com os netos. Ainda de acordo o estudo, os três principais pontos de influência dos avós na criação dos netos são a religiosidade, a alimentação indulgente e a educação.

Ao contrário do que acontecia décadas atrás, a tendência nos últimos anos é a verificação de mais avós para menos netos. Logo, com o menor número de netos, os avós estariam mais disponíveis para estar e cuidar deles por um período mais prolongado. Conhecido no senso comum como “pais duas vezes” ou “pais com açúcar”, a convivência com os netos pode ser muito satisfatória, pois contribui como suporte emocional e funcional, mas pode existir uma relação conflitante com os seus filhos, caso haja divergência na forma de educar por estes.

Dada a importância desta relação intergeracional, o termo “avosidade” se difunde e é definido como o laço de parentesco entre avós e netos Redler, (1986). A autora, sugere a ampliação da visão biológica que vai além da idade cronológica ao realçar os laços de parentesco que exigem do idoso a reestruturação psíquica ao ocupar um novo status pessoal, familiar e social, o de ser avô (Redler, 1986). Demais autores, a exemplo de Goldfarb e Lopes (2006), trazem a avosidade como uma possibilidade de transmissão das funções parentais para as próximas gerações e que não está associada à idade cronológica ou papel social. Conclui-se,

assim, que ser avós não é uma escolha, mas uma consequência do crescimento da família.

Garantir que a convivência entre avós e netos seja preservada é manter e fortalecer os benefícios da avosidade. Ao colocar uma lupa na instituição familiar, há uma tendência ou direcionamento de buscar uma associação do idoso naquele grupo e esta associação normalmente, associa-se à avosidade. Alguns autores como Goldfarb e Lopes, (2006) expõem suas definições de avosidade como um elemento que não está associado à idade cronológica ou o papel social, mas a possibilidade de transmissão das funções materna e paterna para as próximas gerações. Dessa forma, ser avô ou avó não é uma escolha do indivíduo, mas uma consequência da ampliação familiar de bigeracional para trigeracional.

Tornar-se avô ou avó requer uma necessidade do questionamento dentro da estrutura familiar, seja demarcando os limites entre ser avó e mãe / avô e pai ou na tentativa de evitar que erros sejam repetidos ou de querer compensar alguma falta que tenha ocorrido com seus filhos. O papel dos avós vem sofrendo ressignificações ao longo do tempo, pode-se dizer que atualmente ser avô requer ser um ser disruptivo. Com as mudanças acontecidas na família contemporânea, este papel é mais atuante, mais protagonista do que já foi em outro determinado momento. Ser avô na atualidade é sinônimo de proatividade e não de passividade. É fato que há variáveis que afetam e podem interferir no relacionamento entre avós e netos, como a idade, afinidade, gênero, trabalho, saúde dos avós, mediação dos pais e a condição socioeducacional familiar (Dias, 2002). A partir destas variáveis, diferentes modelos de relacionamento entre avós e netos são formados e firmados.

O que acontece em uma família depende do que foi transmitido entre as gerações, do legado que cada criança recebe, o qual estrutura a sua vida.

Famílias com idosos e de idosos formam estruturas domiciliares marcadas pela convivência entre as gerações e que possibilita que um número grande de crianças tenha a oportunidade de conviver com seus avós. A importância dos netos para os avós é eloquente e negar o acesso dos avós a seus netos pode ser nocivo para ambos (Aratangy; Posternak, 2011, p. 58).

A temática de ser avós, os termos *vovozice* e *avosidade*, aparecem em Goldfarb e Lopes (2006) como “[...] denominação de uma problemática conflitiva humana: um neto representa promessa de vida em relação a certos ideais e morte em relação ao declínio físico e a consciência de finitude” (p.1379). As autoras trazem ainda que “[...] a avosidade não remete a uma idade cronológica, mas a um laço de parentesco localizado nas filiações trigeracionais, do ponto de vista pessoal, familiar e social” (Goldfarb; Lopes, 2006, p. 1379).

De acordo com Attias-Donfut e Segalen (2001, p. 24), a longa duração da fase dos avós

permite o estabelecimento de relações duradouras e o exercício de influências recíprocas. Ela se decompõe em muitos períodos bem distintos. Na compreensão das autoras acima citadas, os avós são um estatuto que resulta de seu nível hierárquico, por isso não há um modelo prescrito de ser avô ou avó, pois a relação é voluntária, negociada por cada um dos protagonistas e evolui a cada vez dentro de um contexto específico.

As autoras explicam ainda que, os avós não eram tão inseridos no contexto familiar dos filhos e dos netos e que esta situação vem sofrendo modificações. Na atualidade, é percebido avós que acompanham o crescimento dos netos, em média, até os vinte anos de idade, conforme analisado por elas. Pode, no entanto, acontecer de os avós que precisavam de cuidados serem explorados por seus familiares, tendo que assumir o papel parental nem sempre por sua vontade (Attias – Donfut; Segalen, 2001).

Um estudo realizado por Roberto e Stroes (1992), identificou quatro estilos de avós levando em consideração o nível pessoal e o nível social. Como resultado, têm-se: o estilo distribuído, que se preocupam com a formação dos netos, mas os mimam e são tolerantes; estilo simbólico, são os que se preocupam com a formação e em fazer o moralmente correto; o estilo individual, eles veem nos netos o caminho para distraí-los da solidão e do isolamento social; por último, o estilo remoto que se caracteriza por dar pouca ênfase em qualquer aspecto da relação.

Dias e Silva (1999), destacam alguns estilos desempenhados por eles como: o historiador, que transmitem o passado às novas gerações sendo o elo de ligação entre eles; o mentor, que são aqueles que instruem e orientam os mais novos; o modelo de papel, significando que, devido às suas experiências e importância são pessoas a serem imitadas; o mágico, que devido ao acúmulo de conhecimentos são capazes de prever o que acontecerá; figuras que dão apoio e nutrem, não só nos momentos de transição do ciclo de vida familiar e de crise, mas também no cotidiano das famílias; também são as figuras que propiciam o primeiro contato com o envelhecimento e a morte.

Oliveira (2011), também apresenta uma classificação atual sobre o estilo dos avós de Gauthier: o encarregado, que são avós que cuidam dos netos, substituindo em vários momentos os pais da criança; o especialista, que são os avós que dispõem de menos tempo e participam de apenas algumas esferas na vida dos netos e se especializam nelas; e os avós passivos que são aqueles que convivem pouco com os netos, que são quase ausentes por residirem em outra cidade, por exemplo ou realmente ausentes, quando a relação com os netos nem existe.

Para Lins de Barros (2003), os avós passaram por mudanças significativas ao longo da vida, não apenas por terem ocupado lugares diferentes na família, mas também porque

modificaram suas formas de pensar e agir, acompanhando as transformações sociais e compreendendo e vivenciando estas alterações nas próprias relações familiares.

Considerando a crescente importância da avosidade e do aumento das funções que cabem aos ‘novos avós’, eles tomam para si tarefas de cuidado com os netos motivados pelo sentimento de compromisso com sua descendência (Oliveira, 2011) e mesmo que as atividades diárias sejam afetadas, o senso de responsabilidade pelos netos é maior. Presencia-se com os novos arranjos familiares, novos papéis e funções para pais, mães, filhos e avós, dentro desta nova dinâmica familiar. No entanto, cabe salientar o destaque do papel da avó na contemporaneidade, que vai além o de reviver o momento da maternidade. Para Attias-Donfut e Segalen (2001), há uma forte solidariedade feminina intergeracional para favorecer a promoção profissional e ascensão social.

Esta solidariedade entre mulheres de diferentes gerações da mesma família também foi observada por Lins de Barros (2005), que identificou a adesão das avós aos projetos de vida das filhas em camadas médias da população brasileira. As idosas entendiam o trabalho das filhas como uma atividade que contribui para o orçamento doméstico e até como um projeto de vida. Nessas situações, as avós assumem a posição de mãe, tomando para si a responsabilidade com os cuidados com as crianças.

Um estudo de Dias e Silva (2003), realizado com cem estudantes universitários sobre a percepção dos jovens a respeito de seus avós, sobressaiu a preferência pela avó materna, devido ao maior tempo de convivência. Tal aspecto enfatiza a avó como mais ativa e participativa na vida dos netos, demonstrando-as comprometidas com a saúde e o bem-estar emocional dos mesmos (Goldfarb; Lopes, 2013), além de reforçar o papel tradicionalmente voltado para a mulher como cuidadora.

Billé (2002), questiona a representação dos avós na família contemporânea. A autora atribui que a pauta sobre os avós a ser discutida é a atribuição que estes vêm desenvolvendo nas últimas décadas e não o que a sua função representa para os netos. Uma pesquisa realizada por Coutrim *et al.*, (2006) na cidade de Mariana, em Minas Gerais, com o objetivo de entender a relação intergeracional entre avós e netos nas camadas mais populares, apontou que a maioria das crianças entrevistadas possuía pais separados, com algumas delas vivendo somente com os avós, enquanto outras moravam com os avós e com suas mães. A família extensa também aparece no estudo, pois algumas crianças moravam também com tios, primos e irmãos. A pesquisa revelou que na maioria dos casos, os avós eram tidos como pessoas importantes na vida das crianças e que quando os pais estão ausentes, os avós acabam substituindo-os. No caso do papel de mãe, a avó a substituíria e na figura do pai, era repostado pelos avôs e tios solteiros.

Os avós são mais rigorosos quando os deveres escolares não são feitos e as notas são baixas e o comportamento dos mais velhos varia entre correção por meio do discurso, da privação (castigos como ficar sem ver TV, sem jogar videogame, sem ir brincar) e da correção física. (Coutrim et.al., 2006, p. 6).

Os avós desempenham um papel importante na vida de seus netos, oferecendo amor e sabedoria acumulada ao longo dos anos. Eles podem contar histórias sobre o passado, compartilhar suas tradições e ensinar novas habilidades. Além disso, os avós, na maioria das vezes, tendem a ser mais indulgentes do que os pais, o que permite que os netos se sintam especiais e amados.

Os netos, por sua vez, trazem o frescor, a alegria e energia da geração para a vida dos avós. Esta condição permite que eles se mantenham mais ativos, inseridos e atualizados com as tendências e tecnologia. Logo, esta relação única e especial permite a criação de memórias duradouras e o fortalecimento do vínculo familiar. Isso permite que os avós mantenham e preservem a cultura na família, o que salienta a importância das relações intergeracionais (Lins de Barros, 2003).

De acordo Cardoso (2011), um dos principais pontos, dentro de um olhar de criticidade, das famílias multigeracionais é a possibilidade de os avós desempenharem este papel ativo na criação dos netos. Conforme já mencionado, este papel ativo pode incluir cuidar dos netos quando os pais estão ausentes, oferecer orientação e conselhos e compartilhar histórias e tradições familiares. Além disso, os avós também podem ser uma fonte de apoio emocional para os pais, especialmente durante os primeiros anos de criação dos filhos. Cabe aqui pontuar, a possibilidade e a recorrência dos membros mais velhos ajudarem financeiramente os mais novos, com avós pagando despesas da educação dos netos, por exemplo. Contudo, importante avaliar a sensação de comunidade e apoio dentro das famílias multigeracionais, com membros se ajudando mutuamente em momentos difíceis e compartilhando momentos felizes juntos.

O processo de formação do indivíduo na cultura por meio da mídia enaltece os significados das relações na família de acordo com o contexto social, histórico e cultural apresentado. Os veículos de comunicação propagam modelos de conduta e valores que são reafirmados pelo contexto social, o que foi constatado por Brito (2005) numa análise sobre os programas infantis durante cinco décadas. De acordo com a autora, as subjetividades integram diferentes aspectos da cultura, sendo influenciadas pelas múltiplas práticas presente no contexto social, político, educacional e midiático.

Nos programas televisivos destinados ao público infantil também é possível observar o

imaginário a respeito do papel dos avós nas relações com os netos. Na televisão brasileira, alguns programas destacaram essa temática, a exemplo do *Sítio do Pica Pau Amarelo*, que tem “Dona Benta”, a mais feliz das avós, que prepara os quitutes prediletos dos netos; ou da *Turma do Cocoricó*, no qual o casal de avós é participativo, simpático e toma conta do neto como se fossem pais do menino. Mais recentemente, voltado para o público mais adulto, a novela *Vai na Fé*, exibida na Rede Globo, mostra Dona Marlene, personagem vivida por Elisa Lucinda mora com a filha e suas duas netas, é responsável por ficar com as crianças enquanto a mãe sai para vender quitinhas e ainda ajuda no preparo das marmitas. É um retrato mais atual da avó participativa, que é força de trabalho e divisão da criação e atividades do lar.

Conforme já citado anteriormente, nas camadas mais populares da sociedade a avó sempre foi sinônimo de suporte e se fez presente. Seja no apoio à mãe, chefe de família, responsável pela manutenção da casa e criação dos filhos e a afirmação deste padrão cultural da família pobre, que configura uma rede de obrigações morais que envolvem seus membros (Sarti, 2003); seja pelo apoio financeiro, com cerca de 15 milhões de idosos chefiando famílias no Brasil e destes 6,5 milhões de idosos coabitam com seus filhos adultos, e em 2,2 milhões destas moravam também os netos (IPEA, 2012).

Estes comportamentos tão atuais e comuns, principalmente das avós ao auxílio materno já deixaram de ser visto como um apoio e na contemporaneidade são exercidos como principais. A necessidade de uma rede de apoio, fundamentalmente familiar, está sendo vivenciada pela população do agora. Esta necessidade de estar disponível profissionalmente, exigência por rendimento, impulsiona o discurso de que todos podem ser substituídos, colocando a vida humana no patamar da fluidez e do descarte material, inerentes da sociedade pós-moderna (Bauman, 2004).

Num estudo realizado por Cardoso e Brito (2014) com grupos de avós que cuidaram de seus netos, constatou-se que algumas avós planejavam continuar a cuidar dos seus netos ou bisnetos, reforçando o desejando de continuar exercendo o papel. Entendeu-se a partir desta investigação com os relatos das avós, que o ato do cuidado se somava ao sentimento de utilidade e preenchimento do vazio.

Ainda neste estudo (Cardoso; Brito, 2014), os sentimentos das avós ao realizarem tarefas referente aos cuidados com os netos foram amor incondicional, alegria, gratificação, prazer e obrigação. Os netos, para algumas avós pesquisadas, aparecem como companheiros nas atividades cotidianas, o que afasta o sentimento de solidão. Nesta pesquisa, uma bisavó de 84 anos explicou à neta que não poderia cuidar dos bisnetos todos os dias da semana, pois não iria renunciar às atividades pessoais como aulas de dança, viagens e hidroginástica, mesmo

sabendo que a vontade da neta era de que os filhos fossem cuidados exclusivamente pela bisavó, visto que a participante teve a mesma atribuição com a neta.

É percebido, no campo social e familiar, as transformações do papel dos avós, destaca-se aqui o papel das avós nas últimas décadas, exercendo sua função *voterna*¹³ (Pires, 2015). Segundo Pires, a ideia desta função é ter uma relação descompromissada e despretenhosa, onde há a presença do afeto, do querer e fazer feliz com responsabilidades que divergem da maternidade ou paternidade. A autora traz ainda algumas classificações de avós, como os pronto socorro, os avós pais substitutos, mas a simbologia da casa dos avós, como um lugar precioso, de aconchego e abrigo ganha destaque. Outro ponto a salutar, dentro da referência da função, é que as avós ao ocupar o lugar de mãe ou pai estão abdicando do seu lugar de avós.

É importante salientar que estes avós contemporâneos estão longe de serem ou estarem no cenário apenas da dependência ou dos sempre requerem cuidados. Esta parcela da população possui um consumo ativo e chega a movimentar R\$ 1,6 trilhões no ano, de acordo projeção da Fleishman Hillard (2021). Esta economia prateada, nome comercial dado em associação aos cabelos grisalhos, representa a terceira maior atividade econômica do mundo. Ainda que representem um mercado trilionário, e este recorte populacional estar caminhando para formar quase metade da população brasileira, as marcas e as empresas não priorizam os consumidores idosos e os esforços para uma melhor experiência do usuário é focada na Geração Z ou no Millenials.

¹³ Termo utilizado pela psicanalista e autora Sofia Pires na obra Ser avô, ser avó: um doce desafio.

3. A SEPTUAGENÁRIA TELEVISÃO BRASILEIRA

A televisão brasileira foi inaugurada oficialmente no dia 18 de setembro de 1950, em estúdios instalados em São Paulo, graças ao pioneirismo do jornalista Assis Chateaubriand. Na época, Chateaubriand que já era dono de muitos veículos de comunicação, incluindo emissoras de rádio e jornais, inaugura a então TV Tupi-Difusora. Nesta época, pouca gente sabia do que se tratava aquele aparelho que transmitia som e imagem. Uma novidade cara e pouco acessível às pessoas.

O que começou como um produto que somente ricos poderiam adquirir, em preto e branco e sem controle remoto, é hoje acessível, colorida, de vários tamanhos e comandos e mesmo com o crescimento de outras mídias ela continua soberana nos lares brasileiros.

3.1 A TV e sua história

A televisão surgiu no Brasil quando o rádio era considerado o veículo de comunicação mais popular do país, o veículo de grande alcance. Ao contrário da televisão norte-americana, que se desenvolveu apoiando-se na forte indústria cinematográfica, a brasileira teve de se submeter à influência do rádio, utilizando inicialmente sua estrutura, modelo de programação, bem como seus técnicos e artistas (Mattos, 1990).

Na época da inauguração da primeira emissora brasileira, ainda não existiam televisores disponíveis e por isso, Chateaubriand espalhou alguns em pontos estratégicos da cidade de São Paulo (Barbosa, 2010). De acordo com Sodré (1971), foi durante esta fase que se pode encontrar o surgimento de grandes projetos industriais, da política demagógica e da classe média urbana formada por membros da aristocracia decadente.

Desde o seu início, a televisão brasileira tem características que são percebidas até hoje como o funcionamento sediado na sua maioria em áreas urbanas, funcionam sob o controle direto e indireto da legislação oficial existente para o setor e com o modelo de radiodifusão de sistema misto, onde tradicionalmente o modelo privado é maioria e o Estado ocupa os espaços deixados pela livre iniciativa, com a operação de canais destinados a programas educativos ou voltados ao setor público. O processo de concessão da televisão foi inicialmente efetivado a partir do favoritismo político.

A proliferação das estações, entretanto, começou antes do Golpe Militar de 1964, durante o governo de Juscelino Kubitschek e prolongou-se até o governo da Nova República, de José Sarney. O capítulo da Comunicação Social da Constituição traz regras à concessão de

canais de rádio e televisão. A partir da sua promulgação, o ato de outorga ou renovação da concessão de uma emissora depende da aprovação do Congresso Nacional e não apenas da decisão pessoal do Presidente da República em exercício (Mattos, 1990).

Renato Ortiz (1988, p. 128), em seus estudos sobre a cultura brasileira, ressalta a importância da televisão. Ele destaca que, no ano de 1950 existia uma sociedade de consumo incipiente, com uma produção restrita e atingindo um número reduzido de pessoas. E que foi nas décadas subsequentes, de 1960 e 1970, que ocorre a consolidação de um mercado de bens culturais.

A televisão brasileira desde o começo se caracterizou como um veículo publicitário e mesmo sem atingir a grande massa logo no seu início garantia grandes patrocinadores como a Antártica e a Sul América, por exemplo. Por esta característica, durante os primeiros anos, os programas televisivos eram identificados pelo nome dos patrocinadores, como o Repórter Esso, Telejornal Pirelli e Reportagem Ducal.

Mattos (1990), estabelece algumas fases da televisão brasileira, levando em conta o seu desenvolvimento dentro do cenário socioeconômico e cultural. A primeira fase é a elitista e é assim denominada por causa do alto custo necessário para se adquirir um aparelho receptor e acompanhar a programação. Neste período, o novo eletrônico era restrito às elites e não era todo mundo que tinha condições de possuir um televisor em casa.

Apesar de todas as deficiências e improvisações, a televisão foi saudada pela imprensa escrita como sendo “o novo e poderoso instrumento com que se conta na terra”. Nos dois primeiros anos de sua implantação, a televisão não passou de um brinquedo de luxo das elites do país. Isto se justifica pelo fato de, nos primeiros anos, um televisor custar três vezes mais do que a mais sofisticada radiola do mercado e um pouco menos que um carro (Mattos, 1990, p. 9).

O crescimento da produção e fabricação, com o passar do tempo, foi deixando o preço dos aparelhos televisivos mais acessíveis e com as emissoras sendo instaladas em outros estados, deixando de se concentrar em São Paulo e Rio de Janeiro, permitiu que o desenvolvimento industrial contribuísse para o alcance da televisão no país. No início da década de 60 existiam quinze emissoras de televisão operando nas mais importantes cidades do país (Mattos, 2010).

Ainda no início dos anos 1960, a televisão teve um grande impulso com a chegada do videoteipe. Foi este uso do VT na televisão brasileira que possibilitou não somente as novelas diárias como também a implantação de uma estratégia de programação horizontal, que é a veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana. Este movimento possibilitou a

criação do hábito de assistir televisão diariamente.

A segunda fase definida por Mattos (1990) é a populista e corresponde ao período em que a televisão deixa de lado o clima de improvisação e se torna cada vez mais profissional. É factível lembrar que o golpe de 1964 afetou os meios de comunicação de massa diretamente pois durante os anos de regime militar o financiamento dos “*mass media*” foi um poderoso veículo de controle estatal. O controle do governo aos meios de comunicação de massa durante toda esta segunda fase se fez presente pois tanto as estações de rádio como as de televisão operam em canais concedidos pela administração federal, os quais podem ser cassados (Mattos, 1990).

Durante a segunda fase, no final da década de 1960, com a inauguração da Estação Rastreadora de Itaboraí, o país pode assistir, pela televisão, à descida do homem na lua. Já no início da década de 70, a Festa da Uva, em Caxias do Sul, foi palco da primeira transmissão oficial a cores na televisão brasileira (Mattos, 1990). Esta tecnologia a cores cria uma nova forma de ver o próprio Brasil, muitas vezes desconhecido por parte da população.

É nos anos de 1970 que a TV assume o papel de mídia de integração nacional, a partir da ampliação das torres de transmissão e o surgimento das emissoras afiliadas às grandes redes nacionais, produzindo conteúdo local e retransmitindo a programação nacional (Bazi, 2016). Portanto, as novas tecnologias apresentavam novas possibilidades para a expansão dos sinais das emissoras e novas formações de redes.

Para Mattos (1990), esta terceira fase é a fase do desenvolvimento tecnológico, pois contribuiu para o fortalecimento da televisão enquanto veículo de comunicação de massa, responsável pela criação de um sistema nacional integrado. No governo do presidente Emílio Garrastazu Médici, inúmeras pressões foram exercidas sobre as emissoras de televisão, mediante punições com multas e até suspensão de alguns programas como medida corretiva, com o objetivo de diminuir, o que oficialmente era chamado de “linha de agressão à sensibilidade e grosseria”. A televisão tinha que exibir programas de alta sofisticação técnica, gerados em cores e que atendiam plenamente ao tipo de televisão que o governo queria (Mattos, 1990).

Vale pontuar que este controle era exercido também no conteúdo dos telejornais, com o objetivo de aliviar o quadro real da situação vivida no país. Mattos (1990, p. 56) cita em sua obra a seguinte declaração do presidente Médici: “Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranquilizante após um dia de trabalho”.

A terceira fase é também caracterizada pela padronização da programação televisiva em todo o país e pela solidificação do conceito de rede de televisão no Brasil. Foram outorgadas 83 concessões de canais de televisão, sendo 47 autorizações no governo Geisel e 36 no de Figueiredo. Esta fase caracteriza-se também pela suspensão da censura prévia aos noticiários e à programação da televisão, o que conduz ao término do período em que os meios de comunicação de massa operavam sob a rigidez do Ato Institucional nº 5 (Mattos, 1990).

“A história da televisão no Brasil está associada à história da integração nacional” (Mattelart, 1989, p. 36). Segundo o autor, a televisão assume um papel unificados da sociedade brasileira. Com o desenvolvimento das redes de comunicação por meio de satélites, mais espaços geográficos foram sendo atingidos, fazendo com que o Brasil todo assistisse à mesma programação nos primeiros anos da televisão brasileira.

O crescimento da televisão brasileira nesta fase pode ser medido através do número de residências equipadas com receptores de tv. O censo de 1980 constatou que 55% de 26,4 milhões de residências já estavam equipadas com os aparelhos de TV. Logo, o crescimento do número de residências com televisores entre 1960 e 1980 foi de 1.272%. Em 1989, sendo dados da ABINEE, existiam cerca de 20 milhões de televisores no país (Mattos, 1982).

Ao final desta terceira fase, há a existência de quatro redes comerciais operando em escala nacional: Bandeirantes, Globo, Manchete e SBT; duas redes regionais: Record e Brasil Sul; e uma rede estatal, a Educativa. A quarta fase é definida por Mattos (1990) como a de Transição e da Expansão Internacional. Neste período, observa-se uma maior competitividade entre as grandes redes, um contínuo avanço em direção ao mercado internacional, com a Rede Globo planejando, desde 1985, sua expansão sistemática no exterior.

Em agosto de 1990, o Governo Collor, presidente na época, modificou o decreto nº 52.795, de 1963, permitindo que as emissoras pudessem transmitir programas em idiomas estrangeiros. Dentro da perspectiva tecnológica, na trajetória da televisão brasileira outro marco importante aconteceu nos anos 2000, com a definição e implantação do sistema de produção e transmissão digital que começou a modificar a vida das pessoas (Mattos, 2010). Aqui, têm-se a convergência entre a televisão e a internet, que anos depois daria continuidade a uma nova fase em que a televisão ganharia mais espaço para portabilidade, mobilidade e interatividade.

Deste então, a televisão digital aberta vem convergindo com outras áreas digitais. O sinal digital poder ser recebido e editado num terminal de computador ou em um notebook, em minitelevisores móveis, instalados em aviões, automóveis e ônibus ou em aparelhos de telefone celular. O avanço da convergência entre as mídias com TV e telefonia determinará ajustes em todos os setores inclusive no da legislação (Mattos, 2010, p. 50).

As discussões sobre o sistema de transmissão digital e a convergência entre as mídias apontam uma reestruturação do mercado televisivo como um todo (Castro, 2009). A forma de assistir televisão também passa por mudanças, tendo em vista as novas possibilidades de conteúdo e da tecnologia.

Importante registrar que a televisão passa por constantes processos de desenvolvimento com o objetivo de melhorar a qualidade da transmissão e da exibição. A TV Digital é um exemplo e o que difere da analógica é a sua qualidade de imagem, som e interatividade. Por ser transmitida via satélite, as ondas que o televisor recebe dificilmente sofrem interferências, ou seja, sem os chuvisco e “fantasmas”.

A TV Digital brasileira entra na pauta social como uma oferta diferenciada de transmissão e de produção de conteúdos audiovisuais para os canais abertos e, em pouco tempo, se tornará realidade em todo o país. Isso porque exige transformações profundas tanto na área tecnológica quanto na produção de conteúdo digitais interativos que incluam a população da nova cultura digital (Castro, 2009, p. 58).

Apesar das transformações e evoluções, e do prenuncio sobre um possível fim da televisão, é percebido um outro caminho. Dados do PNAD (2022) apontaram que de 2019 para 2021, o número de lares com TV no Brasil subiu de 68,4 milhões para 69,6 milhões e 91% desses aparelhos recebem os sinais de TV Digital aberta. Ainda segundo a pesquisa, 96,2% das moradias urbanas e 90,8% das rurais tem televisor no país.

Um período da história que impactou significativamente na indústria da televisão brasileira foi a pandemia da Covid-19. As medidas de distanciamento social e as restrições impostas para conter a propagação do vírus alteraram a forma como os programas de televisão foram produzidos e transmitidos. Durante os períodos mais intensos da pandemia, as produções dos programas de televisão foram suspensas ou limitadas. As gravações de novelas e programas de auditório, por exemplo, foram levadas à exibição de reprises. Algumas emissoras utilizaram a tecnologia e adotaram estratégias para contornar essas limitações, como a produção de programas remotamente, com a participação dos talentos remotamente, por videoconferência ou utilizaram recursos de realidade virtual ou aumentada para interações virtuais.

Durante o período de isolamento, foi percebido uma mudança na forma de consumir televisão. Houve um aumento na audiência de canais abertos e serviços de streaming, como Netflix, Amazon Prime Vídeo e Disney +, por exemplo. Um estudo elaborado pela Conviva (2020), plataforma de monitoramento de streaming, a audiência desses serviços cresceu 20% no início da pandemia.

Um estudo recente (PNAD, 2022) revelou que quase metade dos lares brasileiros já assiste suas séries e programas favoritos numa tela de Smart TV. Ainda de acordo com a

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, 44% dos domicílios do país estão usando televisores para se conectar à internet e assistir streaming, superando os computadores que caíram de 45,2% para 42,2%.

Ainda que no começo da televisão a parte e o lugar do cinema e do rádio estivessem no centro de boa parte das discussões e dos conflitos, a questão de saber quem triunfará nessa “convergência” é ainda bastante atual. O computador matará a TV? Ou, ao contrário, será que amanhã o televisor se apropriará de todos os usos do computador? (Jost, 2011, p. 94).

A televisão tradicional, exibida em sinal aberto compreende o que ocorre nas grandes redes comerciais, estatais, intermediários, até nas pequenas emissoras locais de baixo alcance que o público tenha acesso, sem pagar para consumir seu conteúdo. Para falar de televisão, é preciso definir o corpus, ou seja, o conjunto de experiências que definem o que chamamos de televisão (Machado, 2000).

Muitas pessoas dizem que a televisão é essencialmente uma combinação e o resultado do desenvolvimento de formas anteriores: o jornal, a reunião pública, a sala de aula, o teatro, o cinema, o estádio esportivo, os anúncios publicitários e os outdoors (Williams, 2016, p. 55).

Com esta perspectiva, pode-se considerar a televisão como parte integrante da sociedade que vai sendo moldada de acordo com as mudanças presenciadas nela mesma. O papel exercido pela televisão nos lares brasileiros, principalmente para as pessoas mais pobres e menos instruídas, gente que não sabe ler nem escrever, mas sabe ligar um aparelho de TV, tem essa poderosa máquina como um personagem importante da casa e da família (Lima, 2007).

Para Rezende (2000), esse fascínio dos brasileiros pela televisão não se dá apenas pela mistura de imagem e som, mas por vários outros fatores como a má distribuição de renda, a concentração da propriedade de emissoras, o baixo nível educacional, a imposição de uma homogeneidade cultural e até mesmo a alta qualidade da dramaturgia.

Destarte, ao analisarmos a rica e influente história da televisão no Brasil e o seu papel importante na cultura e sociedade, pode-se destacar alguns marcos e características peculiares deste veículo em nosso país. O primeiro, como já dito anteriormente, foi o seu início em 18 de setembro de 1950 com a sua primeira transmissão pela TV Tupi; segundo veio nos anos seguintes com sua expansão e crescimento na década de 1960, com a fundação das redes como a TV Record, a TV Excelsior e a TV Globo; as telenovelas brasileiras são um marco, por conta da sua grande popularidade e por ser um dos principais produtos de exportação da indústria audiovisual brasileira; os programas de auditório e humorísticos também tiveram um papel significativo, pois temos Silvio Santos, Chacrinha, Jô Soares e muitos outros que marcaram

época com seus programas; a cobertura de eventos esportivos como Copa do Mundo de Futebol e Jogos Olímpicos se tornaram tradição nas emissoras; a evolução da tecnologia, como já visto, foi um passo muito importante da transição do sinal analógico para o sinal digital; e o crescimento da concorrência com a internet e o *streaming* que tem impactado os hábitos de consumo do público. Logo, a idosa televisão brasileira tem uma história marcante, com uma programação diversificada que reflete a cultura e os interesses da sociedade.

3.2 A televisão 3.0

A sociedade é dinâmica e se modifica com o passar do tempo e, conseqüentemente, as suas necessidades também vão se transformando. Com a televisão acontece a mesma coisa. A tecnologia e os conteúdos precisam estar atualizados e acompanhando a evolução de quem a consome. Analisando a evolução da televisão aberta, temos a TV 1.0. a TV analógica de 1950, em preto e branco e com som monofônico. Em seguida, com algumas melhorias compatíveis com versões anteriores, como a cor e som estéreo, tivemos a TV 1.5 na década de 1970. Depois de longas décadas, a partir de 2007, a primeira geração de televisão Digital Terrestre, ou a TV 2.0, foi introduzida no Brasil, trazendo vídeo de alta definição, som surround, recepção móvel e interatividade (FÓRUM SBTVD, 2023).

Desde então, o cenário tecnológico mudou muito e baseado nos investimentos necessários tanto para as emissoras quanto para os consumidores e na expectativa de vida útil dos transmissores e receptores de TV, foi considerado necessário o aumento a vida útil do sistema de Televisão Digital Terrestre existente, também conhecimento como a TV 2.5, e iniciar o desenvolvimento da primeira geração, a TV 3.0, ainda em andamento (FÓRUM SBTVD, 2023).

Dentro desta perspectiva, em abril de 2023, o atual presidente da República, Luis Inácio Lula da Silva, publicou o decreto nº 11.484, de 06 de abril de 2023 com as diretrizes que marcam a evolução do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T) para a TV 3.0. A determinação propões que seja criado um grupo de trabalho que será responsável pelos estudos, com o objetivo de apoiar a implementação e uso de tecnologias pelas emissoras. A expressão TV 3.0 não se refere a uma fase específica da televisão brasileira, mas sim um conceito mais amplo que engloba as mudanças tecnológicas e de consumo que ocorreram na era digital. Este termo é usado para descrever a evolução da televisão tradicional para um modelo mais interativo, personalizado e conectado à internet. Conforme já sinalizado, a forma como as pessoas assistem televisão tem mudado e isso pode ser incentivado pela crescente

popularidade da banda larga e o avanço das tecnologias digitais.

Por isso, o decreto, dentre algumas sinalizações, diz que o novo sistema deve garantir qualidade audiovisual superior à da primeira geração do SBTVD-T; a recepção deve ser fixa, com antena externa e interna e móvel; deve ter integração entre conteúdo transmitido pelo serviço de radiodifusão e pela internet; deve haver segmentação de conteúdo de acordo com a localização geográfica dos telespectadores; e a personalização de conteúdo deve estar de acordo com as preferências dos telespectadores.

Logo, a TV 3.0 incorpora recursos interativos, como acesso a conteúdo adicional relacionados a programas de TV, integração em redes sociais e a possibilidade de interagir com outros espectadores por meio de aplicativos e plataformas online. Outro aspecto citado no decreto e importante para este momento da televisão é a personalização do conteúdo. Com base em algoritmos e preferência do usuário, as emissoras abertas e serviços de streaming oferecem recomendações personalizadas, adaptando-se aos interesses individuais de cada telespectador.

O conceito de TV 3.0 refere-se à transformação da televisão tradicional em um ambiente mais interativo, personalizado e conectado à internet, proporcionando aos telespectadores maior flexibilidade e controle sobre o conteúdo que desejam consumir. Para Romildo Fausto, diretor de Tecnologia da Rede Bahia, em resposta a pesquisadora (vide anexo), a TV 3.0 é a segunda geração do padrão de TV digital brasileiro e pode ser chamada de “TV do futuro” ou “NEXTGEN TV”, abreviação de Next Generation TV.

É um sistema que ainda está em estudo no Brasil, que vem para combinar os serviços atuais de radiodifusão e os serviços de vídeo on demand. Ainda de acordo com o diretor, essa tecnologia trará benefícios como: a melhoria da qualidade da imagem em 4 ou até 8 vezes das imagens atuais; a melhoria do áudio que proporcionará um som mais próximo do real, que faz parecer que o telespectador se encontra na cena que está sendo mostrada; possibilidade de inserção de conteúdo ou publicidade de forma segmentada de acordo com região e perfil do telespectador; e a integração da TV com a internet, focada na experiência do usuário, sem fricção para o espectador, com maior interatividade entre o telespectador e o conteúdo.

3.3 Terceira idade: consumo da televisão pelos idosos

Historicamente, a atenção dos cientistas sociais tem privilegiado o estudo dos padrões do uso da TV e de seus efeitos sobre a conduta de crianças e jovens (Oskamp, 1989). Porém, o consumo de TV entre os idosos é uma realidade significativa, principalmente se considerarmos a sua relação duradoura com o meio que é fonte de entretenimento, informação e companhia.

Como já sinalizado, há evidências de que, com o avanço da idade, acentua-se a tendência a preferir a TV a materiais impressos (Goodman, 1992). O telespectador com idade a partir dos 60 anos é o que mais consome TV linear ¹⁴, com cerca de 33%, seguido pelas faixas etárias 35 a 49 anos (24%), 50 a 59 anos (18%) e 25 a 34 anos (10%). Mesmo com o avanço dos serviços de *streaming*, o que predomina no consumo do público sexagenário é a confiança na TV (62%) para se manterem informados (Kantar, 2022). Logo, para este segmento da população que mais assiste diariamente à TV, o consumo de mídia desempenha um papel central na manutenção do bem-estar psicológico e emocional nesse período da vida (Riggs, 1998).

A TV conta com a característica singular de ser a única atividade de lazer que interessa regularmente à maioria da população adulta (Weimann, Brosius; Wober, 1992). O uso da mídia e o lazer chegaram a ser quase indistinguíveis na vida diária das pessoas idosas (Critchler, 1992).

É importante sinalizar que a televisão desempenha um papel significativo na vida da terceira idade, oferecendo entretenimento, companhia e acesso a informações para esse grupo etário. Ao analisar alguns aspectos relevantes do uso da TV para a população idosa, destaca-se a companhia e o entretenimento, uma vez que a TV pode ser uma companhia valiosa para muitos idosos, em especial aos que vivem sozinhos ou com alguma limitação de mobilidade, levando conteúdo através da variedade de programas oferecidos como novelas, filmes, programas de auditório para distrair e divertir. A informação e atualidades também são dois pontos importantes, pois a TV oferece notícias atualizadas sobre questões sociais, políticas, econômicas e de saúde, que são relevantes para este público.

O resgate de memórias é também um aspecto relevante ao uso da TV, pois através dos conteúdos oferecidos, pode acontecer o resgate às memórias afetivas e culturais, especialmente quando são veiculados programas ou conteúdos que fazem parte da história de vida, levando a evocar momentos nostálgicos, criando uma conexão com o passado. A televisão para este público é um meio relativamente acessível até para os que têm menos familiaridade com tecnologias digitais, uma vez que seu dispositivo é de fácil operação, o que torna a experiência de assistir à TV mais simples e intuitiva.

Donohem, Palmgreen e Raybun (1987, p. 255) citam que “embora diferenças no uso da mídia tenham sido demonstradas sob um certo número de paradigmas, não se compreende bem por que as pessoas variam nos usos e padrões de consumo”. Parte da dificuldade reside exatamente na complexidade de estudar o fenômeno. Para Comstock (1989), a conduta de uso

¹⁴ A TV Linear se refere ao sistema clássico quando um espectador assiste a um programa de TV quando ele é transmitido em seu canal original, com programação fixa, com horários e atrações pré-definidas.

da mídia tem sido entendida como uma complexa experiência social moldada no percurso de um longo processo de socialização.

Já Roscoe, Marshall e Gleeson, (1995) atribui algumas variáveis que podem influenciar o consumo da TV, como a biológica (saúde física, mobilidade e independência), psicológica (senso de controle, estados motivacionais, níveis de interação social), socioeconômica (educação, mobilidade geográfica, tamanho do lar, renda, contato com diversas mídias), cultural (controles sociais que impõem papéis e comportamentos a grupo de idade), de coorte (ciclos ocupacionais e familiares) ou ambiental (temperatura, momento do dia, número de aparelhos disponíveis, acesso a atividades alternativas e hábitos familiares).

A televisão é um elemento importante da vida cotidiana [...], é um fluxo que tem presença determinante; ver televisão contribui para o modo como os indivíduos estruturam e organizam seu dia, com respeito às suas atividades cotidianas e ao tempo, à hora de dormir ou trabalhar. Atualmente, representa uma tecnologia insubstituível, podendo faltar algum eletrodoméstico, mas a televisão é indispensável (Hartley, 1992, p. 11).

Em virtude do seu caráter multifacetado (industrial, social, cultural e estético), a televisão é moldada tanto por fatores internos como por influências externas, abarcando muitos atores e instituições sociais na criação, na realização, na programação, na divulgação, na regulamentação, na crítica, no debate e no consumo de seu serviço e de seus produtos. Pode-se observar que existem *habitus* que tem mais permanência e outros que vão se estruturando ao longo da vida e nas mudanças da vida. Bourdieu (1997) traz que os espaços sociais são relacionais e os *habitus* implicam escolhas nos mais diferentes domínios da prática como na cozinha, no esporte, na música, conforme os seus capitais sociais culturais, econômicos, profissionais e políticos. A televisão atua como um validador do acesso à existência social e política. Em outras palavras, “caminha-se cada vez mais rumo a universos em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão” (Bourdieu, 1997, p. 29).

Desde a sua criação, a televisão faz parte do cotidiano e da vida das pessoas, principalmente para o público mais velho que cresceu em uma idade pré-digital, em frente à TV. Embora esta mídia fosse inicialmente percebida pela audiência como uma forma de interação pessoa a pessoa, rapidamente o tempo gasto com a TV como indicador da sua influência foi logo percebido.

Lewis (1949) realizou um dos primeiros estudos dirigidos a estabelecer as preferências de programas nos adolescentes e é similar à maioria dos realizados na década de 1950 (Wartella; Reeves, 1985). Nessa época, o objetivo era saber como os formadores de opinião avaliavam o

interesse público sobre o efeito da TV. Debatia-se o impacto derivado da quantidade de tempo dedicado ao meio, o impacto do uso da TV sobre outras atividades, as preferências de crianças e adolescentes por certos programas entre outros (Witty, 1954).

Um ponto de atenção ligado ao aumento no tempo de uso da TV é o aumento da experiência vicária, isto é, da aprendizagem com base na observação de outros, pois ao observar alguém que a pessoa julga como semelhante executando determinada ação, pode fazer com que este se sinta capaz de fazer o mesmo. E esta percepção que as pessoas têm de si mesmas e da realidade social é cada vez mais influenciada por experiências vicárias via TV. O aumento da experiência vicária tem sido qualificado como uma das características mais notórias da sociedade contemporânea e, talvez, um dos efeitos mais marcantes da TV (Comstock, 1989).

Num processo eminentemente imitativo, pessoas de todas as idades podem aprender observando a conduta de outros. É ilimitada a variedade de habilidades, opiniões, costumes, modas, atitudes e costumes que podem ser aprendidos pela TV. Pessoas de qualquer idade usam a TV como fonte de aprendizagem, o que não significa que o hábito é de assistir apenas a programas estritamente informativos ou educativos. As pessoas também aprendem vendo programas dos mais variados tipos, como novelas, filmes ou programas de entretenimento.

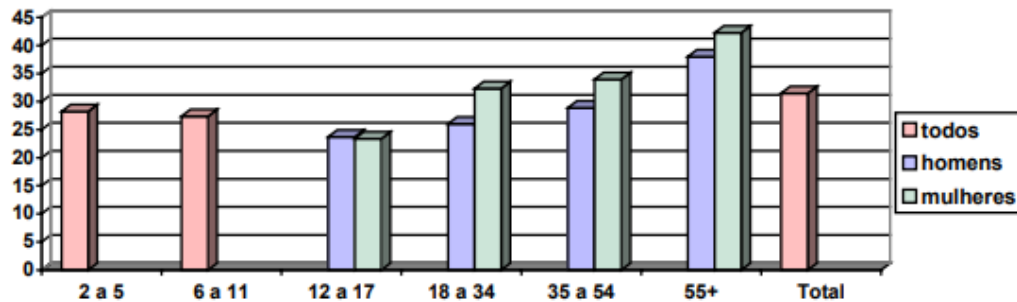
Comstock *et al.*, (1978), esclareceram que embora a aquisição de comportamento pela TV pudesse declinar com a idade, visto que a quantidade de novos comportamentos na tela diminui com o passar do tempo, a frequência com que os adultos se comportam na vida diária da forma como viram na TV, indica que a aquisição de comportamento continua a existir na velhice. Para estes autores, já que os idosos adquirem boa parte de suas informações pela TV, esta deve ter grande influência em suas normas, seus valores e conhecimentos.

Segundo Rogge (apud Seiter *et al.*, 1991), a forma como as pessoas usam a mídia é adquirida durante o curso de uma biografia individual e é resultado de uma longa socialização na família. Para o autor, cada pessoa experimenta a conduta de ver TV de forma diferente, dependendo não apenas do programa a qual se assiste, mas também da idade e da experiência de vida do telespectador.

Uma das coisas mais importantes para aprender com o estudo de audiência da TV é que diferentes fatias da audiência total e diferentes categorias de pessoas (homens, mulheres, crianças etc.) veem diferentes gêneros de programação em diferentes momentos e, assim, são expostos a diferentes informações tanto em termos de programas como de comerciais. Em suma, um fato essencial sobre a audiência da TV [...] é que uma grande maioria de pessoas é seletiva em seu uso e nas características do ambiente da TV ao qual se expõem (Condry, 1989, p. 4).

Estes achados de Condry (1989) sugerem a existência de uma complexa relação entre características de audiência, seus padrões de uso e os eventuais efeitos derivados da exposição.

Gráfico 4: Número médio de horas semanais de uso da TV por idade e sexo



Fonte: Adaptado de Condry (1989)

A partir dos 55 anos, o tempo de TV aumenta novamente, mostrando uma correlação positiva entre a idade e o número de horas diárias de exposição à TV (Real *et al.*, 1980). Embora homens e mulheres idosos assistam à TV um número de horas total superior a qualquer outro recorte etário da população, Condry (1989) ressalta a importância de considerar a pesquisa do uso da TV da perspectiva do curso de vida.

Um estudo recente da Kantar Ibope Media (2020), apontou uma tendência das gerações se encontrarem na sala de estar para compartilhamento da tela. Mesmo distantes de amigos e muitos familiares, o tempo dentro de casa com as pessoas que convivem no lar foi ressignificado quando o hábito é o consumo de televisão. O tempo médio vendo TV acompanhados aumentou 12% em 2020, o equivalente a quase 38 minutos diários, se comparado a 2019. Ainda de acordo com o estudo, a audiência e o tempo médio em que idosos assistiram à TV junto com crianças aumentou consideravelmente, saindo de 5 horas e 3 minutos e 45 segundos em 2019 para 6 horas e 21 minutos e 10 segundos em 2020, o que representa um crescimento de 1 hora e 17 minutos.

Hoje, sabemos que nenhum outro segmento da população assiste tanto à TV quanto os idosos. É importante citar que a intensidade com que as pessoas usam a mídia permite presumir a sua importância e o lugar ocupado na sociedade. A quantidade e qualidade da TV à qual se assiste na velhice é uma caixa de informação sobre necessidades, atitudes e interesses neste período da vida. Por fim, os padrões de uso da TV pelos idosos indicam o que se passa na sua realidade social.

4. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

A pesquisa qualitativa é uma metodologia amplamente empregada nos estudos das Ciências Sociais. A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares e se ocupa, dentro das Ciências Sociais, com o universo de significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes (Minayo, 2016). Ainda para a autora, é importante ressaltar que o foco nos estudos qualitativos traz uma diferença em relação aos trabalhos quantitativos que não é de hierarquia e sim de natureza (Minayo, 2014). Este tipo de abordagem procura entender e explicar o comportamento a partir da perspectiva dos participantes dos fenômenos, pois tem como objeto do estudo o próprio indivíduo.

Ao analisarmos os estudos sobre a audiência de mídia propostos pelo principal instituto de pesquisa no ramo, a Kantas Ibope, compreendemos que ver TV é um comportamento moldado por múltiplas variáveis, que inclui o recorte etário e de gênero. No entanto, há análises mais qualitativas e aprofundadas não disponíveis para o público geral, com as motivações particulares, sobre um determinado público ou preferências de programação.¹⁵

Diante deste entendimento, o **objetivo geral** traçado nesse estudo foi:

- Compreender como o idoso que coabita em famílias com mais de uma geração consome os conteúdos televisivos ofertados pelas principais emissoras abertas no cotidiano familiar.

Nesta perspectiva, propõe-se os seguintes **objetivos específicos**:

- Entender se o consumo e o conteúdo de TV por pessoas idosas convivendo com seus netos é uma escolha dos mais velhos ou dos mais novos;
- Analisar se o conteúdo televisivo consumido no ambiente de convivência familiar promove integração / desintegração intergeracional;

4.1 Caminho metodológico

O sociólogo Wright Mills (2010), defendeu que cabe às Ciências Sociais o estudo dos problemas específicos de um determinado período e a formulação das questões que possam explicar como se dá a estruturação das relações humanas na sociedade. Nesta perspectiva, o percurso metodológico desenvolvido durante a pesquisa social deve ser focado na estrutura

¹⁵ As emissoras de televisão contratam institutos de pesquisa de mercado, a exemplo da Datafolha, para análises particulares sobre conteúdo e telespectador.

social que se apresenta na realidade principalmente, nas vivências dos participantes da pesquisa. Neste sentido, o pesquisador deve observar o que faz dada estrutura social se tornar relevante para um estudo, a partir de como a sociedade se movimenta através dos seus atores sociais. No caso desta pesquisa, o nosso interesse está no idoso como telespectador inserido numa família multigeracional.

Para Mills (2010), a imaginação sociológica é a capacidade de o indivíduo perceber aquilo que ocorre no cotidiano da sua vida e de seus contemporâneos e o relacionar com questões mais amplas que ocorrem na sociedade, ou seja, permite estabelecer relações entre a vida vivida pelos indivíduos e a história da sociedade. Esta prática criativa definida pelo autor seria a tomada de consciência sobre a relação entre o indivíduo e a sociedade de forma mais ampla, tendo como elemento chave, a capacidade de poder visualizar a sociedade com um certo sentido de distanciamento e não apenas pela perspectiva das experiências pessoais e pré-concepções culturais. Logo, a imaginação sociológica é um ato que permite ir além das experiências e observações das pessoas para compreender temas públicos de maior amplitude.

A opção por utilizar essa concepção metodológica se justifica por não bastar apresentar somente números a respeito de quem consome o conteúdo televisivo. É necessário ouvir, saber o porquê de determinados conteúdos se constituírem como mais importantes que outros dentro do público analisado. É fundamental analisar o perfil de quem consome e as influências que as pessoas sofrem ou não, dos programas de TV.

Para os autores Alves-Mazzotti e Gewandsznajder (1998), quem pesquisa a sociedade desenvolve procedimentos de investigação e propõe critérios que servem não apenas para orientar o desenvolvimento de pesquisas qualitativas, mas também para avaliar o rigor de seus procedimentos e a confiabilidade de suas conclusões. Enquanto conjunto de técnicas, as metodologias qualitativas devem dispor de um instrumental claro, coerente e capaz de encaminhar os impasses teóricos para o desafio da prática. Nada substitui, no entanto, a criatividade do pesquisador (Minayo; Deslandes, 2016).

As pesquisas qualitativas de caráter exploratório têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores (Gil, 2008, p. 27). Para Yin (2001) e Stake (2000), o estudo de caso permite uma investigação em que se conservam as características dos acontecimentos da vida real, como os ciclos de vida. Goode e Hatt (1979, p. 421- 422) definem o estudo de caso como um método de olhar para a realidade social a partir de uma técnica não específica. “É um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado”.

Para Yin (2001), o estudo de caso deve ter preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos, em situações em que não se podem manipular comportamentos relevantes. Minayo (2016, p. 24) também explica que o método qualitativo “[...] atua como matéria-prima das vivências, das experiências, da cotidianidade e analisa as estruturas e as instituições, mas entendem-se como ação humana objetivada”. Tais compreensões justificam ainda mais a escolha e a utilização dessa metodologia nesse trabalho de pesquisa, pois se trata de uma pesquisa que investiga uma prática social da mídia.

Para Wimmer (1996) há quatro características essenciais do método estudo de caso:

1. Particularismo: o estudo se centra em uma situação, acontecimento, programa ou fenômeno particular, proporcionando assim uma excelente via de análise prática de problemas da vida real;
2. Descrição: o resultado consiste na descrição detalhada de um assunto submetido à indagação;
3. Explicação: o estudo de caso ajuda a compreender aquilo que submete à análise, formando parte de seus objetivos a obtenção de novas interpretações e perspectivas;
4. Indução: utiliza o raciocínio indutivo, segundo o qual os princípios e generalizações emergem a partir da análise dos dados particulares.

Assim sendo, a realização deste trabalho qualitativo de caráter exploratório do tipo *estudo de caso*, tem como base num processo metodológico que se inspira na leitura de Wright Mills (2010), na perspectiva de entender o consumo televisivo de idosos inseridos em famílias multigeracionais. A pesquisa em questão tem sua organização dividida em três etapas: a 1ª etapa foi a da entrevista; a 2ª etapa a da coleta do consumo de televisão; e a 3ª a da análise dos dados. Cada etapa tem sua importância para o resultado final.

A **1ª etapa**, constituiu-se na aplicação de um questionário fechado (apêndice A), construído com a ferramenta *google forms*, a partir de algumas perguntas sociodemográficas que nos forneceram as primeiras impressões sobre o perfil e o comportamento de consumo dos idosos, integrantes do universo selecionado, dando ênfase ao hábito de assistir televisão por *day part*¹⁶. Um questionário é um instrumento de coleta que contém um conjunto de questões, feitas para gerar os dados necessários para se atingir os objetivos de pesquisa (Parasuraman, 1991). Esta etapa inicial é importante, pois este instrumento permitiu conhecer o idoso, a sua estrutura familiar e a identificar algum padrão de comportamento sobre o período do dia de maior exposição ao meio. A partir desse instrumento, o participante teve os seus dados confrontados

¹⁶ É um termo muito usado em emissoras de televisão para definir as faixas horárias em que foram exibidos os conteúdos de programação ou comerciais. Exemplos: matutino, vespertino e noturno.

com elementos correspondentes a segunda etapa da metodologia, funcionando como preparação para descobertas mais sólidas.

A **2ª etapa**, a da coleta diária dos dados, foi realizada com os integrantes do estudo, a partir do compartilhamento do seu consumo e como a televisão esteve inserida no seu dia. Essas informações foram coletadas através do aplicativo *WhatsApp*, através de mensagens dos participantes enviadas para a pesquisadora, através de recurso de áudios ou vídeos gravados do próprio celular dos participantes e trocados com a pesquisadora. Durante sete dias, cada pesquisado mandava o que estava consumido, motivo do consumo e com quem estava vendo a televisão durante os turnos do dia. O uso da ferramenta de conversa para esta etapa metodológica se deu, por ser o *WhatsApp* o *app*¹⁷ o aplicativo de mensagens mais utilizado no país em 2021, e que está instalado em 98% dos smartphones, sendo que 86% dos brasileiros fazem uso diário (Opinion Box, 2021).

O uso do *WhatsApp* como ferramenta para coleta de dados é uma estratégia adequada devido o aplicativo estar presente no cotidiano da maioria dos brasileiros, sendo utilizado para conversas casuais, participar de grupo de família, tratar de assuntos profissionais e até fazer compras. É importante salientar que o número de idosos que usam internet cresceu 43,6% na Bahia, durante a pandemia, e um em cada dez internautas no estado tem 60 anos ou mais (PNADC, 2021). De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2021), o acesso à internet pela televisão aumentou entre 2019 e 2021, e a TV já é o segundo equipamento mais usado com essa finalidade, atrás apenas do celular.

Durante a pandemia, a modalidade de acesso à internet que mais cresceu na Bahia foi a conversa por chamadas de voz ou vídeo. Este hábito se tornou o uso mais popular, superando a prática de enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos diferentes de e-mails (PNADC, 2021). O acesso, com a finalidade de assistir a vídeos, inclusive programas, séries e filmes, permaneceu estável entre 2019 e 2021, citado por 88,2% dos usuários de internet na Bahia, de acordos dados do PNADC.

Para a coleta de dados, a pesquisadora utilizou os materiais que foram enviados pelos participantes no formato de áudio ou vídeo, quando estes compartilharam a sua rotina diária consumindo televisão, durante uma semana. A pesquisadora entrou em contato com os entrevistados, através de um roteiro prévio de perguntas que tinha como o objetivo coletar o maior número de informações possíveis.

O período da coleta demarcado por sete dias é inspirado na metodologia do Instituto de

¹⁷ App é a abreviação de aplicativo, que vem do inglês, application.

Pesquisa Kantar Ibope, com medição painel fixo. Conceitualmente, esta metodologia painel fixo, é definida da seguinte forma: durante o período de campo em cada praça, que equivale a sete dias seguidos de um mês, é utilizado cadernos (diários) de autopreenchimento com todos os moradores dos domicílios selecionados na amostra, com 4 e mais anos. Com isso, é possível mensurar a audiência domiciliar e individual das cidades pesquisadas. Ao final de uma semana completa de coleta, esse material diário de nome Caderno, é recolhido e parte-se para a tabulação dos dados.

Além da metodologia inspirada na Kantar Ibope, outro fator que direcionou esta escolha de coleta de dados, é devido a grade de programação das emissoras de televisão se repetirem semanalmente uma vez que os títulos dos produtos exibidos na tv são diários ou semanais. Ou seja, a exibição dos produtos diários e de finais de semana seguem um padrão de terem os mesmos produtos, nos mesmos horários.

Como guia para a coleta, a pesquisadora utilizou de um roteiro de perguntas -chaves (apêndice B) que serviu para condução e extração das informações necessárias. Para esta etapa, foi realizada uma rodada de perguntas piloto que serviu para trazer conforto e segurança aos entrevistados.

Na **3ª etapa**, a análise dos dados, as informações coletadas foram estudadas a partir dos critérios das três etapas (pré-análise, exploração do material e a inferência dos dados obtidos) de análise de conteúdo de Bardin (2011).

A pré-análise é a etapa em que as análises preparatórias são desenvolvidas para a análise propriamente dita. É nesta etapa que acontece a elaboração dos indicadores que fundamentam a interpretação final. A etapa da exploração do material, ou segunda etapa, consiste no processo pelo qual os dados brutos são transformados e agregados em unidades, as quais permitem uma descrição exata das características pertinentes ao conteúdo; a terceira etapa, a da inferência dos dados obtidos, busca-se colocar em destaque as informações fornecidas pela análise, por meio de quantificação simples, permitindo apresentar os dados em modelos, figuras etc.

Utilizamos o procedimento metodológico conhecido como Análise de Conteúdo, com base em Bardin (2011), que concebemos como a metodologia pertinente ao campo das ciências humanas, em especial ao estudo de mídia em que buscam-se investigar as práticas sociais que resultam na produção televisiva brasileira. Para Bardin, essa análise se faz pela prática:

A análise de conteúdo (seria melhor falar de análises de conteúdo) é um método muito empírico, dependente do tipo de “fala” a que se dedica e do tipo de interpretação que se pretende como objetivo. Não existe coisa pronta em análise de conteúdo, mas somente algumas regras de base por vezes dificilmente transponíveis (Bardin, 2011, p. 36).

Seguindo as regras e a proposta de sistematização da análise de conteúdo, conforme a perspectiva teórica ressaltada anteriormente, a pesquisa se desenvolveu em três fases que contribuíram para o resultado final. Ao definir a metodologia, a primeira etapa foi de analisar previamente o objeto de estudo, coletando o cenário sociodemográfico dos idosos e a preferência pela programação televisiva, através da coleta. Os levantamentos dos dados foram realizados nos meses de agosto e setembro de 2023, organizados em tabelas divididas a partir das contribuições dos participantes, estratégia que facilitou a fase seguinte da pesquisa e melhor organização dos dados coletados.

A cada semana de pesquisa, eram coletadas informações de consumo de cada idoso. Com os dados coletados em mãos, procedemos o trabalho de análise e interpretação, através do qual foi possível chegar a resultados que nos levaram a compreender o comportamento do idoso em frente à televisão dentro do domicílio multigeracional.

4.2 A escolha dos participantes

Os participantes deste estudo foram quatro idosos que convivem com seus netos selecionados em uma amostra de conveniência, do tipo não probabilística. Esta técnica consiste na seleção dos elementos da população para compor a amostra e depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo (Mattar, 1994) em selecionar uma amostra da população que seja acessível, ou seja, disponíveis numa base de dados ou sejam pessoas conhecidas aptas para participar do estudo.

A seleção da amostra aconteceu, a partir do cadastro dos contatos dos telespectadores e ouvintes que já participaram de pesquisas anteriores na rede de televisão em que a pesquisadora atua profissionalmente. Um dos critérios de inclusão estabelecidos para assegurar a participação se deu pela verificação se estas pessoas estavam aptas para novas rodadas de pesquisas.

Para a definição dos participantes, foram considerados os que integrassem famílias de quaisquer classes socioeconômicas, raça e religião; em idade igual ou superior a 60 anos, fossem avós, que coabitam com seus netos, que fossem residentes na cidade de Salvador, Bahia. O recorte etário se deu em virtude da necessidade de se incluir no universo pesquisado avós ativos e atuantes na educação dos netos de modo a não se reduzir o número de participantes potenciais para o estudo. Foram excluídos avós com idade inferior a 60 anos; avós que tinham vínculos por afinidade, ou seja, não fossem avós consanguíneos; avós cujo netos não tivessem contato com os genitores e idosos que não tivessem acesso à TV aberta em condições normais

de uso.

Após a verificação do atendimento aos critérios de inclusão, isto é, da seleção de idosos com idade superior aos 60 anos, que residissem com seus netos e morassem em Salvador, a pesquisadora realizou o contato individual, explicando a cada participante a proposta da pesquisa e formalizando o convite para participação. Mediante a anuência dos pesquisados, foram requisitados alguns minutos do tempo para explicar-lhes sobre a atividade desenvolvida, bem como justificativa sobre os critérios de escolha dos participantes da pesquisa, os objetivos do estudo e todas as suas etapas.

Depois da concordância do convite, foi solicitado ao participante a leitura e posterior assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). De modo a assegurar o respeito e a confidencialidade sobre os dados dos idosos e membros da família, optamos por identificá-los por pseudônimos com objetivo de preservar as suas identidades. Nesta perspectiva foram consideradas as normas da Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016, do Conselho Nacional de Saúde (CNS) que regem as pesquisas envolvendo seres humanos¹⁸ (BRASIL, 2016).

A aplicação do primeiro questionário foi realizada individualmente, na cidade de Salvador, Bahia, no local escolhido por cada participante, a partir de agendamento prévio de modo a viabilizar o deslocamento da pesquisadora.

4.2.1 Conhecendo os idosos

Conforme já sinalizado, os participantes deste estudo foram quatro idosos que convivem com seus netos, tendo sido selecionados em uma amostra de conveniência, do tipo não probabilística. Os nomes fictícios aplicados na análise foram de escolha dos próprios participantes. De modo geral, todos os participantes moram ao menos com um filho e um neto. Apenas dois idosos possuem escolaridade com nível superior completo. Todos os possuem acesso a TV aberta.

A seguir, faremos uma breve apresentação dos participantes da pesquisa assinalando alguns aspectos que são relevantes para contextualizá-los:

- 1- Vovô Beto tem 65 anos, é morador de Stella Mares, casado e mora com esposa de 62 anos, uma filha e um genro, ambos com 35 anos, uma neta de 3 anos e um neto de 7 anos. Engenheiro civil de formação, ele é microempreendedor com uma renda

¹⁸ O projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Católica do Salvador, com parecer sob nº 6.244.121.

domiciliar acima de 20 salários-mínimos.

- 2- Vovó Cris tem 65 anos, mora no bairro do Engenho Velho de Brotas com o marido de 68 anos, o filho de 32 anos, a enteada de 12 anos e a neta de 10 anos. Definiu-se como cristã, mas sem frequentar nenhuma igreja. Exerce a profissão de auxiliar de enfermagem, possui uma renda média entre 4 e 10 salários-mínimos.
- 3- Vovó Tereza, a idosa mais velha da amostra pesquisada, tem 83 anos, é divorciada, mora no bairro da Pituba com sua filha de 40 anos e suas duas netas de 10 e 12 anos. É aposentada, com formação superior em contabilidade, possui uma renda média entre 4 e 10 salários-mínimos, e não segue nenhuma religião, apenas se definiu como cristã e uma mulher de fé.
- 4- Vovó Eremita é dona de casa, casada, tem 65 anos e mora com o esposo de 66 anos, a filha de 33 anos e o neto de 7 anos. É evangélica e moradora do bairro da Caixa D'água e a renda domiciliar da família é acima de 20 salários-mínimos. Ela não recebe aposentadoria e a renda da casa é proveniente do marido e da filha.

O Quadro abaixo apresenta um comparativo entre os participantes pesquisados, seu núcleo familiar e suas respectivas idades.

Quadro 1: Descritivo sociodemográficos dos participantes

	Vovô Beto	Vovó Cris	Vovó Tereza	Vovó Eremita
Idade	65 anos	65 anos	83 anos	65 anos
Estado civil	Casado	Casada	Divorciada	Casada
Com quem mora	Mora com esposa, filha, genro e um casal de netos	Mora com marido, filho, enteada e neta	Mora com a filha e duas netas	Mora com o esposo, a filha e o neto
Religião	Católico	Não segue religião	Não segue religião	Evangélica
Bairro onde mora	Stella Mares	Engenho Velho de Brotas	Pituba	Caixa D'água
Escolaridade	Ensino Superior Completo	Ensino Médio completo	Ensino Superior Completo	Ensino Médio completo
Ocupação	Engenheiro Civil	Auxiliar de Enfermagem	Aposentada	Dona de casa
Renda salarial da família	Acima de 20 salários	04 a 10 salários	04 a 10 salários	Acima de 20 salários

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A média de moradores por domicílio tem variação de 4 a 6 indivíduos, situados em variadas faixas etárias, o que, de certa forma, garante uma multiplicidade de experiências com a televisão. Confrontando a história da televisão e o início da disseminação dos aparelhos, pode-se propor que três, dos quatro participantes analisados, com idade de 65 anos não têm memória anterior à televisão, ou seja, a lembrança é de que já existia o aparelho de TV em alguma casa às quais tinham acesso.

4.2.2 Instrumentos

Dada à natureza do estudo, foram utilizados como instrumentos de coleta de dados: um questionário semiestruturado, com perguntas semiabertas (ver apêndice A) para o conhecimento inicial das famílias e seus hábitos de assistir televisão por parte do dia. Este questionário foi aplicado pela pesquisadora de forma presencial com os participantes pesquisados. Também foi utilizado como guia diário pela pesquisadora, para a coleta por WhatsApp, um roteiro de perguntas para interação diária com os idosos (vide apêndice C) e um diário de campo, composto por anotações e impressões acerca de acontecimentos importantes e comentários dos conteúdos assistidos e ouvidos durante o período de coleta de dados.

A semiestruturação refere-se à preparação prévia de um roteiro de entrevista, o qual garante que se recolha informações que cubram os interesses da pesquisa, deixando sempre uma margem de flexibilidade ao entrevistador em relação às perguntas adicionais que se revelem pertinentes ao longo da entrevista (Chase, 2008).

O roteiro norteador abrangeu dois grandes tópicos. O primeiro ligado aos dados de identificação dos participantes pesquisados, como bairro onde mora, com quem mora, idade, estado civil, ocupação, renda familiar, grau de escolaridade e religião. O segundo, cuja função foi um norteador para estimular os depoimentos que aconteciam diariamente foram construídos com perguntas que procuravam saber a rotina de consumo de TV por partes do dia, desde o acordar até o adormecer, além dos hábitos e preferências pelo conteúdo da programação.

As etapas da pesquisa foram aplicadas de forma cautelosa, desde o preenchimento do questionário até o envio dos áudios e vídeos, de forma a minimizar os riscos de danos psicológicos e conflitos tecnológicos. Contudo, caso houvesse algum desconforto em decorrência da falta de habilidade com o uso do celular ou quaisquer demais incômodos, a pesquisa neste domicílio seria interrompida e o entrevistado seria assistido por um técnico de informática que o auxiliaria em qualquer dúvida sobre a forma de manuseio e coleta.

Para apoio necessário, uma psicóloga¹⁹ esteve disponível para minimizar qualquer dano psicológico ou desconforto com algum conteúdo que estivesse sendo exibido na grade de programação da emissora escolhida. Para apoio tecnológico, um analista em Tecnologia da Informação²⁰ também esteve a disposição para auxiliar em alguma dificuldade técnica na coleta dos dados. Contudo, não tivemos contratemplos durante as semanas de coleta de dados.

¹⁹ Livia Patrícia Laranjeiras dos Santos CRP-03/14486

²⁰ Wellington Oliveira

5. A TV DENTRO DE CASA

O roteiro semiestruturado, além do objetivo de conhecer as famílias, também coletou o hábito de assistir televisão dos idosos, com quem assiste, qual frequência e qual o tipo de programação é a escolhida na hora de ligar a televisão. A coleta destes dados se fez necessária para o confronto das informações coletadas na semana do campo, buscava-se observar se o que os participantes definiram no primeiro momento realmente é o que acontece no cotidiano que foi coletado. Estes dados prévios do roteiro semiestruturado se constituíram para primeira percepção de como aquele idoso, presente naquele domicílio multigeracional, faz o consumo da televisão aberta. Já a coleta diária é o que de fato foi assistido.

Abaixo apresenta-se o quadro resumo com as informações coletadas a partir do roteiro semiestruturado com as respostas prévias dos participantes analisados:

Quadro 2: Consumo da TV Aberta

	Onde costuma assistir	Frequência que assiste	Horário que mais assiste	Com quem assiste	Qual tipo de programação
Vovô Beto	Sala e Quarto	Todos os dias da semana	Noite	Esposa, filha e netos	Informativa e Entretenimento
Vovó Cris	Sala, Quarto e cozinha	Todos os dias da semana	Manhã	Maioria das vezes sozinha	Informativa
Vovó Tereza	Sala e Quarto	Todos os dias da semana	Tarde e Noite	Maioria das vezes sozinha	Entretenimento
Vovó Eremita	Sala	Todos os dias da semana	Manhã / Tarde / Noite	Maioria das vezes com o neto	Informativa

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Seguindo o percurso metodológico, o consumo do meio TV pelos idosos foi analisado observando alguns elementos presentes. Os elementos foram agrupados em quatro categorias elaboradas a partir de uma decisão metodológica seguindo o processo de codificação do conteúdo proposto por Bardin (2011). A codificação é uma transformação dos dados brutos do texto em uma representação de conteúdo capaz de esclarecer características que serão transformadas em indicadores. Sugerimos então cinco categorias, alinhadas com os objetivos da pesquisa: o quê, com quem, quando, onde assistiu e por quê.

Ao propor as categorias, o esperado é que estas sejam objetivas, ou seja, que sejam aplicadas ao longo de toda a análise. Essencialmente, os códigos são agrupados em categorias quando são relacionados em termos de conteúdo ou contexto. Ao definir as categorias de

análise, foram considerados os princípios de Bardin (1977):

- *exclusão mútua* – dados organizados de maneira que uma mesma informação não possa existir em mais de uma categoria;
- *homogeneidade* – “[...] o princípio da exclusão mútua depende da homogeneidade das categorias” (Bardin, 1977, p. 120). O objetivo foi definir categorias que estivessem em acordo com os temas estabelecidos nas etapas das análises;
- *pertinência* – “[...] uma categoria é considerada pertinente quando está adaptada ao material de análise escolhido” (Bardin, 1977, p. 120);
- *objetividade e fidelidade* – detalhamento e clareza das categorias estabelecidas
- *produtividade* – as categorias precisam fornecer resultados em índices de inferências e dados.

As unidades de registro (BARDIN, 2011) que compõe essas categorias foram sistematizadas da seguinte forma:

Quadro 3: Unidades de registro de cada categoria

CATEGORIAS	UNIDADES DE REGISTROS
O QUÊ	Tipo de conteúdo consumido, gênero, nome do programa ou apresentador
COM QUEM	Assistiu sozinho ou acompanhado por alguém do domicílio
ONDE	Em qual cômodo da residência teve o consumo do conteúdo
QUANDO	Em qual parte do dia assistiu, qual dia assistiu
PORQUÊ	Motivação que levou a consumir aquele tipo de conteúdo

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Após recolher os depoimentos dos participantes, foi realizado um processo de tabulação dos dados. Para análise desses dados, foram utilizadas planilhas do programa Excel²¹, e a partir das respostas dos participantes, as variáveis foram identificadas de acordo com a presença dos aspectos por cada categoria. O modelo de tabela usado considerou as seguintes colunas: participante, dia da coleta, dia da semana coletado, horário de início e horário final do conteúdo assistido, emissora sintonizada, nome do programa, gênero, nome do apresentador caso tenha sido citado, com quem assistiu e o local de consumo.

²¹ É um software utilizado para elaboração, edição e gerenciamento de planilhas eletrônicas. Este software permite a criação e organização de dados a partir da criação e edição de planilhas.

Quadro 4: Modelo da Tabulação dos Dados

Participante	Coleta	Dia da semana	Hora Início	Hora Fim	Emissora	Nome do Programa	Gênero	Apresentador	Acompanhado	Local
Idoso 4	1º	Quarta	06:00	08:30	TV Bahia	Jornal da Manhã	Jornalismo	N/A	Sozinha	Sala
Idoso 4	1º	Quarta	12:00	13:00	TV Bahia	Bahia Meio Dia	Jornalismo	N/A	Neto	Sala
Idoso 4	1º	Quarta	15:00	16:30	SBT	Fofocalizando	Variedades	N/A	Sozinha	Sala

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Após tabulação, os dados começaram a ser tratados e manipulados através da biblioteca Pandas da Linguagem Python, utilizando o algoritmo Apriori, na qual os códigos foram transformados em variáveis identificadas de forma alfanumérica. Depois disso, todo o cruzamento foi transcrito com os resultados obtidos. A análise em linguagem Python foi feita com a colaboração do analista de TI, disponível para atendimento junto aos idosos, caso necessário.

A fim de identificar desde o tipo de conteúdo, como é consumido até a sua motivação, toda informação enviada por áudio ou vídeo foi transcrita para, por fim, se realizar a categorização dos resultados obtidos nas entrevistas de acordo com os objetivos da pesquisa. Para Bardin (2011), dentro da análise de conteúdo, quem desejar pode explorar num computador pessoal as possibilidades dos programas de tratamento de texto existentes no mercado para procurar palavras e contabilizar a sua frequência, organizar classificações de temas.

Nesta perspectiva, a análise de conteúdo já não é considerada exclusivamente com um alcance descritivo, pelo contrário, toma-se consciência de que a sua função é a inferência. Que esta inferência se realize tendo como base indicadores de frequência. O início da análise do consumo televisivo se deu a partir da necessidade da comprovação se a televisão aberta era de fato consumida e o tempo dedicado a esta atividade. Esta análise quantitativa do tempo físico de cada domicílio se deu a partir do tempo dos programas assistidos. Foi analisada a Duração, que é a subtração da Hora Fim pela Hora Início, e logo convertido em minutos. Foi feita asomatória do tempo total e a média dia de consumo. O resultado está apresentado no quadro abaixo:

Quadro 5: Tempo médio dedicado à TV Aberta durante a semana coletada

	Vovô Beto	Vovó Cris	Vovó Tereza	Vovó Eremita
Tempo Médio Dia de Semana	6 horas	6 horas	4 horas	15 horas
Tempo Fim de Semana	5 horas	3 horas	2 horas	8 horas
Total de horas	35 horas	33 horas	22 horas	83 horas

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A média de consumo para os idosos que trabalham ou exercem atividades fora do lar foi bem similar com cerca de 4 horas de tempo médio diário. Vovó Eremita, pela natureza da atividade exercida como dona de casa, dedica 200% a mais do tempo ao consumo do conteúdo televisivo durante a semana útil, recorte de segunda a sexta.

Vovó Eremita no primeiro dia de coleta verbalizou o que seria confirmado na análise posteriormente: [...] “a televisão aqui em casa está sempre ligada. É muito difícil ela ficar desligada. Assim que eu acordo eu desço e ligo a TV da sala e na hora de dormir, meu marido, meu neto e minha filha se deitam bem cedo. Quando dá oito horas eles já vão se deitar. Como eu preciso tomar remédio por conta do tratamento contra o câncer, eu preciso tomar obrigatoriamente às dez da noite eu só desligo a televisão neste horário e me deito depois”.

Vovó Eremita: “Não gosto de redes sociais, tenho tudo no celular, mas eu gosto mesmo é de televisão”. Vovó Cris também trouxe o hábito de assistir televisão sempre quando está no domicílio: [...] “Quando eu estou em casa eu tenho o costume de ficar o dia inteiro com a TV ligada. Na minha cozinha tem uma televisão, na minha sala tem uma televisão, no meu quarto tem uma televisão”.

Para Vovô Beto, a televisão é mais um membro da família: [...] “ligamos a televisão todo dia. Ela é nossa companheira em todas as refeições.” Já para Vovó Tereza, a televisão funciona mais como um hábito de quando está em casa: [...] “Eu não gosto da programação da manhã, mas liguei porque iria ficar em casa”. Os fragmentos acima apontam para a importância da TV na rotina dentro do lar, uma vez que todos os participantes apontam para o uso ritual da televisão de forma sistemática ou eventual.

5.1 A primeira categoria – o quê

É sabido que a televisão consegue construir uma ideia de proximidade a partir do que se exhibe e do estabelecimento do diálogo com o telespectador. O conteúdo é ou não

representativo seja pela proximidade geográfica com o tema ou pela proximidade temporal (Gutmann, 2014). A partir dessa proposta, os aspectos da categoria O QUÊ foram elencados e identificados:

Nomes dos apresentadores: quando os idosos diziam assistir o conteúdo pelo nome do âncora do conteúdo, seja jornalismo ou programa de variedades;

Nomes dos programas: os participantes traziam o nome do produto, novela ou jornal;

Gênero dos programas: quando o gênero do conteúdo assistido substitui o nome do programa.

Emissora: quando é dito o nome da emissora no lugar do conteúdo assistido.

Para entender qual conteúdo foi mais consumido, ou seja, o quê foi consumido, foi utilizado o algoritmo Apriori, trazendo o tempo dedicado a cada emissora, a partir das respostas considerando os aspectos desta categoria. Para esta análise, utilizamos *o market basket analysis*²² muito utilizado para cruzamento de informações que é permitido identificar itens que são comprados juntos com frequência. Para nosso estudo de caso, essa ferramenta foi utilizada para identificar quais elementos são consumidos pelos participantes da pesquisa.

No resultado de emissora mais consumida, o maior tempo de tela dedicado foi na TV Bahia, afiliada Globo em Salvador com 66,4%, seguida pela Record com 15,65% e pelo SBT com quase 12% do tempo de tela. Mesmo não estando na atmosfera dos canais de emissoras abertas, foram citadas e contabilizadas as emissoras Multishow, o canal de esporte Première e as plataformas de *streaming* somadas Netflix e Youtube. Abaixo o ranking com a respectiva porcentagem contabilizada.

Quadro 6: Porcentagem de tempo dedicada ao consumo por emissora

EMISSORA	TEMPO DEDICADO (%)	HORAS DEDICADAS
TV Bahia / Globo	66,4%	115
Record	15,65%	27
SBT / Aratu	11,79%	20
Netflix / Youtube	2,65%	5
Multishow	1,23%	2
Première	1,14%	2
TV Band	1,14%	2

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

²² Como realizar a análise da cesta de mercado | 365 Ciência de Dados (365datascience.com)

Para melhor contextualizar serão descritos depoimentos dos participantes analisados que ilustram o comportamento dentro desta categoria: Vovó Cris no 4º dia de coleta: [...] “Continuei assistindo as programações ente a Globo e a Record até o horário de almoço junto com minha família”.

Vovó Eremita também sinaliza suas preferências: [...] “eu gosto de assistir a programação da TV Bahia no domingo pela manhã. Quando dá onze e meia eu mudo para o SBT porque a gente gosta da programação toda do domingo de lá.

Vovó Tereza: “Eu só assisto a Globo de noite”

Na casa de Vovô Beto um exemplo de consumo do *streaming* aconteceu no 7º dia de coleta: “A neta mais nova, logo após chegar da escola e almoçar, dormiu durante a tarde e assumiu o controle da televisão por volta das 16h30, sintonizando o Youtube.”

Dentro dos conteúdos televisivos é possível observar estruturas de classificação denominadas de gênero. São estas que carregam e expressam as características de cada tipo de programa e as práticas que os configuram. Com relação a análise dos gêneros dos programas consumidos nos estudos de casos, fica evidente que o Jornalismo é o gênero televisivo mais presente e que tem maior audiência entre os participantes analisados, o que ratifica a forte presença deste conteúdo na televisão aberta e está em sinergia com o que foi respondido sobre a preferência por este tipo de conteúdo. É importante salientar que, em razão da faixa etária, os idosos se conectam com a dinâmica da sociedade a partir de programas jornalísticos que permitem a imersão em contextos da atualidade, no mundo em que vivem.

A conquista de importância na grade horária de programação fez as redes de televisão investirem no telejornalismo tanto quanto em outros gêneros. As grades podem deixar de apresentar um ou outro gênero, mas o telejornalismo ocupa espaço e visibilidade fundamentais para o conceito de rede de televisão (Aronchi de Souza, 2004, p. 151).

Os telejornais ocupam mais de 40% do tempo dedicado em frente à televisão. Esse tipo de produção ocupa considerável espaço nas programações dos canais das emissoras abertas. Aronchi de Souza (2004) destaca o telejornalismo como parte necessária para compor a grade de programação das emissoras de televisão, incluindo as novas fórmulas de fazer esse tipo de conteúdo.

Quadro 7: Porcentagem de tempo dedicada ao consumo por gênero

GÊNERO	TEMPO DEDICADO (%)
Jornalístico	41%
Novela	31%
Auditório	14%
Esporte	5,5%
Filme	3%
Show	2%
Humor	1,3%
Rural	0,9%
Automobilismo	0,7%
Minissérie	0,6%

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Para Bourdieu (1997), o universo do jornalismo é um campo que está sob a pressão do campo econômico a partir de uma realidade que é o índice de audiência, pois é através deste índice que a lógica comercial se impõe às produções culturais. Além disso, em conexão com os índices de audiência estão os critérios para se escolher o que será mostrado na TV, com os acontecimentos selecionados a partir da busca do “furo jornalístico”, que inunda a tela de enchentes, incêndios, acidentes etc.

Ainda na concepção do teórico (Bourdieu, 1997), o campo jornalístico se constituiu em um panorama no qual alguns jornais ofereciam notícias de cunho sensacionalistas, enquanto outros traziam propostas opinativas, com análises e comentários. Logo, o campo jornalístico é o lugar de dois princípios de legitimação, o do reconhecimento pela maioria e o reconhecimento pelos pares.

Sobre os programas assistidos, os telejornais também são destaques no consumo pelos idosos analisados. Dos dez programas assistidos das emissoras abertas, os produtos jornalísticos estão em seis deles, seja jornalismo local ou jornalismo nacional. O *Jornal da Manhã*, telejornal da TV Bahia, afiliada Globo, exibido de segunda a sexta, das 6 horas às 8 e meia da manhã é o mais consumido com mais de mil minutos consumidos nos dias de coleta. O segundo conteúdo jornalístico mais consumido foi o *Balanço Geral*, da Record Bahia, exibido de segunda a sexta, das 11 e 50 da manhã até às 15 e 15 da tarde. Cabe sinalizar que as emissoras são concorrentes diretas, principalmente no conteúdo jornalístico local com formatos distintos. Enquanto o *Jornal da Manhã* tem uma estrutura mais padrão de um telejornal, o *Balanço Geral* tem como composição a informação somada ao entretenimento.

Exemplificando o consumo do conteúdo jornalístico com os demais participantes temos:

Vovó Cris: “Hoje eu assisti o *Hora Um*, Jornal das sete como eu faço sempre e depois eu deixei no *Encontro* e [Ana] *Maria Braga*. Assisti ao *Jornal de Meio Dia* e fui trabalhar”.

Vovó Tereza: [...] “agora estou assistindo Bahia Meio Dia, mas 15h vou para minha aula de dança”.

Vovó Eremita: [...] “quando termina a parte jornalística da TV Bahia eu mudo para a Record. Eu gosto de assistir notícias, os jornais”.

Ainda dentro da composição da categoria o Quê, de acordo com a análise, dos dez programas mais consumidos, seis são do gênero jornalístico e o com mais minutos dedicados é um telejornal local. Abaixo a tabela dos programas mais consumidos:

Quadro 8: Tempo dedicado ao consumo por programa

PROGRAMA	MINUTOS CONSUMIDOS	EMISSORA
Jornal da Manhã	1.166	TV Bahia
Terra e Paixão	675	TV Bahia
Balanço Geral	660	Record
Bahia Meio Dia	494	TV Bahia
BATV	420	TV Bahia
Amor Perfeito	363	TV Bahia
Hora Um	360	TV Bahia
Jornal Nacional	335	TV Bahia
Futebol	330	TV Bahia / Première
Domingo Legal	280	SBT

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

O gênero Novela é o segundo mais assistido pelos participantes analisados com 31% de dedicação em frente à TV, seguido pelo gênero auditório com 14% de tempo dedicado em frente da televisão. O segundo programa mais assistido é Terra e Paixão, novela exibida na TV Globo em horário nobre.

O termo horário nobre é definido como a faixa mais importante entre as demais de uma programação de determinada emissora, seja televisão, rádio ou internet. A característica mais determinante para a definição do horário nobre é a associação da programação com a audiência somada a publicidade.

Sucessoras das radionovelas e teleteatros, as telenovelas brasileiras estão presentes desde os primórdios. O gênero que se consolidou na programação televisiva a partir dos anos 1970 (Hamburger, 1998) se apropria de determinadas representações sociais e significados,

dotando-os de sentidos através das tramas. A partir do seu caráter cotidiano, da relação que cria com seus receptores, da sua capacidade de acentuar a fisionomia da cultura brasileira (Jacks, 1999) e do processo de reconfiguração da narrativa a partir da demanda esboçada pela audiência contribuem para que o gênero seja um exemplo como forma de compreender as relações entre a sociedade e a TV.

A popularidade das novelas não se mede somente pela cotação do Ibope, mas exatamente pelo espaço que ocupam nas conversas e debates todos os dias, pelos boatos que alimentam, por seu poder de catalisar uma discussão nacional, não somente em torno dos meandros da intriga, mas também acerca de questões sociais. A novela é de certa forma a caixa de ressonância de um debate público que a ultrapassa (Mattelart, 1989, p. 111).

A novela é o eixo crucial da programação televisiva (Mattelart, 1989) e observamos isso até hoje, a exemplo da Rede Globo que exhibe cinco novelas diárias. No início da tarde, repetem-se produções já veiculadas com codinomes de Edição Especial e Vale a Pena Ver de Novo. A novela das 18h se caracteriza pelas temáticas mais de época, bucólicas, com narrativas mais leve e por vezes românticas. A novela das 19h, tradicionalmente, é permeada pelo humor. E a das 21h é marcada por temas mais dramáticos, carregando causas sociais, com cenas mais fortes de sexo e nudez.

A Rede Record tem como principal foco as novelas bíblicas e hoje possui na sua programação três faixas de exibição, sendo duas com narrativas religiosas e uma reprise de novela contemporânea. Já o SBT, a emissora conhecida pelas reprises das novelas mexicanas, atualmente exibindo quatro faixas para este conteúdo, tem também dentro da sua programação a exibição de novelas direcionadas para o público infantil, como o título atual *A Infância de Romeu e Julieta*.

Ao analisarmos a rotina dos participantes acerca do consumo deste conteúdo, temos a faixa horária noturna como a principal para este tipo de programação. O participante analisado Vovô Beto, ilustra o comportamento da programação dos adultos dando início com a novela *Amor Perfeito* da TV Globo, se estendendo até o final da telenovela *Terra e Paixão*, mesmo que as crianças estejam em casa. “[...] A minha neta pequena está perguntando de 5 em 5 minutos para a bisar se a novela dela já acabou”.

Para Vovó Cris, o comportamento de assistir novela acontece na sala sozinha: “[...] agora estou assistindo a novela das 18 na sala e meu marido está no quarto. A neta fica no celular”. Vovó Eremita traz um comportamento também noturno para o consumo do gênero: “[...] Eu gosto de assistir as notícias, depois eu coloco na novela”.

Ao confrontarmos os fragmentos selecionados, observamos que o conteúdo jornalístico funciona, muitas vezes, como um impulsionador para a manutenção do hábito de assistir TV e contribui para o consumo de outras programações que, costumeiramente são apresentadas pelas emissoras após os telejornais. A principal destas programações são as telenovelas que, exibidas diariamente, possuem traço de diversão, do lúdico, do descontraído, do desopilar após as notícias jornalísticas e prendem a atenção do telespectador com as tramas que se desenrolam sempre no dia subsequente.

5.2 A segunda categoria – com quem

O conteúdo quando assistido de forma isolada ou acompanhada vai além do compartilhamento de espaço/ tempo. A partir dessa proposta, os aspectos da categoria “com quem” identificados foram:

Sozinho ou sozinha: não havia ninguém além do participante consumindo o conteúdo.

Presença do neto ou neta (as): as crianças estavam no mesmo ambiente e fazendo o consumo do mesmo conteúdo.

Esposa, esposo, marido, sogra, amigos: quando o conteúdo assistido era dividido unicamente com algum dos demais adultos da casa, sem a participação das crianças.

Família: quando o conteúdo assistido era dividido com mais de dois membros, incluindo as crianças.

A análise foi feita a partir da contagem dos momentos que os participantes estudados sinalizavam estarem expostos em frente a TV. Sempre que consumiam qualquer tipo de conteúdo, se fazia necessário sinalizar com quem estava assistindo e então chegamos ao resultado descrito na tabela abaixo.

Os dados confirmam os indícios de que, nessa amostra, a exposição junto à TV na presença dos netos não supera o consumo exclusivo de determinado conteúdo, ou seja, assistir televisão aberta sozinho é uma preferência e uma consequência pelo tipo de programa escolhido, em sua maioria os telejornais. Em apenas 25% do tempo em frente da tela há uma integração multigeracional, se considerarmos o tempo dedicado apenas com os netos somado ao tempo dedicado em família.

Ao analisarmos o cruzamento do tipo de conteúdo assistido na companhia dos netos, tem-se uma miscelânea de gêneros e não especificamente algo exclusivo ou dedicado. O gênero jornalístico lidera no cruzamento do quê assiste *versus* assistindo com os netos, mas com grande relevância para os conteúdos ofertados pelas plataformas de *streaming*.

Quadro 9: Tempo dedicado ao consumo por programa

COM QUEM	TEMPO DEDICADO (%)	NÚMERO DE VEZES NA FRENTE DA TV
Sozinho (a)	72,5%	111
Neto (a)	17%	26
Família	8,5%	13
Esposo (a)	2%	3

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Entre o grupo analisado, é perceptível o deslocamento da atenção dos netos também para outras telas de outros aparelhos, principalmente no turno da noite. Com a Vovó Tereza, por exemplo, a convivência com as netas normalmente tem acontecimento em sua maior parte do tempo nos horários do almoço e do jantar, mas a interação é direta com o celular: “As meninas comem com o celular na mão. Nem olham para o que está passando na TV”.

Na residência de Vovó Eremita o comportamento é similar: “Eu gosto de assistir as notícias, depois eu coloco na novela. Tem o jornal de São Paulo e depois começa o daqui com Adelson²³, mas meu neto fica com o celular durante toda a noite, não assiste comigo neste horário.” O mesmo comportamento noturno é percebido na casa da Vovó Cris: [...] “eu assisti minhas as novelas até o horário habitual de desligar a TV por volta das 20h30. Eu na sala e meu esposo no quarto. Minha neta durante a noite está no tablet e celular.”

E na casa do Vovô Beto: [...] “estávamos na sala, eu, minha esposa e minha sogra, assistindo as novelas e as crianças em outro com outro tipo de programação no celular e no tablet. Este formato permaneceu da hora do café da noite até por volta das 21h, quando as crianças foram se deitar.”

Ao compararmos os recortes destacados, identifica-se que pela ótica dos avós, as crianças dedicam um tempo admirável, mas também continuamente crescente para as atividades digitais. O uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) é muito comum nas gerações atuais, os nativos digitais²⁴ e há fatores suscetíveis de estímulo para a sua utilização, além da disponibilidade física a tela, como possuir vários aparelhos de TV, consoles, smartphones e tablets favorecem claramente o consumo (Desmurget, 2021).

Dados do IBGE (2023) apontam que entre 2021 e 2022, o total de pessoas que acessaram

²³ Adelson Carvalho é apresentador do Cidade Alerta Bahia, telejornal da Rede Record Bahia. O programa é exibido das 18 às 19 horas

²⁴ o termo foi criado pelo norte-americano Marc Prensky, que representa uma pessoa que nasceu e cresceu com as tecnologias digitais presentes em sua vivência, como videogames, Internet, telefone celular, MP3, iPod etc.

a internet na Bahia teve o segundo maior crescimento e pela primeira vez, superou o patamar de 80% da população de 10 anos ou mais de idade. Logo, há um caminho longo de consumo que será percorrido pelos mais jovens.

No que toca a utilização da internet, dentro do recorte de participantes analisados, tem-se o protagonismo dos netos, principalmente no uso simultâneo com a televisão ligada, criando um cenário de consumo multitelas.

O pesquisador Fidler (1997) defende que o surgimento de uma nova tecnologia midiática não provoca o fim de outra, cada meio é afetado por um processo de auto-organização. Esta midiamorfose, termo utilizado pelo pesquisador para descrever o processo de transformação e adaptação através das necessidades sociais, coloca a TV no cenário de interatividade, uma vez que dispositivos como smartphones e tablets recebem o sinal das emissoras, além das promessas de conectividade com a chegada da TV 3.0.

Cannito (2010) projeta que a televisão terá mais audiência do que qualquer outro tipo de mídia, já que a televisão visa atingir as grandes audiências genéricas, enquanto a internet e celular visam conteúdo segmentado. Logo, para este público que faz consumo em várias telas, o sucesso futuro da televisão parece estar em produzir conteúdos que possam atuar em todas as mídias ao mesmo tempo, uma retroalimentação dos conteúdos.

5.3 A terceira categoria – onde

Aqui, trataremos sobre a categoria “onde”, a proposta é avaliar em qual local do domicílio a televisão é mais consumida. A categoria foi dividida em elementos que representam os cômodos do lar: **quarto, sala, cozinha, varanda.**

Ao analisarmos as informações coletadas, identificamos que a TV aberta é predominantemente assistida na sala, mesmo com a televisão disponível em outros cômodos da casa, principalmente nos quartos. Ao utilizarmos a análise de conteúdo de tipo classificatório, que são respostas abertas de questionário (Bardin, 2011), examinando as respostas a partir das relações entre os participantes e a televisão, a sala continua sendo o principal ponto de encontro e de consumo do conteúdo. Vale ressaltar que a análise foi feita a partir da quantidade de momentos em frente à TV, levando em consideração todas as vezes que os idosos foram impactados por algum tipo de conteúdo. Além da sala, principal local para o desenvolvimento desta atividade, têm-se quarto e a cozinha como ambientes usados pelos participantes analisados.

Quadro 10: Tempo dedicado ao consumo por ambiente

ONDE	TEMPO DEDICADO (%)	NÚMERO DE VEZES NA FRENTE DA TV
Sala	89%	136
Quarto	8,4%	13
Cozinha	2,6%	4

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Mesmo com toda evolução da televisão, com as suas diversas e fartas possibilidades de conteúdo e conectividade, os espectadores analisados, munidos dos mais variados equipamentos de acesso a informação, preferem permanecer na audiência passiva, cumprindo o seu papel de telespectador na sua sala de estar.

O resultado da análise converge para uma tendência já apontada pela Kantar Ibope (2020) das gerações se encontrarem na sala de estar para compartilhamento do uso da televisão. A sala de estar é a sala da família. É onde a televisão na década de 1950 ganhava destaque e promovia status para aquele domicílio. Vimos que na fase elitista (Mattos, 1990), a aquisição de uma televisão estava restrita às famílias da elite e só com o passar do tempo o preço dos aparelhos foram ficando mais acessíveis. Porém, as reuniões na sala de estar continuaram a ser em torno do aparelho de TV e mesmo invadindo os demais cômodos das casas, como quartos, cozinhas e áreas de lazer, com a possibilidade de se colocar isoladamente diante da tela, é nas salas das casas o seu lugar de destaque.

Percebe-se no comportamento dos participantes analisados o *habitus*, esta disposição transferível de replicar ações, a herança cultural, de consumir a televisão em seu maior tempo na sala, mesmo diante das demais possibilidades para assisti-la. É a história incorporada, inscrita no modo de pensar e nos gestos, fruto de experiências sociais passadas com ações e práticas adquiridas no momento histórico em que o indivíduo vivência. Outro ponto relevante identificado na análise é que o jornalismo, principal conteúdo consumido na televisão da sala, é ponto de encontro e integração intergeracional.

5.4 A quarta categoria – quando

O material verbal obtido a partir de questões abertas é muito mais rico em informações do que as respostas a questões fechadas ou pré-codificadas (Bardin, 2011). Na construção temporal do consumo da televisão, o objetivo é saber partes do dia ou períodos do dia de maior dedicação da televisão ligada. Nesta categoria, dividimos as diferenças temporais em horas, o

que nos levou ao dado de consumo médio do tempo dedicado à TV aberta, dado apresentado no quadro 2, e em períodos do dia. Neste último ponto, os elementos foram:

Ao acordar ou deitar: quando a informação vem acompanhada de ação temporal associada ao período do dia.

Manhã, Tarde e Noite: quando a informação vem acompanhada de partes do dia verbalizadas em turnos.

Café da manhã, almoço e janta: quando a ação temporal está ligada a refeição referente a parte do dia.

As análises da presente pesquisa mostram que a sexta-feira é o dia de maior tempo dedicado na frente da televisão. Para identificar esta variável foi considerado a soma dos minutos nos dias da semana das coletas. Ainda de acordo os dados, o sábado é o dia da semana com menor consumo, ou seja, com menor tempo de exposição aos conteúdos televisivos.

Quadro 11: Tempo dedicado ao consumo por dia da semana

DIA DA SEMANA	TEMPO DEDICADO (%)
Sexta	20,3%
Domingo	17,9%
Quarta	16,8%
Quinta	16%
Terça	11,7%
Segunda	10,7%
Sábado	6,6%

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Na análise de consumo de sábado e domingo, não há um padrão de comportamento para o tempo dedicado à TV no final de semana. O que se identifica é uma não exclusiva dedicação para a tela, pois em todos os quatro estudos de caso, o consumo da informação perde espaço para outras atividades fora do lar aos sábados. Três dos quatro idosos participantes possuem, dentro das suas especificidades, o mesmo comportamento da não-tela ou do baixo uso da tela no dia que se inicia o final de semana.

Vovó Tereza: “Eu vou dormir na casa da minha irmã no Garcia. A gente vai conversar e tomar uma cerveja”.

Vovó Cris também trouxe a rotina diferenciada no final de semana. Como exemplo, o sábado de trabalho, impactando diretamente no consumo da televisão: [...] “Acordei 4 horas continuei deitada. 5h vou me levantar para andar na Barra e até o momento não liguei a TV até

porque sábado e domingo a programação é diferenciada e dia de sábado eu vendo mocotó, feijão, essas comidas”.

Vovô Beto também sinalizou o consumo diferenciado da televisão no final de semana. As atividades foram fora do lar: “[...] ficamos fora a manhã toda e a televisão só foi ligada por volta das 15 horas e 30 minutos. Hoje o dia foi quase todo para as crianças porque os pais tiveram uma programação fora da cidade e só voltarão amanhã. As crianças ficaram conosco e demos prioridade para eles ficarem tranquilas. Ficaram entre YouTube e SKY, quando não estavam brincando com outras coisas fora da TV.”

Vovó Eremita, dos participantes analisados, é a única que faz consumo do conteúdo nas emissoras abertas similar aos dias úteis. “No sábado eu levanto no mesmo horário, por volta de quinze para seis porque meu marido sai para trabalhar e preciso fazer a marmitta que ele leva para almoçar. Assim que acordo, ligo a televisão como nos demais dias. [...] No domingo, eu levanto um pouco mais tarde, por volta das sete horas da manhã e é neste horário que ligo a TV”.

Nas análises de partes do dia, depois da semana analisando o conteúdo consumido em cada lar multigeracional sendo priorizado pelo olhar e hábito do idoso, é percebido que o comportamento dos avós que coabitam com os netos possui, como principal característica semelhante, o consumo da televisão semanal direcionando para uma rotina com horários marcados, pré-definidos, e isso inclui a televisão. Porém, aos finais de semana, principalmente aos sábados, conforme já sinalizado, a concorrência da TV aberta deixa de ser o outro canal e passa ser o fora da tela, com as demais atividades paralelas não realizadas durante a semana e que só podem ser realizadas aos finais de semana. Diante dessa percepção, entende-se então que o consumo do meio TV precisa ser visto com recorte por turnos, faixa horária.

Quando cruzamos a escolha pelo conteúdo *versus* o horário que mais assistem, tem-se a noite como o turno mais dedicado ao consumo da mídia. Quando analisamos de forma qualitativa o tipo de programação, a preferência pelo informativo está ligada diretamente ao conteúdo jornalístico local e nacional disponíveis nas grades das emissoras à noite. Ao analisar o turno de maior consumo pelos participantes da pesquisa, tem-se o seguinte resultado com a ordem de maior consumo por faixa horária:

Quadro 12: Tempo dedicado ao consumo por faixa horária

FAIXA HORÁRIA	TEMPO DEDICADO (%)	TEMPO DEDICADO (HORAS)
Noite	44%	76 Horas
Tarde	29%	50 Horas
Manhã	26%	45 Horas
Madrugada	1%	2 horas

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Ao analisarmos o comportamento dos participantes por turno é possível construir um quadro comparativo para cada idoso, com o objetivo de responder aos objetivos específicos, considerando o local, tipo de conteúdo e se este promoveu alguma integração multigeracional. Aqui, por conta do consumo diferenciado entre os dias de semana e finais de semana, os turnos foram divididos considerando este recorte por toda a análise. No turno da manhã nos dias de semanas tivemos os seguintes comportamentos:

Quadro 13: Comportamento do consumo da TV no turno da Manhã – Dias de semana

	Onde costuma assistir	Quem definiu o conteúdo	Programação escolhida	Promoveu integração multigeracional?
Vovô Beto	Não há rotina com a televisão. Só houve consumo um dia na sala	Netos	Desenho em canal fechado e plataforma de Streaming	Não
Vovó Cris	Sala e cozinha	Avó	Jornalismo das emissoras abertas	Não
Vovó Tereza	Não há rotina com a televisão. Só houve consumo um único dia na sala	Avó	Jornalismo e entretenimento das emissoras abertas	Não
Vovó Eremita	Sala	Avó	Jornalismo das emissoras abertas	Não

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

O consumo no turno da manhã nos dias da semana só faz parte da rotina para dois, dos quatro participantes. É percebido que o consumo diário no turno da manhã é do gênero jornalístico, feito pelos dois participantes, Vovó Cris e Vovó Eremita, que possuem menor grau de escolaridade e são residentes de bairros mais populares. Neste aspecto, Bourdieu (2007) ressalta a prática jornalística como expressão de poder que se envolve na realidade, eventualmente conformando-a, adaptando-a a interesses, vinculando o poder simbólico ao poder das palavras. As relações de poder sob a perspectiva de Bourdieu compreendem as estruturas nos campos sociais, ou seja, as disposições perceptivas tendem a ajustar-se à posição,

os agentes, mesmo os mais desprivilegiados, tendem a perceber como evidente e a aceitá-lo, especialmente quando se olha a situação dos dominados com o olhar social de um dominante (Bourdieu, 2013).

A televisão, neste aspecto, pode reforçar o *habitus* dos indivíduos, reproduzindo as desigualdades sociais. Isso porque a televisão tende a representar as classes sociais dominantes de forma mais positiva do que as classes sociais dominada, ou seja, trazer para a tela os conteúdos com apelo mais comunitário, com prestação de serviço e assistencialismo, uma realidade mais comum das classes mais baixas.

O comportamento descrito por Vovó Cris ilustra a necessidade do consumo deste tipo de conteúdo logo pela manhã: “Eu gosto muito de assistir TV porque eu acho que TV esclarece as pessoas. A gente vê as notícias, os acontecimentos não só aqui na Bahia, mas também no ;mundo”. [...] Durante toda a manhã, eu assisto sozinha as emissoras daqui para pegar informação, aí vou mudando de canal, começo pela TV Bahia, depois vou para o SBT e Record até o horário do almoço.”

Respondendo aos objetivos específicos, entende-se que no turno da manhã nos dias de semana não houve integração multigeracional e a definição dos conteúdos consumidos diariamente foram escolhidos pelos idosos, exceto por um único consumo na casa do Vovô Beto, que não há o hábito de ligar a televisão pela manhã, foi definido por um dos netos.

Ao analisarmos o comportamento do mesmo turno aos finais de semana, a tomada de decisão diverge na hora de definir o conteúdo. Houve integração multigeracional para os domicílios que tiveram decisão compartilhada pela escolha da sintonia do controle remoto. Abaixo apresentamos o descritivo da análise do comportamento nas manhãs do final de semana:

Quadro 14: Comportamento do consumo da TV no turno da manhã - Finais de semana

	Onde costuma assistir	Quem definiu o conteúdo	Programação escolhida	Promoveu integração multigeracional?
Vovô Beto	Sala	Decisão compartilhada	Sábado desenho e Youtube Domingo desenho e AutoEsporte	Sim
Vovó Cris	Sem consumo de TV	Sem consumo de TV	Sem consumo de TV	Sem consumo de TV
Vovó Tereza	Não há rotina com a televisão	Netas	Sábado fora do lar Domingo Youtube	Não
Vovó Eremita	Sala	Decisão compartilhada	Sábado desenho Domingo entretenimento	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

As manhãs dos finais de semana, diferente para o mesmo turno durante os dias úteis não comportam a televisão aberta. A TV, quando usada na sua maioria, abre espaço para um

conteúdo adulto negociado ou de uso exclusivo com conteúdos conectados escolhidos pelos netos. O consumo no sábado pela manhã acontece na sala, local de convívio e de compartilhamento intergeracional.

A exemplo deste comportamento, a manhã de domingo na casa do Vovô Beto, houve negociação do conteúdo assistido: [...] “Um pouco de desenho animado para as crianças pela manhã na Netflix, com pausa para eu assistir um programa que eles sabem que eu gosto sobre carros, o *Auto Esporte* na Globo. O meu neto mais velho sempre assiste comigo. Depois do *Auto Esporte*, o conteúdo voltou a ser infantil.”

Percebe-se também uma rotina fora do lar, abrindo espaço para uma concorrência de consumo fora tela. O consumo da televisão pelos participantes da pesquisa é mais intenso no turno vespertino do que o matutino. Isso ocorre porque, nessa faixa do dia, os idosos costumam estar mais livres de atividades quando comparamos ao período da manhã. O retorno para o almoço ou a pausa nas atividades com os cuidados com a casa levam aos participantes para uma interação com a tela.

Aqui, dividimos também o turno vespertino em comportamento nos dias da semana e finais de semana. No quadro abaixo, temos o comportamento da tarde nos dias úteis:

Quadro 15: Comportamento do consumo da TV no turno da Tarde- Dias da semana

	Onde costuma assistir	Quem definiu o conteúdo	Programação escolhida	Promoveu integração multigeracional?
Vovô Beto	Sala e quarto	Avô	Jornalismo e Esporte	Sim
Vovó Cris	Cozinha	Avó	Jornalismo das emissoras abertas	Sim
Vovó Tereza	Sala	Avó	Jornalismo e entretenimento das emissoras abertas	Não
Vovó Eremita	Sala	Avó	Jornalismo e entretenimento das emissoras abertas	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

O turno vespertino, considerado dentro da faixa horária de doze horas até às dezoito horas, também oferece uma variedade maior de programas que podem atender aos interesses desse público, como os telejornais, reprises de novelas e programas da linha de entretenimento. O controle remoto neste turno é do adulto, ou seja, todos os participantes analisados foram os responsáveis pela definição dos programas da tarde dos dias de semana. É o recorte do dia em que avós e netos assistem juntos à programação, que foi definida pelos avós, ofertada pela TV aberta,

Os conteúdos jornalísticos e esportivos consumidos na televisão da sala foram pontos de encontro e integração intergeracional. A televisão se mostra, neste caso, uma ferramenta usada para conectar avós e netos. Quando estes assistem à televisão juntos, eles podem compartilhar momentos, memórias, construindo um relacionamento forte entre eles.

Vovó Tereza: “Eu estava distraída e fui mudando de canal aí parei para assistir à novela bíblica. Não tenho costume, mas gostei da novela.” Quando questionada sobre o consumo com as netas, essa participante diz que houve na hora do almoço: “O almoço foi com as netas e assistimos ao *Bahia Meio Dia*.”

Vovó Eremita: “Meu neto assiste comigo o jornal quando estamos almoçando, ele até comenta alguma coisa. Agora eu vou arrumar a cozinha e depois vou descansar o almoço vendo o jornal”.

Vovó Cris: “O jornal do Meio Dia eu assisto com minha neta porque está na hora dela ir para a escola”. Foi com essa frase que vovó Cris que estava sintonizada na Aratu, afiliada do SBT com o *Que Venha o Povo*, programa jornalístico local, mudou para o Bahia Meio Dia, na TV Bahia trouxe a rotina com a neta no início da tarde.

Vovô Beto: “Quando cheguei para o almoço, liguei a TV para assistir ao *Globo Esporte*, programa esportivo da TV Bahia, enquanto o almoço ainda não tinha sido servido. Meu neto assistiu junto comigo. Somos apaixonados por futebol. Eu sou Bahia e meu neto é Vitória. Temos um pacto: um ajuda o outro na torcida quando os nossos interesses não conflitam”.

O *habitus* refere-se a uma gama particular de disposições socialmente aceitas de comportamentos que são propriedade única de cada indivíduo, porém propriedade adquirida, aprendida e compartilhada com os demais membros da mesma formação coletiva. O *habitus* é durável, apesar de mutável. Conduzindo para o comportamento domiciliar com o consumo do conteúdo televisivo, neste caso o jornalístico, pode cristalizar ou potencializar as diferenças culturais a partir das estruturas sociais vigentes. O consumo da televisão no período vespertino aos finais de semana tem um conteúdo diferente dos consumidos aos dias de semana. Abaixo o quadro com o comportamento do consumo nas tardes dos finais de semana:

Quadro 16: Comportamento do consumo da TV no turno da Tarde – Finais de semana

	Onde costuma assistir	Quem definiu o conteúdo	Programação escolhida	Promoveu integração multigeracional?
Vovô Beto	Sala	Avô	Futebol	Sim
Vovó Cris	Sem consumo de TV	Sem consumo de TV	Sem consumo de TV	Sem consumo de TV
Vovó Tereza	Quarto e na sala	Avó / Netas	Youtube, Entretenimento e Netflix	Sim
Vovó Eremita	Sala	Decisão compartilhada	Jornalismo e Entretenimento	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

O entretenimento e as plataformas de streaming ganham visibilidade no consumo. Vale lembrar que o tempo dedicado aos finais de semana inferior ao tempo dedicado à TV nos dias de semana é puxado pelo sábado. O final de semana vespertino também é marcado pela promoção da integração entre avós e netos para quem fez consumo do conteúdo no turno analisado.

Vovó Eremita: “No sábado o neto passa mais tempo no celular jogando, mas assistimos Mion²⁵ juntos”. Vovó Tereza: “Eu não gosto de jogo e assisti Rodrigo Faro ²⁶que o programa estava muito bom. Depois mudei para o Luciano Huck²⁷, o programa que eu gosto muito e quando começou o *Fantástico* eu desliguei a TV do quarto e me juntei às netas e a filha que estavam assistindo um filme na Netflix. Elas estavam assistindo Matilda²⁸. Fiquei com elas. Depois peguei no sono.”

Vovô Beto: [...] só voltamos a assistir televisão por volta das 16h30, quando coloquei a televisão da sala para assistir ao jogo do Flamengo. Meu neto é companheiro nisso e a neta menor vai junto pela farra. Enquanto isso, a esposa e sogra de vovô Beto ficaram na programação da TV Globo, no quarto.” O mesmo comportamento aconteceu no dia seguinte, no domingo: “À tarde ficamos focados no futebol, primeiro o jogo do Bahia e depois o jogo do Vitória. A família, tios e primos, foram para a nossa casa também.”

A partir do recorte destes fragmentos é possível apontar os conteúdos consumidos como agregadores. Cada domicílio, dentro da sua particularidade, consumindo um tipo de programação, contudo a TV continua sendo capaz de reunir em torno de si a família, oferecendo

²⁵ Caldeirão com Mion é o programa de auditório exibido sábado pela tarde na Rede Globo. O programa é apresentado por Marcos Mion.

²⁶ Rodrigo Faro é apresentador do programa de auditório A Hora do Faro, exibidos aos domingos na Rede Record.

²⁷ Luciano Huck é apresentador da TV Globo e possui um programa que é exibido aos domingos, o Domingo com Huck.

²⁸ Matilda é um filme de comédia estadunidense de 1996, dirigido por Danny DeVito e estrelado por Mara Wilson. É baseado no livro de mesmo nome.

a todos, nos momentos destinados ao lazer um cardápio de assuntos (Bezerra, 1999).

No contexto de nossa pesquisa, o consumo noturno da televisão nos dias de semana é exclusivo dos idosos e não há nenhuma integração intergeracional. Abaixo o quadro com o comportamento na faixa das 18 às 24 horas:

Quadro 17: Comportamento do consumo da TV no turno da Noite – Dias de semana

	Onde costuma assistir	Quem definiu o conteúdo	Programação escolhida	Promoveu integração multigeracional?
Vovô Beto	Sala	Avô	Jornalismo e Novelas	Não
Vovó Cris	Sala e Cozinha	Avó	Jornalismo e Novelas	Não
Vovó Tereza	Sala e Quarto	Avó	Novelas	Não
Vovó Eremita	Sala	Avó	Jornalismo e Novelas	Não

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

O conteúdo consumido e escolhido é o ofertado pela composição grade de programação das emissoras abertas com jornalismo e novelas. Aqui, importante destacar que a classificação indicativa dos conteúdos no horário não foi ponto de atenção nem um norteador para a ausência de integração entre as gerações.

O horário nobre, conhecido por reunir uma grande audiência em frente a televisão, para os participantes analisados é o período da não negociação, da desopilação, do “assistir à novela que eu gosto”. Assim como o turno da manhã nos dias de semana, a noite é do conteúdo adulto, sem brecha para concessões. Tem-se aqui a televisão como um objeto desagregador motivado pelo hábito do idoso de assistir o conteúdo escolhido sem se preocupar se será sozinho ou acompanhado.

Vovô Beto: “Acabei de chegar em casa e encontrei uma negociação quente: o neto mais velho quer assistir um desenho animado de futebol no Youtube e a neta menor está assistindo outro desenho no *Gloobinho*. A disputa foi encerrada quando assumimos, eu e minha esposa, o controle da televisão e mudamos o canal para a ver a novela”.

Vovó Eremita: “Hoje não teve nada de diferente. Assisti as novelas e os jornais da Globo até 22h. Meu neto estava no celular e não assistiu televisão comigo.” Na pesquisa, foram geradas várias mensagens ao longo das semanas das coletas, estas foram registradas através de texto, vídeos ou áudios. Em nossa perspectiva, era importante não fazer uma “compreensão espontânea” (Bardin, 1977) dos dados que estavam sendo coletados.

Diante disso, ao analisarmos a rotina dos participantes durante a semana, considerando

os turnos dos dias úteis, o consumo do conteúdo foi mais imposto pelos idosos que raramente tiveram que se enquadrar as escolhas dos filhos e netos. As casas são deles, logo os filhos e netos são os agregados, o que confirma e justifica o resultado observado de ser o idoso, o “dono do controle remoto” e atribuir o “horário para crianças e adultos” em frente à TV.

Temos aqui os participantes protagonistas, que vão além do domínio do controle remoto. São idosos ativos, com total autonomia e domínio do quer consumir. A televisão, companheira de muitos aos longos destes mais de 70 anos perdeu a relevância aos finais de semana dando voz as atividades fora do lar para os participantes analisados. A análise do comportamento do consumo do conteúdo no turno da noite aos finais de semana, nos direciona para o domingo como único momento unânime agregador entre avós e netos. Abaixo o quadro com o comportamento da faixa noturna nos finais de semana.

Quadro 18: Comportamento do consumo da TV no turno da Noite – Finais de semana

	Onde costuma assistir	Quem definiu o conteúdo	Programação escolhida	Promoveu integração multigeracional?
Vovô Beto	Sala	Avô	Futebol	Sim
Vovó Cris	Sala	Avó / Neta	Entretenimento	Sim
Vovó Tereza	Sala e quarto	Avó / Netas	Entretenimento	Sim
Vovó Eremita	Sala	Avó	Entretenimento	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Vovó Cris: “O domingo pela noite foi com um pouco de filme na Netflix para jantar com a neta. Assistimos *Thundermans* e depois me deitei por volta de 20h30.”

Vovó Eremita: “A nossa programação contou com o Programa Silvio Santos. Toda família assistiu junta.”

Historicamente, o domingo é o dia de reunir a família e o consumo do conteúdo televisivo foi majoritariamente consumido na sala, o que nos direciona para o hábito familiar de reunião na sala com a família em frente à TV muito comum nas décadas de 1950 e 1960, quando a televisão se tornou um item comum nas famílias brasileiras. Logo, a televisão dentro do contexto analisado continua sendo uma fonte de informação, entretenimento e socialização entre o membro mais velho e o mais novo do lar multigeracional.

5.5 A quinta categoria – porquê

No desta categoria, propomos a análise da motivação sobre o consumo daquele conteúdo televisivo. Bourdieu (2013) busca compreender a importância do corpo a partir do conceito de *habitus*, no qual o corpo serve como um receptáculo social e cultural que incorpora uma visão de mundo em que o sujeito está inserido em uma fórmula que se encontra na origem do estilo de vida. Assim, o *habitus* tende a produzir estruturas que permitem “[...] a percepção do mundo social e por sua vez, o produto da incorporação” (Bourdieu, 2013, p. 164) de práticas com relativa autonomia.

Na busca por respostas sobre a causa das preferências sobre determinado tema ou teor televisivo, estimulávamos os participantes sobre o porquê consumia aquele canal ou aquele programa. Aqui, de forma mais subjetiva, os elementos foram: **estar bem-informado; hábito/costume de assistir determinado conteúdo; assistir o conteúdo com a família; programa para toda família; preferência pelo conteúdo.**

No quadro abaixo, pode-se identificar que todos os participantes responderam que as razões pelas quais os participantes eram levados a assistir determinado conteúdo ou programa, a definição unânime era a de “se informar”.

Quadro 19: Motivações do consumo da TV

Vovô Beto	Vovó Cris	Vovó Tereza	Vovó Eremita
Se informar	Se informar	Se informar	Se informar
Se entreter	Se entreter	Se entreter	Se entreter
Preferência pelo conteúdo	Costume	Costume	Costume

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Aquele produto que estava sintonizado na televisão do domicílio escolhido pelo idoso era motivado primeiramente para consumo da informação. O costume de ligar a TV e consumir determinado programa, é característica das avós que replicam, neste caso, um hábito e estão cientes dessa conformidade.

6. AS ROTINAS DOS PARTICIPANTES

O papel social do idoso vem se modificando nas últimas décadas. A permanência no mercado de trabalho e sua autonomia ampliam seus interesses, fazendo com que essas pessoas participem de outras atividades, não sendo apenas mais uma peça familiar. A rotina dos idosos durante uma semana trouxe a televisão como ponto de entretenimento e informação analisada a partir das unidades de registro, conforme sinalizado acima. As definições do consumo do conteúdo feitas pelos participantes no questionário da entrevista eram confrontadas com as respostas do que estava sendo consumido.

O trabalho fora do lar para os avós da amostra é mais representativo do que o cuidado com os netos dentro do lar. Logo, temos idosos que moram com os netos que usam a televisão majoritariamente para se informar, através do telejornalismo e são responsáveis pelo controle remoto do domicílio. O consumo televisivo com os netos acontece preferencialmente aos finais de semana, com um destaque para o domingo.

Investigar famílias abarca características como repetição e continuidade, diferenciação, construção de afetos e sentimento de pertinência (Costa, 2003). Com os casos estudados, há pontos de similaridades entre os idosos coabitando em lares multigeracionais. Um ponto em sinergia entre os participantes da pesquisa é que todos os idosos eram ativos, independentes com trabalho dentro ou fora do lar.

Diante do exposto acima, após a análise comportamental dos participantes, exploramos a rotina dia a dia dos participantes, com análises individuais dos participantes da pesquisa. Começaremos conhecendo a rotina do vovô Beto, primeiro participante coletado, e depois seguindo a ordem de coleta das amostras com vovó Cris, vovó Tereza e vovó Eremita, respectivamente.

6.1 A rotina do vovô Beto

A coleta das informações começou numa quarta-feira e se estendeu até a terça da semana seguinte. Na análise de perfil, o entrevistado sinalizou que assiste TV aberta todos os dias e preferencialmente pela noite. Dentre os conteúdos televisivos preferidos estão o entretenimento e o informativo. Para entender o hábito de consumo do Vovô Beto, o dia do pesquisado foi coletado em partes do dia, sendo: manhã, horário até 12h; tarde de 12 às 18h; e noite a faixa das 18h às 24h, durante os sete dias de coleta.

Relembrando o perfil do idoso, ele tem 65 anos, é casado, mora com esposa, filha, genro

e um casal de netos. Possui ensino superior, trabalha fora do lar, com um consumo televisivo diário e com preferência pelo informativo e pelo entretenimento. Logo no primeiro dia de coleta, foi percebido uma condução muito rítmica de horários em todos os turnos nos dias de semana. O participante acorda sempre no mesmo horário, às 5 horas, com o café por volta das 7 horas e sai para o trabalho por volta das 7 horas e 30 minutos, retornando às 12 horas e 30 minutos para o almoço em casa.

Para o turno matutino do primeiro dia de coleta, não houve um interesse no consumo da informação oriunda da TV. Não houve comportamento de nenhuma necessidade de informação nessa faixa horária. O contato com os netos é breve, pois estes saem para a escola por volta das 6 horas e 30 minutos.

Para o turno da vespertino, mesmo não sendo apontado na entrevista inicial, há o consumo do esporte e do jornalismo nacional, ambos priorizados pelo canal TV Globo. Aqui, há claramente um campo aberto para negociações entre avô e netos de qual conteúdo assistir e quem vai assistir. O gênero esportivo está presente em três canais de emissoras abertas em Salvador, se mostrando importante para compor a grade de programação. Na TVE e na TV Band, o conteúdo é exibido de segunda a sexta. Na TV Bahia, as exibições vão de segunda a sábado. Apesar de apresentar características próprias, o conteúdo esportivo sempre ficou no meio entre informação e entretenimento. Contudo, na classificação utilizada pela pesquisadora, se enquadra no gênero esportivo.

O consumo é feito apenas no início da tarde, pois o retorno para o trabalho acontece por volta das 14 horas. Vovô Beto só estará na residência às 18 horas. Outro ponto de análise é a presença do *vídeo on demand* (VOD) ou também denominado de vídeo sob demanda. Aqui, a preferência e prioridade é do consumo infantil com os netos fazendo uso, sem a presença do avô. A interferência do idoso neste tipo de conteúdo consumido é nula ou inexistente. A preferência pelo conteúdo VOD é para os desenhos infantis e não há um turno específico para consumo. É sempre que possível e está à disposição das crianças.

No turno da noite, os gêneros novela e jornalismo lideram a audiência no consumo e o horário de desligar a televisão é marcado em torno das 23 horas. O *habitus* do conteúdo noturno é inegociável. É o horário dos adultos, como o pesquisado por vezes sinalizou, é o horário que a televisão não está em negociação. Este padrão de comportamento é percebido em todos os dias da semana, incluindo os finais de semana – período que a rotina do domicílio, incluindo a de assistir televisão é alterada.

6.2 A rotina da vovó Cris

A coleta de dados com a Vovó Cris, começou numa sexta-feira e se estendeu até a quinta da semana seguinte. Vovó Cris informou na entrevista que assistia TV Aberta todos os dias, na maioria das vezes sozinha e os locais de consumo do conteúdo eram a sala, o quarto e a cozinha. A preferência da programação desta participante é pelo conteúdo informativo. Relembrando o perfil da idosa, ela tem 65 anos, é casada, mora com esposo, filho, enteada e neta. Possui ensino médio, trabalha fora do lar, com um consumo televisivo diário e com preferência pelo informativo e pelo entretenimento.

A rotina semanal de Vovó Cris no turno da manhã é bem-marcada em horários. Ela praticamente segue um ritual quando não está de plantão no hospital. Acorda rigorosamente às 4 horas e faz o consumo da informação logo nas primeiras horas do dia. A televisão fica em segundo plano no resto da manhã como uma companheira nas atividades domésticas. O consumo de conteúdo junto com a neta nos dias de semana não aconteceu em nenhum turno.

Diferente do primeiro idoso analisado, não há horário para adultos e horário para crianças em frente à TV. Avó e neta consomem seus conteúdos de forma apartada. Outro ponto percebido neste lar multigeracional é que com as diversas possibilidades de aparelhos espalhados pela residência, a TV funciona como “som ambiente”.

No final de semana, a televisão é pouco ou nunca lembrada. O sábado e domingo são marcados de forma diferenciadas. O sábado, ainda um dia útil para a Vovó Cris, a rotina é exaustiva como vendedora de comida. Tem-se então o domingo com para curtir momentos com amigos e família. Aqui, a televisão só se fez presente à noite e em companhia da neta e o conteúdo agregador escolhido foi o infantil. Há uma convergência do que foi descrito em entrevista para o que foi coletado na semana da análise.

6.3 Rotina da vovó Tereza

A coleta de dados da Vovó Tereza, começou numa terça-feira e se estendeu até a segunda-feira seguinte. Vovó Tereza, em entrevista, definiu seu o perfil de assistir televisão sozinha na maioria das vezes, no quarto ou na sala. O consumo é diário nos turnos vespertinos e noturnos e a preferência da programação é pelo entretenimento. Esta participante é a mais velha dos quatro idosos selecionados, mas ativa na rotina do lar e fora dele com atividades pessoais como dança, pilates e shopping.

Relembrando o perfil da idosa, ele tem 83 anos, é divorciada, mora com a filha e duas

netas. Possui ensino superior completo, aposentada, com um consumo televisivo diário e com preferência pelo entretenimento, aqui exemplificado pelas novelas.

A rotina matinal de Vovó Tereza não inclui a televisão. Não há um interesse em consumir o conteúdo às demandas diárias. Com atividades fora do lar no período, a televisão só achou brecha num único dia sem atividades externas. Mesmo com mais de 80 anos, as saídas diárias realizadas por essa participante impressionam, assim como os compromissos que esta mantém com a academia e o mercado.

O contato com as netas em frente à TV é raro. Não há disputa pelo controle remoto, mas fica claro que à noite a prioridade pelo gênero novelas é de interesse exclusivo da Vovó Tereza. Aqui, tem-se uma preferência percebida e uma fidelidade para o conteúdo exibido na Rede Globo a partir das 18h, com a novela *Amor Perfeito*. Curiosamente, a novela é temporal, de época, e remete um período familiar e vivido pela entrevistada. “Eu vim assistir televisão só agora, Amor Perfeito. Eu gosto da novela que mostra os tempos antigos”, diz Vovó Tereza. Há uma convergência do que foi descrito em entrevista para o que foi coletado na semana da análise, principalmente nos horários de consumo.

6.4 Rotina da vovó Eremita

Diferente dos demais idosos da pesquisa, Vovó Eremita só assiste TV aberta na sala e na maioria das vezes está acompanhada pelo seu neto. O consumo é diário e não há, pelo que foi descrito na entrevista, uma prioridade por nenhuma parte do dia para uma maior exposição em frente à televisão.

Relembrando o perfil da idosa, ele tem 65 anos, é casada, mora com a filha, esposo e o neto. Possui ensino médio, é dona de casa e sobre a programação, a preferência é pelo conteúdo informativo. A coleta de dados começou numa quarta-feira e seguiu até a terça da semana seguinte, completando os sete dias.

A rotina matinal de Vovó Eremita começa bem cedo, às 5 e 45 da manhã, é com a televisão de plano de fundo. Não há uma atenção exclusiva ao conteúdo, uma vez que a telespectadora afirma “ouvir” às notícias. O perfil do cuidado com o neto diverge dos demais analisados, uma vez que parte da rotina de dona de casa é contempla as obrigações com a educação, ida ao colégio, colocar para realizar atividade e não deixar a criança sozinha quando precisar sair. O consumo do conteúdo é majoritariamente definido pela participante. O neto acompanha, participa, mas o controle remoto é da avó. Este comportamento é bem percebido no turno vespertino, quando a televisão é ligada no telejornal *Bahia Meio Dia*, depois do

programa *Balanço Geral*, exibido em outra emissora, e, por fim, assiste ao Programa *Fofocalizando*,²⁹ sempre a companhia do neto.

Mesmo que esta participante, afirme priorizar um conteúdo informativo, o entretenimento através das novelas e do programa de fofoca aparecem como um padrão de comportamento durante a semana e os programas de auditório no domingo que direcionam para o interesse que vai além do conteúdo jornalístico.

²⁹ Programa de entretenimento exibido no SBT de segunda a sexta-feira.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensar e estudar o idoso presente no lar multigeracional e seu consumo do conteúdo televisivo é o primeiro passo para entender como seguirá o futuro deste meio de comunicação tão vivo e assim como o recorte etário da pesquisa, está em constante mudança e evolução. A família está em transformação. A televisão também está em transformação, caminhando para uma mudança tecnológica na sua forma de interação com o telespectador. Olhar para este cruzamento de informação e comportamento é uma tentativa de enxergar o que vem pela frente nos próximos anos para este veículo de comunicação.

Ao estudar a trajetória da televisão no Brasil, os passos que propiciaram as condições necessárias para a instalação deste veículo de comunicação no país, tem-se a expansão tecnológica como fator importante para o desenvolvimento, distribuição e regionalização da programação. Contudo, o hábito de consumir o que é produzido e reproduzido é o que a tornou este, o principal meio de comunicação, principalmente entre os idosos.

Ao dar início a esta pesquisa de mestrado, a pergunta da pesquisa era compreender como o idoso que coabita em famílias com mais de uma geração consome os conteúdos televisivos ofertados pelas principais emissoras abertas no cotidiano familiar, verificando se o consumo de TV por pessoas idosas convivendo com seus netos é uma escolha dos mais velhos ou dos mais novos e se há alguma integração intergeracional ao consumir algum conteúdo no ambiente de convivência familiar.

Os idosos são o público que mais consome TV linear e isso ocorre por diversos motivos, como o fato de que a TV é um meio relativamente acessível e fácil de operar, que oferece uma variedade de programas e conteúdos que podem atender às diferentes necessidades e interesses dos idosos. O consumo de TV pelo idosos desempenha um papel importante por ser fonte de informação sobre questões relevantes como saúde, política e atualidades, além de ser uma forma de manter contato com o passado e com as memórias afetivas.

Uma pesquisa com essas características, isto é, com coleta diária de quatro idosos e seu consumo dentro de uma família multigeracional com olhar subjetivo e um entendimento sobre o consumo, atualmente não é oferecida pelos institutos de pesquisa de mediação de audiência que analisam dados quantitativos e qualitativos, estes apenas realizam essa modalidade sob demanda.

Ao longo do processo, descobertas importantes foram feitas, informações importantes foram coletadas para futuros estudos na área e análises para compreendermos melhor é o uso do

controle remoto para os participantes analisados, representativos para o novo modelo familiar. A partir dos resultados da pesquisa, o objetivo geral e os específicos foram alcançados. Foi possível observar que o consumo de televisão por idosos que coabitam com seus netos é uma prática extremamente comum e que pode ser influenciada por ambos os grupos geracionais. Os idosos ao sintonizar a televisão procuram informação, entretenimento e, em alguns casos, companhia.

A televisão permanece sendo uma companheira para os idosos, uma “casa cheia”, onde se é permitido realizar as atividades rotineiras acompanhados do som, dos apresentadores conhecidos e preferidos. A atenção é dispersa, mas o hábito é contínuo. Notícia no café, notícia no almoço e no jantar com os enredos curiosos das novelas preferidas. Cabe o destaque que, mesmo os domicílios tendo televisores em diversos cômodos da casa, a sala é o lugar onde as gerações se juntam em frente à TV.

Uma sinalização importante sobre o consumo de conteúdo jornalísticos pela geração mais nova que assiste junto aos avós, é a possibilidade de, então, criar uma nova leva de telespectadores com um perfil de consumir notícia na televisão aberta, mas o entretenimento em outros canais de conteúdo.

Durante o levantamento das informações, outros meios de comunicação apareceram na rotina diária dos idosos em substituição ao consumo de televisão em algum momento do dia. O rádio e a internet apareceram como hábito de consumir conteúdo, mas ainda de forma tímida. Outro dado relevante apontado na análise é que o consumo do meio TV com os netos aparece em sua maioria incentivado pelos idosos e perde espaço para outras telas. O celular e o tablet são as novas telas dos netos e o Youtube é a nova emissora mais consumida por estes.

A riqueza da internet como fonte de informação independe das motivações e dos objetivos da busca. Essa ferramenta materializa algumas das marcantes características da nossa era, como a sobrecarga informacional, a fragmentação da informação e a globalização (Yamaoka, 2006). Neste contexto, ao nos debruçarmos sobre a coleta das informações dos quatro participantes, identificamos um uso do aplicativo WhatsApp sem maiores dificuldades, apenas com preferências entre áudio, texto ou vídeo. O áudio foi o recurso mais utilizado entre todos os idosos ao compartilhar a sua rotina. A característica principal era de um diálogo documental como um diário de atividades que foi seguido como um roteiro dividido em turnos do dia.

Constatamos que o aumento da expectativa de vida e a queda na natalidade têm levado ao crescimento das famílias multigeracionais, nas quais os avós assumem papéis cada vez mais importantes, em alguns casos a criação dos netos. Nesse contexto, a televisão pode se tornar um

importante instrumento de comunicação e principalmente de interação entre as gerações, permitindo que compartilhem experiências e valores culturais.

Ao analisar as transformações familiares na contemporaneidade, há aspectos que se destacam, como os novos conceitos e novas configurações, por exemplo. Os novos conceitos da família contemporânea trazem luz às transformações que ora se assiste. No passado as famílias eram orientadas por aspectos de obediência ao pai e hoje a base das uniões é o afeto. Desse modo, a dinâmica da família se baseia nos princípios de reciprocidade entre os gêneros, liberdade e responsabilidade.

Para as novas configurações familiares, observa-se a pluralidade de trajetórias familiares e individuais com a presença de parentescos sociais. Além disso, a longevidade ganha destaque como um fenômeno atual de relevância. Os avós que, antigamente, eram uma figura de segundo plano ou um peso familiar, hoje têm importância social e econômica. A longevidade dos avós tem contribuído para uma convivência cada vez maior com as gerações subsequentes e cada vez mais participam da vida social, afetiva e financeira. Afinal, os avós podem cuidar, transmitir informações culturais e conhecimentos adquiridos através das experiências ao longo dos anos.

As transformações familiares também têm impacto direto com o envelhecimento da população e as implicações significativas para o mercado de trabalho, com o número crescente de idosos atuantes e essa tendência que deve continuar nos próximos anos, com mais idosos economicamente ativos e independentes. Das questões básicas que nortearam esta pesquisa, em resposta, pode-se afirmar que a forma como essa amostra usa a televisão dialoga com as tendências encontradas na literatura, com alto consumo do conteúdo jornalístico, com um tempo de uso diário em grande patamar, principalmente no horário noturno e possuem alta afinidade com a mídia televisiva. No caso desta pesquisa, os participantes são os provedores e donos dos lares.

Um dos achados que chamaram atenção nas respostas dos participantes foi o consenso sobre os netos assistirem com os avós os conteúdos jornalísticos locais. Este fato pode direcionar as emissoras para uma linguagem que atraia mais as audiências jovens que estão fora do consumo da televisão aberta, sem perder de vista a audiência do público afim e fiel, o idoso.

Por fim, a seleção da temática de pesquisa aqui apresentada é fruto da inquietação de compreender melhor a televisão aberta e seu consumo dentro do lar multigeracional pela ótica do idoso e do entusiasmo pessoal em entender como o conteúdo é definido. Acredita-se que a pesquisa com o recorte na realidade ao nosso redor é importante para um conhecimento científico na área e mesmo não sendo tão inovadora, pode também contribuir com as emissoras de televisão na reflexão sobre a grade atual de programação a respeito deste fenômeno atual,

que é o hábito de ver TV nas famílias multigeracionais. Além disso, tendo em vista que ainda é escasso o material produzido com esse cruzamento de informações, novos olhares e pontos de vista sobre a televisão dentro desta perspectiva podem surgir, uma vez que as emissoras ainda carecem de estudos e pesquisas sobre o tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABERT, **Associação Brasileira de Rádio e Televisão**. Disponível em <https://abert.org.br/site/imprensa/noticias/79-dos-brasileiros-assistem-tv-para-se-informar>. Acesso em: 23 fev. 2024.
- ACOSTA, A. R. VITALE, M. A. (Org.) **Família, Redes, Laços e Políticas Públicas**. 4ª edição, Editora Cortez, São Paulo, 2008.
- ALCÂNTARA JÚNIOR, José. O conceito de sociabilidade em George Simmel. *Ciências Humanas em Revista*, v.3, n.2, 2005.
- ALMEIDA, H. B. **Muitas mais coisas: telenovela, consumo e gênero**. Universidade Estadual de Campinas, SP. 2001
- ALVES, J. E. D. **Demografia e Economia: Nos 200 anos da Independência do Brasil e cenários para o século XXI**, Rio de Janeiro, 2022. ENS (Escola de Negócios e Seguros), 2022.
- ALVES-MAZZOTTI, A. J. GEWANDSZNAJDER, F. **O método nas ciências naturais e sociais**. São Paulo, Pioneira, 1998
- ANSHEN, R.N. **Famiglia la sua funzione e il suo destino**, Milano, Bompiani, 1967.
- ARATANGY, L. R. e Posternnak, L. **Livro dos avós: na casa dos avós é sempre domingo?** 6ª ed. São Paulo. Primavera Editorial.
- ARDIGÓ, A. PIERPAOLO, D. **Famiglia e Industrializzazione**, Milano, Fanco Angeli, 1976.
- ARONCHI DE SOUZA, J. C. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.
- ATTIAS-DONFUT, Claudine. **Sociologie des générations**. Paris. PUF, 1988.
- ATTIAS-DONFUT, C; SEGALEN, M. **L'invention de la grand-parentalité**. La pluraliparentalité. Paris: Universitaires de France, 2001.
- AZEVEDO, M. L. N. de. **Espaço social, Campo social, Habitus e o Conceito de classe social em Pierre Bourdieu**. *Revista Espaço Acadêmico*, Maringá, Universidade Estadual de Maringá, ano III, nº 24, mai 2003.
- BAPTISTA, M. V. **Planejamento Social: intencionalidade e instrumentação**. 3ª ed. São Paulo. Editora Veras, 2015.
- BARBOSA, M. **Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil**. In: *História da*

televisão no Brasil. Org. Ana Paula Goulart, Igor Sacramento, Marcos Roxo. São Paulo, Contexto, 2010.

BARBOSA, R. M. **Desejo de filhos e infertilidade**: um estudo sobre a reprodução assistida no Brasil. São Paulo. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade Federal de São Paulo, 1999.

BARBOSA, R. M. **Relações de gênero, infertilidade e novas tecnologias reprodutivas**. Estudos feministas, v.8, n.1, p. 212-228. 2000

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 1977 e 2011.

BAUER, W, M. GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som**. Editora Vozes, 2002.

BAUMAN, Z. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed., 2004.

BAUMAN, Z. **Vida Líquida**. 2ª Ed. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2007.

BAZI, R, E. **TV Regional**: trajetória e perspectivas. Campinas: Alínea, 2001

BAZI, R. E. **Depois da TV digital**: o telejornalismo e as rotinas produtivas em uma emissora regional. In: Revista Brasileira de Estudos de Jornalismo: Campinas: Puc-Campinas, V.6 nº18, 2016.

BEZERRA, W. **Manual do Telespectador Insatisfeito**. São Paulo: Summus, 1999

BILAC, E. D. **Família**: Algumas inquietações. In: Carvalho, M. do. C.B (org). A Família Contemporânea em Debate. 3ª edição. São Paulo: EDUC – Cortez. 2000

BILAC, E. D. **Trabalho e família**: articulações possíveis. Tempo Social, São Paulo, SP. V.26, n.1. 2014

BILAC, E. D. **Estruturas familiares e padrões de residência**. Campinas, SP. Nepo/Unicamp, 2003.

BILLÉ, M. A. **Quoi servente les grans-parents?** Des grands-parents pour introduire au “sacrê”. Dialogue – Recherches cliniques et sociologiques sur le couple et la famille. 2022.

BORGES, A. Castro, M. **Família, gênero e gerações**: desafios para as políticas sociais. Editora Paulinas, São Paulo, 2007.

BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão**: seguido de a influência no jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997

BOURDIEU, P. **As razões práticas sobre a teoria da ação**. Campinas: Papyrus, 2007

BOURDIEU, P. **Coisas ditas**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

BOURDIEU, P. **Escritos de educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.

BOURDIEU, P. **Meditações Pascalianas**. 1ª Edição. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2001.

BOURDIEU, P. **Sobre o poder simbólico**. 7ª ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2009.

BOURDIEU, P. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Trad. Daniela Kern; Guilherme J, F. Teixeira. São Paulo: Edusp, 2013.

BRANDÃO, L *et al.* **Narrativas intergeracionais**. *Psicologia: reflexão e crítica*, v.10, n.1, p.98-105, 2006.

BRITO, L. M, **De “papai sabe tudo” a “como educar seus pais”**: considerações sobre programas infantis de TV, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/RrSRNB8XrnQYzJvqQXpJRCM/?lang=pt>. Acesso em: 20 de maio de 2022.

CALDAS, D. QUEIROZ, M. **O novo homem: comportamento, moda e mercado**. In: CALDAS, Dario (org). *Homens*. São Paulo. Editora Senac, 1997.

COMSTOCK, G. Chafee, S. KATZMAN, N. MCCOMBS, N. ROBERTS, D. **Television and human behavior**. New York: Columbia University Press, 1978.

COMSTOCK, G. **The Evolution of American Television**. London: Ed. Sage, 1989.

COMSTOCK, G. e Paik, H. *Television and the American Child*. New York: Academic Press, 1991.

CONDY, J. **The Psychology of Television**. New Jersey: Erlbaum, 1989.

CONVIVA. **Plataforma de monitoramento de streaming**. 2020. Disponível em: <https://www.conviva.com/about/>. Acesso em: 11 nov. de 2023

CANCLINI, N. G. **Culturais híbridas**. São Paulo. EdUSP, 2008.

CANNITO, N. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo. Summus, 2010.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE (CNS). **Resolução 510 de 07 de abril de 2016**. Diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Fundação

Oswaldo Cruz. Brasília, 2016.

CARDOSO, A. R. **Avós no Século XXI, Mutações e Rearranjos na família contemporânea**. Curitiba: Juruá, 2011.

CARDOSO, A. R. BRITO, L. M. T. **Ser avó na família contemporânea: Que jeito é esse?** Psico – USF, Bragança Paulista, 19 (3), 433-441. 2014. Disponível em <https://www.scielo.br/j/psuf/a/tmg74TnDSLQ4QH4fFpn8Lky/?lang=pt>. Acesso em: 10 ago. de 2022.

CARVALHO, A. M. **Família, Subjetividade e Vínculos**. Editora Paulinas. 2007.

CARVALHO, M. do C. **A Família Contemporânea em Debate**. São Paulo, EDUC – Cortez, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro, Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo, Paz e Terra, 2007

CASTELLS, M. **Comunicação Móvel e Sociedade: Uma perspectiva Global**. Lisboa, Portugal. Fundação Calouste Gulbenkian, 2009.

CASTILHO, T. **Família e relacionamento de gerações**. Painel do Congresso Internacional de Educação de Gerações. SESC, SP, 2003.

CASTRO, C. **A pesquisa sobre TV Digital no Brasil: A primeira geração**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, jan-fev. São Paulo. Intercom, 2009.

COSTA, I. I. **Família e psicose: uma proposta de intervenção precoce nas primeiras crises de sofrimento psíquico grave**. In: FERES- CARNEIRO, T. **Família e casal: saúde, trabalho e modos de vinculação**. São Paulo: Casa do Psicólogo. 2003.

COUSTRIM, Rosa Maria. **Algumas considerações teóricas e metodológicas sobre estudos de sociologia do envelhecimento**. Disponível em: <http://www.unati.uerj.br>. Acesso em: 08 de dezembro de 2022

COUSTRIM, R. M. *et al.* **Apontamentos a respeito do papel dos avós no cotidiano escolar de crianças do ensino fundamental**. Núcleo de Estudos Sociedade, Família e Escola. 2006. Disponível em: <https://www.ufpi.br/mesteduc/eventos/ivencontro>. Acesso em: 19 de jul. de 2022

CRITCHTER, C. **Is there anything on the box? Leisure studies and media studies**. Leisure Studies, n.11, p. 97-122, 1992.

DAVIS, R. WESTBROOK, J. **Television in the Lives of the Elderly: Attitudes and Opinions.** Journal of Broadcasting and Electronic Media, vol. 29, n.2, Spring, p. 209-214, 1985.

DEBERT, G. G. **A Reinvenção da velhice.** São Paulo. Edusp; Fapesp, 1999.

DESMURGET, M. **A Fábrica dos cretinos digitais: Os perigos das telas para nossas crianças.** Tradução Mauro Pinheiro – São Paulo. Vestígio, 2021.

DIAS, C. M. de S.B. SILVA, D. V. **Os avós: Uma revisão da literatura nas três últimas décadas.** In T. Féres-Carneiro (Org.), Casal e família, entre a tradição e a transformação. Rio de Janeiro: Nau, 1999.

DIAS, C. M. de S. B. SILVA, M. A. S. **Os avós na perspectiva de jovens universitários. Psicologia em estudo. Pernambuco,** 2003. Disponível em <https://www.scielo.br/j/pe/a/W8SCPshHWn3skjpLxZSY4Ld/?lang=pt>. Acesso em: 05 de outubro de 2022.

DIAS, C. M. de S.B. **A influência dos avós nas dimensões familiar e social.** Revista Symposium. Ciências, Humanidades e Letras, Universidade Católica de Pernambuco, 2002.

DIAS, O. M. **A família numa sociedade em mudança problemas e influências recíprocas.** Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/fc58/9716bc41b002474e20d787f00c380030edb8.pdf>. Acesso em: 8 de fev. de 2022.

DINIZ, R. D. A. **Família, a televisão e a constituição da criança em consumidor.** Dissertação (mestrado em Ciências Sociais) – Uberlândia, 2015. Disponível em <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/12916>. Acesso em: 8 de fevereiro de 2022

DONATI, P. **Família no século XXI,** Abordagem relacional. Tradução João Carlos Petrin. São Paulo: Paulinas, 2008.

DONOHEN, L. PALMGREEN, P. RAYBURN, J. **Social and Psychological Origins of Media Use: A Lifestyle Analysis.** Journal of Broadcasting and Electronic Media, vol. 31, n.3, Summer, 1987.

DURKHEIM, É. **As regras do método sociológico.** São Paulo: Editora Nacional, 1977.

ECA, **Estatuto da Criança e do Adolescente.** Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.

ELTON, M. **When Will the Information Explosin Reach Older Americans?** American Behavioral Scientist, vol. 31, n.5, 1988.

ERIKSON, E. **Infância e Sociedade.** Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1971.

ERIKSON, E. **Identidade: juventude e crise**. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1976.

FALCÃO, D. V. **A pessoa idosa no contexto da família**. In: Makilin, N, B.; Maycoln, L.T. (Orgs). *Psicologia da família: teoria, avaliação e intervenção*. Porto Alegre, Artmed, 2012.

FALEIROS, V. de P. **Direitos da pessoa idosa: sociedade, política e legislação**, 2008.

FARIAS, C. **A Família como base da sociedade**. 2013. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=2745b399cf155d35>. Acesso em: 18 de setembro de 2022.

FERRIGNO, J. C. **Coeducação entre gerações**. Edições: SESC- SP, 2ª Edição, 2015.

FIDLER, R. **Mediamorphosis: understanding new media**. Califórnia: Pine Forge Press, 1997.

FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. Tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. 20ª Edição, setembro, 2010.

FORT, M. C. **Televisão Educativa: a audiência como fator de construção de uma identidade pedagógico-cultural**. Tese (doutorando em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Santa Catarina, 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/87670>. Acesso em: 9 mar. 2022.

FÓRUM SBTVD, **Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre**. 2023. Disponível em: https://forumsbtvd.org.br/tv3_0/#panel-62d193f2420ab. Acesso em: 9 mar. 2022.

FOWLES, J. **Why viewers watch: a reappraisal of television effects**. Londo: Sage, 1992.

FREYRE, G. **Casa-Grande & Senzala**. 51ª ed. Rev. São Paulo, Global, 2006.

FROMM, E. **Ter ou ser?** 4ª edição. Rio de Janeiro, LTC, 2014.

FURTADO, S.C. A. **Família e a Educação para a Individualidade na Sociedade Moderna**. Disponível em <http://www.jungpsique.com.br/textos/doc/familiaeducacao.doc>. Acesso em: 9 mar. 2022.

GIDDENS, A. **Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. Rio de Janeiro. Record, 2003.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.

GOLDANI L, A. M. **As famílias brasileiras: mudanças e perspectivas**. Cad. Pesquisa. São Paulo, n.91, p. 7-22, nov. 1994

GOLDFARB, D. C. LOPES, R. G. C. **Avosidade**: A família e a transmissão psíquica entre gerações. In: Freitas, E.V. *et al.* Tratando de geriatria e gerontologia: 1374-82 (2ª ed.). Rio de Janeiro. Guanabara Koogan, 2006.

GOLDFARB, D.C e LOPES, R. G.C. **Avosidade**: A família e as gerações. In: FREITAS, E.V.; Py,L. Tratando de geriatria e gerontologia (3ª ed.). Rio de Janeiro. Guanabara Koogan, 2013, Cap. 145. p. 2182-2193.

GOODMAN, R. **The selection of communication channels by the elderly to obtain information**. Educational Gerontology, 1992

GOOGLE BRASIL. IPSOS. **O novo mundo multitelas**. Entendendo o consumidor multiplataforma. Infográfico. Jun, 2013. In: GOOGLE. Entendendo o consumidor multitelas.

GRAJCZYK, A. ZOELNER, O. **How older people watch televison**. *Gerontology*. May-Jun; Vol. 44, p. 176-181, 1998.

GUIZZO, B. S. MARCELLO, F. de A. MÜLLER, F. **A reinvenção do cotidiano em tempos de pandemia**, 2020.

GUTMANN, J. F. **Formas do telejornal**: linguagem televisiva, jornalismo e mediações culturais. Salvador: EDUFBA, 2014.

HAMBURGER, E. **Diluindo fronteiras**: a televisão e as novelas no cotidiano. In: NOVAIS, F.A. (Coord.). SCHWARCZ, L.M. (Org.). História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

HARTLEY, J, **Tele-ology**: Studies in television, by, Routledge, 1992.

HELLER, A. **A Filosofia Radical**. Tradução de Coutinho, C.N. São Paulo, Brasiliense, 1983.

HERSCOVITZ, H. G. **Análise de conteúdo em jornalismo**, 2010.

HINTZ, H. C. **Novos tempos, novas famílias?** Da modernidade a pós-modernidade. Pensando Famílias, Porto Alegre, v.3, n.3, 2001.

IBDFAM - **Instituto Brasileiro de Direito de Família**. 2017. Disponível em: <https://ibdfam.org.br/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC)**. 2019. Disponível em: Acesso em: 10 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC)**. 2008. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de->

noticias/noticias/20980-numero-de-idosos-cresce-18-em-5-anos-e-ultrapassa-30-milhoes-em-2017. Acesso em: 10 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC)**. 2010. Disponível em: <https://www.sigas.pe.gov.br/files/07262016012139-vig.serra.turmas.07.e.08.11.a.15.07.2016.m1.ju.5.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) Módulo Tecnologia da Informação e da Comunicação**. 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Notas Metodológicas**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/13223-asi-ibge-detecta-mudancas-na-familia-brasileira>. Acesso em: 8 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Teste do Censo Demográfico 2022 realizado no bairro de Amaralina/ Salvador**. Disponível em: Acesso em: 13 set. 2023.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Notas Metodológicas 2007**. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/apps/snig/v1/notas_metodologicas.html?loc=0. Acesso em: 8 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Tábua completa de mortalidade para o Brasil**. Breve análise da evolução da mortalidade no Brasil. 2018. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3097/tcmb_2018.pdf. Acesso em: 8 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas do Registro Civil de 2020**. 2022. Disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/>: Acesso em: 20 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas do Registro Civil de 2021**. 2022. Disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/>: Acesso em: 20 mar. 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese dos Indicadores Sociais**. 2005. Disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/12902-asi-sintese-dos-indicadores-sociais-traz-um-retrato-do-brasil-em-2003>: Acesso em: 20 mar. 2022.

IDOETA, P. A. COSTA, C. **Por que população brasileira fica mais feminina e idosa — e como isso molda futuro do país**. In: BBC News Brasil em Londres. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62632851>. Acesso em: 13 abr. 2023.

INSTITUTO DE PESQUISA LOCOMOTIVA. **Estudo sobre a geração Grey Power**. Disponível em: <https://ilocomotiva.com.br/>. Acesso em: 8 mai. 2023.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2010). **Comunicados do IPEA: Tendências demográficas**, n. 64. Disponível em: <https://www.redemagic.com/blog/marketing-digital/terceira-idade-cresce-no-brasil/>. Acesso em: 13 jun. 2022.

IPEA, **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**. 2016. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/aceso-a-informacao/auditorias/planejamento-desenvolvimento-e-gestao/ipea/ipea-2016>. Acesso em: 12 jun. 2022.

IPEA, **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**. 2012. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/>. Acesso em: 12 jun. 2022.

JACKS, N. **Querência: cultura regional como mediação simbólica**. Porto Alegre. Ed. Universidade/ UFRGS, 1999.

JACQUET, C. COSTA. L. **Família em mudança**. Editora C.I, 2004.

JOST, F. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

JOST, F. **Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias?** Matrizes, Ano 4, nº2, jan/jun, São Paulo, 2011.

KANTAR, Ibope Media. **Estudos de Audiência e Comportamento**. 2018. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/>. Acesso em: 10 set. 2023.

KANTAR, Ibope Media. **Estudos de Audiência e Comportamento**. 2020. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/>. Acesso em: 10 set. 2023.

KANTAR, Ibope Media. **Estudos de Audiência e Comportamento**. 2022. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/>. Acesso em: 10 set. 2023.

KIPPER, C. D. R. LOPES, R. S. **O tornar-se avó no processo de individuação**, Psic.:Teor. e Pesq. Vol. 22, Brasília, 2006.

KNIPSCHEER, C. P. M. **Temporal embededness and aging within the multigenerational Family: the case of grandparenting**. In. J.E. Birren & V. Bengtson (Eds.), Emergent theories of aging. Nova Iorque: Springer, 1988.

KUBEY, R. CSIKSZENTMIHALYI, I. **Television and the quality of life: how viewing shapes everyday experience**. Jersey: Erlbaum, 1990.

KURZ, Robert. **Cultura degradada**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs15039803.htm>. Acesso em: 07 nov. 2022.

LEAL FILHO, L. **TV Pública**. In: HAMBURGER, E. BUCCI, E. (orgs.). A TV aos 50:

criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 2000.

LÉVI-STRAUSS, C. **As estruturas elementares do parentesco**. Tradução de Mariano Ferreira. Petrópolis, Vozes, 1982.

LEWIS, P. **Television and teenagers**. Educacional Screen, nº28, p.159-161, 1949.

LIMA, F. B. **Nossas câmeras são seus olhos**. Rio de Janeiro. Ediouro, 2007.

LINS DE BARROS, M. L. **Autoridade e afeto: avós, filhos e netos na sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1987.

LINS DE BARROS, M. L. **Reciprocidade e fluxos culturais entre gerações**. Congresso Internacional Co-Educação de Gerações. São Paulo, 2003.

LINS DE BARROS, M. L. **Memória, Gênero e geração na sociedade brasileira contemporânea**. Praia Vermelha: estudos de política e teoria social. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Programa de Pós-graduação em Serviço Social. Rio de Janeiro. UFRJ, 2005.

LINS DE BARROS. MORAES, M. **Testemunho de vida: um estudo antropológico de mulheres na velhice**. Perspectivas Antropológicas da Mulher, vol. 2, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, p. 11-70. 2003.

LINS DE BARROS. MORAES, M. **A cidade dos velhos**, em G.Velho (org.), Antropologia Urbana: Cultura e Sociedade no Brasil e em Portugal, Rio de Janeiro, p. 43-57. Jorge Zahar Editor. 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo. Barcarolla, 2004.

LOPES, E. S. de L. **Relações Intergeracionais**. In: NERI, A. L. Palavras chaves em gerontologia. Campinas, São Paulo, 2005.

LOPES, E. S. L. NERI, A. L. PARK. M. B. **Ser avós ou ser pais: os papéis dos avós na sociedade contemporânea**. Textos sobre envelhecimento. Rio de Janeiro, 2005.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo. Editora Senac. São Paulo, 2000.

MACHADO, M. A. N. CARVALHO, S. R. R. **Memórias das águas da Cidade de São Paulo**. Revista Kairos. São Paulo, v.9, n.2, p. 241-263, 2006.

MARKOWSKI DA ROSA, N. **Tese Avós Guardiões: Fronteiras e limites entre avosidade e parentalidade**. Disponível em:

<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/183272/001077918.pdf?sequence=1>. Acesso em: 15 abr. 2022.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro. Editora UFRJ, 1997.

MARTIN-BARBERO, J. REY, G. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo, Editora Senac, 2001.

MARTIN-BARBERO, J. REY, G. RINCÓN, O. **Televisión Pública, cultural, de calidad**. Revista GACETA, nº 47, Bogotá. Ministério de Cultura. Diciembre, 2000.

MASSI, A. BERBERIAN, A. ZIESEMER, N. **Impacto de atividades dialógicas intergeracionais na percepção de crianças, adolescentes e idosos**. Revista CEFAC, vol. 18, nº2, Instituto Cefac São Paulo, Brasil, 2016. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rcefac/a/fB4YT3WbjBwKcnm4jd7tQwy/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 8 ago. 2022.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento, execução e análise, 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1994.

MATTELART, A. **O carnaval das imagens**: a ficção na TV. São Paulo. Editora Brasiliense, 1989.

MATTOS, S. **Domestic and Foreign Advertising in Television and Mass Media Growth: A Case Study of Brazil**. Austin, Yexas, USA. The University of Texas, 1982.

MATTOS, S. **Um perfil da TV Brasileira**: 40 anos de história – 1950-1990. Associação Brasileira das Agências de Propaganda, Capítulo Bahia. ATarde, 1990.

MATTOS, Sérgio. **A televisão e as políticas regionais de comunicação**. São Paulo. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – GT Televisão, 1997.

MATTOS, Sérgio. **A história da televisão no Brasil**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Editora Vozes, 5. Ed. ver. e ampl. 2010.

MAYCOLN, L. M. T. **Psicologia de Família**: Teoria, Avaliação e Intervenção. Editora Artmed, 2ª edição. 2020.

MAZZOTI, A; Gewandsznajder, F. **O método nas Ciências Naturais e Sociais: Pesquisa Qualitativa e quantitativa**. Editora Thomson, São Paulo, 1998.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação**: como extensões do homem. 15ª. Ed. São Paulo. Editora Cultrix, 2005.

MCCRINDLE, M. **Generation alpha**: mark mccrindle Q & A with the New york times. Baulkham Hills, Australia 2015. Disponível em:

<https://mccrindle.com.au/insights/blog/generation-alpha-mark-mccrindle-q-new-york-times> . Acesso em: 07 fev. 2023.

MEMÓRIA GLOBO. **Globo 50 anos**. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/> . Acesso em: 8 mai. 2022.

MENEZES, P. **Família: conceito, evolução e tipos**. 2011. Disponível em <https://www.todamateria.com.br/familia-conceito-tipos/>. Acesso em: 8 mai. 2022

MERLOTTI, V; BONHO, M; ASSUNTA, I. **Impactos da longevidade na família multigeracional**, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbagg/a/yj7D7gXqy9kfmzLqFsdTGpG/#> . Acesso em: 9 jul. 2022

MILLS, C. W. La **Imaginación sociológica**. México. DF. Fondo de Cultura Económica, 2010.

MORAGAS, R. M. **As relações intergeracionais nas sociedades contemporâneas**. Revista A Terceira Idade. São Paulo, v.15, n.29, 2004.

MORIN, E. **Rumo ao abismo?** Ensaio sobre o destino da humanidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil LTDA, 2011.

MOTTA, A. B. **A família multigeracional e seus personagens**. 2010. Disponível em <https://www.scielo.br/j/es/a/n6S6KwjNLmNzd4RVgc4PX8F/?lang=pt>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MINAYO, S. M. C. DESLANDES, S. **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. Editora Vozes, Rio de Janeiro. 1993, 2016.

MURPHY, M. **Changes in Family and kinship networks consequent on the demographic transitions in England and Wales. Continuity and Change**, v.25, p.109-136, 2010.

MURPHY, M. **Long-term effects of the Demographic Transition on cohorts' demographic experiences in Britain**. 2009.

NASCIMENTO, A. J. R. RABELO, F. E. C. R. **Memória e envelhecimento: narrativas sobre questões de gênero e do mundo do trabalho**. Sociedade e Cultura, vol. 11 nº 2, p. 333-342. 2008. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/fcs//article/view/5291>. Acesso em: 22 fev. 2023.

NEUGARTEN, B. **The meanings of age**. Chicado: University of Chicago Press, 1996.

NEVES, D. P. **Nesse Terreiro, galo não canta: estudo do caráter matrifocal de unidades familiares de baixa renda**. Anuário Antropológico/83. Rio de Janeiro. Tempo brasileiro, 1984.

NICODEMO, D.; GODOI, M. P. **Juventude dos anos 60-70 e envelhecimento: estudo de casos sobre feminização e direitos de mulheres idosas.** Revista Ciência em Extensão, v.6, nº 1. 2010 Disponível em https://ojs.unesp.br/index.php/revista_proex/article/view/324/341. Acesso em: 18 mar. 2023.

NIGRI, S. **O Conceito de gerações e as relações intergeracionais.** Disponível em: <https://www.prattein.com.br/home/images/stories/230813/Envelhecimento/Geracoes.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2023.

NUSSBAUM, J.; Hummert, M.; Williams, A. e Hawood, J. **Communication and older adults. Communication.** Yearbook, 1997.

OLIVEIRA, C. M. N. **Relações intergeracionais: um estudo na área de Lisboa,** Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais e Políticas), Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 2011. Disponível em: <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/3100/9/TRABALHO%20COMPLETO.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2023.

OLIVEIRA, M. R. **As relações intergeracionais e a participação dos avós na família dos filhos** (Tese de doutorado não publicada). Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília. Brasil, 2011.

OLIVEIRA, P. S. **Vidas Compartilhadas: cultura e co-educação de gerações na vida cotidiana.** São Paulo. Hucitec. Fapesp, 1999.

OLIVEIRA, E.A.; MARIN, A.H.; PIRES, F.B.; FRIZZO, G.B.; RAVANELLO, T.;; ROSSATO, C. **Estilos parentais autoritários e democrático-recíproco intergeracionais, conflito conjugal e comportamento de externalização e internalização.** Psicologia: Reflexão e Crítica, Porto Alegre, v. 15, nº1, 2002.

OMS. **Organização Mundial da Saúde.** 2016. Disponível em <https://www.paho.org/pt>. Acesso em: 23 fev. 2024.

ONU. **Organização das Nações Unidas.** 2019. Disponível em <https://brasil.un.org/pt-br/83427-popula%C3%A7%C3%A3o-mundial-deve-chegar-97-bilh%C3%B5es-de-pessoas-em-2050-diz-relat%C3%B3rio-da-onu>. Acesso em: 23 fev. 2024.

OPINION BOX. **WhatsApp News: Dados e tendências do app mais utilizado no Brasil 2021.** Disponível em: https://www.blip.ai/blog/wp-content/uploads/2023/01/WhatsApp-News_ebook.pdf. Acesso em: 12 ago. 2022.

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1998.

ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

OSKAMP, S. **Television as social issue: Applied Social Psychology Annual**. Newbury Park: Sage, 1989

PARASURAMAN, A. **Marketing research**. 2. ed. Addison Wesley Publishing Company, 1991.

PARROTT, T.M.; BENGTON, V.L. **The effects of earlier intergenerational affection, normative expectations, and family conflict on contemporary Exchange of Help and support**. *Research on Aging*, v. 21, nº1, 1999.

PEIXOTO, C. E. **Avós e netos na França e no Brasil: a individualização das transmissões afetivas e materiais**. In: Peixoto, C.E. Singly, F.; Cicchelli, V. (Orgs). *Família e individualização*. Rio de Janeiro: FGV. 2000.

PEIXOTO, C. E. **Aposentadoria: retorno ao trabalho e solidariedade familiar** In: Peixoto, C. E. (Org.). *Família e envelhecimento*. Rio de Janeiro: FGV. 2004.

PEIXOTO, R. J. O. P. **A relação entre avós e netos**. Efeitos no desenvolvimento vocacional, na construção de significados de trabalho e no auto-conceito acadêmico. Tese (Doutorado em Psicologia) - Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto-Porto, 2015. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/102445/2/178683.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2024

PETRINI, C. **JOÃO Mudanças sociais e familiares na atualidade: reflexões à luz da história social e da sociologia**. 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/memorandum/article/view/6759/4332>. Acesso em: 09 de julho de 2022

PINTO, M. O. **A televisão e a família: cruzamento de dois campos movediços**. 2004.

PINTO, M.; RODRIGUES, C. **Avós e Netos: participação em actividades intergeracionais**. Instituto Superior de Psicologia Aplicada. Lisboa, Portugal, 2006. Disponível em: <http://www.socialgest.pt>. Acesso em: 13 abr. 2022.

PIRES, S. **Voternidade – Ser avô, ser avó: um doce desafio**. 1ª ed. São Paulo. Biblioteca 24 horas, 2015.

PIRES, G; GONÇALVES, A; PANDOVANI, C. **Recepção à mídia esportiva entre acadêmicos de educação física da UFSC**. *Revista Brasileira de Ciências do esporte*, 21. setembro de 1999.

PLANALTO da Presidência. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11484.htm Acesso em: 13 jan. 2023.

PLATAFORMA GENTE GLOBO - <https://gente.globo.com/infografico-pesquisa-diversidade-um-olhar-aprofundado-sobre-a-maturidade/>. Acesso em 13 de janeiro de 2023

PLAY PESQUISA E CONTEÚDO INTELIGENTE. Disponível em: <https://www.letsplay.com.br/>. Acesso em: 13 ago. 2022.

PRADO, D. **O que é Família**. 1ª Edição e-book. Ed. Brasiliense, São Paulo. 2017.

PRATTA, M.M.E; SANTOS, M.A. **Família e Adolescência: a influência do contexto familiar no desenvolvimento psicológico de seus membros**. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pe/a/3sGdvzqtVmGB3nMgCQDVBgL/abstract/?lang=pt#> . Acesso em: 8 abr. 2022.

RAGUSO, F. **Da generatividade parental à abertura dos jovens para a generatividade**. Em Sexualidade e educação para a felicidade. 2010.

REAL, M *et al.*,. **Television Access for older Adults**. Journal of Communication, (win), vol. 30, n.1, p.81, 1980.

REDLER, P. **Abuelidade. Nós Allá de La Paternidade**, Argentina. Ed. Legasa, 1986.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo. Summus, 2000.

RIGGS, K. **Mature Audiences: Television in the Lives of Elders**. N. Jersey. Ed. Rutgers, 1998.

ROBERTO, K. A. STROES, J. **Grandchildren and grandparents: roles, influences and relationships**. International Journal Aging and Human Development. 1992.

ROCHA-COUTINHO, M. L. **Transmissão geracional e família na contemporaneidade**, 2006.

RODRIGUES, N. C. PALMA, L. T. S. SCHONS, C. R. **Conversando com Nara Costa sobre gerontologia social**. 2. Ed. Passo Fundo. UPF, 2000.

ROSCOE, J. MARSHALL, H. GLEESON, K. **The television audience: a reconsideration of the taken-for-granted terms “active”, “social” and “critical”**. In European Journal of Communication, 1995.

ROUDINESCO, E. **A família em desordem**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

RUBERT, V. **Lazer e Mídia na terceira idade: um estudo sobre representações sociais – Porta aberta – Motrivivência**, Ano XV, nº 20-21, p. 273-285. Mar/dez, 2003.

SALAZAR, B. AMORIM, F. MULLER, F. **A reinvenção do cotidiano em tempos de pandemia**. *Educação e Pesquisa*. Vol.46. 2020. Disponível em:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29863344017>. Acesso em: 13 ago. 2022.

SALÉM, T. **Mulheres faveladas**: “com a venda nos olhos”. Perspectivas antropológicas da mulher. Rio de Janeiro. Zahar, n. 1, p. 49-99, 1981.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

SARLO, Beatriz. **Tempo Passado: Cultura da Memória e Guinada Subjetiva**. Tradução Rosa Freire d’Aguiar. São Paulo. Companhia das Letras, Belo Horizonte. UFMG, 2007.

SAMPAIO, D. **A razão dos avós**, Editorial Caminho. 2008.

SARTI, C. A. **Algumas questões sobre família e políticas sociais**. In. JACQUET, C.E. Família em Mudança. São Paulo, Companhia ilimitada, 2004.

SARTI, C. A. **A família como ordem moral**. Caderno de Pesquisa, São Paulo, nº 91, p. 46-53, 1994.

SARTI, C. A. **Família, Redes, Laços e Políticas Públicas**. 4ª edição, Editora Cortez, São Paulo, 2008.

SCABINI, E. MARTA, E. LANZ, M. **Transition to adulthood and Family relations: na intergenerational perspective**. Nova Iorque: Psychology Press, 2006.

SEGALEN, M. **Sociologia da família**. Lisboa, Portugal. Terramar, 1996.

SEITER, E. BORCHES, H. KREUTZNER, G. WART, E. **Remote Control: television audiences and cultural power**. London: Routledge, 1991.

SESC, FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Pesquisa Idosos no Brasil**, 2ª Edição. Disponível em Sesc São Paulo, 2020.

SETTON, M. da G. J. **A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea**. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a05>. Acesso em: 21 mai. 2022.

SETTON, M. da G. J. **Família, escola e mídia: um campo com novas configurações**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.28, n.1, p. 107-116, jan./jun. 2002.

SILVA, A. K. Y da; GODOY, S. M. **A evolução da identidade familiar**. v. 6, n.6. ETIC – Encontro de Iniciação Científica, 2010. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/1614>. Acesso em: 13 out. 2022.

SILVA, L. R. F. **Terceira idade**. Physis: Revista de Saúde Coletiva, v.8, n°4, 2008.

SILVERSTONE, R. **Television and everyday life**. London: Routledge, 2003.

SIMÕES, C. **A prevalência de incapacidade funcional em idosos no Brasil**. 2006.

Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/csc/a/JH8VhrBfpx3fQZJFYdsrBg/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 13 out. 2022.

SINGLY, F. **O nascimento do “indivíduo individualizado” e seus efeitos na vida conjugal e familiar**. Rio de Janeiro. Editora FGV, 2000.

SINGLY, F. **Sociologia da Família Contemporânea**. Rio de Janeiro. Editora FGV, 2007.

SODRÉ, M. **O Monopólio da Fala**. Petrópolis, Editora Vozes, 1971.

SOUSA, N. F. da S *et al.* **Envelhecimento ativo: Prevalência e diferenças de gênero e idade em estudo de base populacional**. Cadernos de Saúde Pública, 2018.

STACEY, J. **Backward toward the postmodern family: reflections on gender, kinship, and class in the silicon valley**. In *Rethinking the Family: some feminist questions*. Boston: Northeastern University Press, 1992.

SZYMANSKI, H. **Teorias e “teorias” de famílias**, 2000.

SZYMANSKI, H. **Teorias e “teorias” de famílias**. In: CARVALHO, M.C.B (Org.). *A família contemporânea em debate*. São Paulo: Cortez, 2003.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração Digital**. Tradução H. Carone, Ed. & M. Lino. Editora Nova Fronteira Participações, 2010.

THINK WITH GOOGLE, **Estudo sobre comportamento de gerações**. 2018. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/2018-marketing-trends-review/>. Acesso em 13 abr. 2022.

THINK WITH GOOGLE. **Geração Z** Disponível em:

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/futuro-do-marketing/gestao-e-cultura-organizacional/diversidade-e-inclusao/familia-futuro-e-diversao-conheca-as-portas-de-acesso-para-a-geracao-z/>, 2019. Acesso em: 13 abr. 2022.

THINK INSIGHTS. **Consumidor Multiplataforma**. Disponível em:

http://ssl.gstatic.com/intl/ALL_br/think/docs/comportamentoconsumidormultiplataforma_research-studies.pdf. 2013. Acesso em: 20 mai. 2022.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. 10ª ed.

Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2008.

TIBURG, J. L. **Para uma leitura crítica da televisão**. São Paulo. Edições Paulinas, 2008.
Tv digital Brasileira, Disponível em: <https://dtv.org.br/>. Acesso em: 15 abr. 2022.

TOURAINÉ, A. **Um novo paradigma**: para compreender o mundo de hoje. Tradução de Gentil Avelino Tilton. Petrópolis, RJ. Vozes, 2007.

YAMAOKA, E. J. **O uso da internet**: métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª ed. São Paulo. Atlas, 2006.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2ªed. Porto Alegre, Bookman, 2001.

YUNES, M. M. A. **Psicologia positiva e resiliência**: o foco no indivíduo e na família. Disponível:
<https://www.scielo.br/j/pe/a/8NB6nkqmK49dWHJYbqXLFDB/?format=pdf&lang=pt>.
Acesso em: 15 abr. 2022.

YUNES, M. A. M. Juliano, M. C. C. **Reflexões sobre rede de apoio social como mecanismo de proteção e promoção de resiliência**. Ambiente & Sociedade, 2014.

WAGNER, A. **Família em cena**: tramas, dramas e transformações. 2003, Petrópolis: Vozes.

WAGNER, A. LEVANDOWSKI, D. C. **Sentir-se bem em família**: um desafio frente à diversidade. Revista Textos & Contextos, 2008.

WAGNER, A. HALPERN, S. C. e BORNHOLDT, E. A. **Configuração e estrutura familiar: um estudo comparativo entre família originais e reconstituídas**. Psico, 1999.

WARTELLA, E. REEVES, B. **Historical trends in research on children and media**:1900 - 1960. Journal of Communication, 1985.

WEIMANN, G., BROSIUS, H. WOBER, M. **TV diets**: Toward a typology of TV viewership. European Journal of Communication, 1992.

WILLIAMS, R. **Televisão**: Tecnologia e forma cultura. Tradução Marcio Sarelle; Mario F. I. Virgílio, 1ª ed, São Paulo, Boitempo, Belo Horizonte, MG, PUC, 2016.

WIMMER, Roger D. La investigación científica de los médios de comunicación: una introducción a sus métodos. Barcelona. Bosch, 1996

WITTY, M. **Comparative Studies of Interest in Televison**. Northwestem University, nº40, p. 321-335, 1954.

ZACARIAS, M, C. **Família e TV**: mais que dominação e subordinação. Dissertação

(mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Natal, RN, 2005.

APÊNDICE

APÊNDICE A
QUESTIONÁRIO CONHECENDO O IDOSO
PERFIL DO ENTREVISTADO

1. Nome (fictício)
2. Em que bairro você mora?
3. Quantos anos você tem?
4. Estado civil
5. Qual sua ocupação?
6. Qual a renda salarial da família?
 - Até 2 salários-mínimos
 - De 2 a 4 salários-mínimos
 - De 4 a 10 salários-mínimos
 - De 10 a 20 salários-mínimos
 - Acima de 20 salários-mínimos
7. Grau de Escolaridade
 - Pós-graduação Completa
 - Pós-graduação Incompleta
 - Superior Completo
 - Superior Incompleto
 - Ensino Médio Completo
 - Ensino Médio Incompleto
 - Sem Escolaridade
8. Com quem você mora?
9. Você é religioso?
 - Sim
 - Não
10. Segue alguma religião?
 - Cristã
 - Evangélica
 - Matriz Africana
 - Espírita
 - Não tenho nenhuma religião
 - Outros _____

CONSUMO DA TELEVISÃO

11. Você assiste TV aberta?

Sim

Não

12. Onde você costuma assistir? (pode ser resposta com mais de uma marcação)

Sala

Quarto

Cozinha

Varanda

13. Com que frequência você assiste TV Aberta?

Todos os dias da semana

Segunda a sexta-feira

Apenas aos Finais de Semana

1 a 3x por semana

1 a 3x por mês

Menos de 1 vez por mês

14. Em que horário você assiste? (pode ser resposta com mais de uma marcação)

Manhã

Tarde

Noite

15. Assiste com alguém?

Sim

Não

16. Com quem você assiste?

17. O que você leva mais em consideração ao escolher a programação que vai assistir?

APÊNDICE B

ROTEIRO DE PERGUNTAS – COLETA DIÁRIA

- 1- Assistiu televisão hoje? Tem tv aberta ou fechada?
- 2- Como foi sua rotina?
 - a. Período da Manhã
 - b. Período da Tarde
 - c. Período da Noite
- 3- Fez uso de alguma plataforma estilo Netflix? Amazon, Hbomax? Tem sua própria conta ou compartilha com alguém?
- 4- O que você procurou ao assistir tv? Qual foi sua motivação?
- 5- Assistiu com alguém? Quem comandou o controle da televisão?
- 6- Qual a média de tempo você assistiu TV hoje?
- 7- Qual horário você mais assistiu tv?
- 8- Você assistiu tv fazendo alguma atividade em paralelo? Quais?
- 9- Algum programa que você mais gostou de assistir? Qual?

APÊNDICE C

QUESTIONÁRIO DE PERGUNTAS PARA O DIRETOR DE TECNOLOGIA REDE BAHIA

P. O que a TV 3.0?

R.F. A TV 3.0 é a segunda geração do padrão de TV digital brasileiro. Chamada de “TV do futuro” ou “NEXTGEN TV (Next Generation TV), este é um sistema, ainda em estudo no Brasil, que tem como objetivo combinar os serviços atuais serviços de radiodifusão e os serviços de vídeo *on demand*, inserindo as empresas de televisão nas oportunidades de publicidade digital oriundas da tv conectada.

P. Por que se chama 3.0?

R.F. A evolução da TV é dividida em gerações que são marcadas principalmente pelo sistema de transmissão. A primeira geração, **TV 1.0**, teve início no Brasil em 1950 com um sistema de transmissão analógico e sinal de vídeo em preto em branco. Em 1972 o Brasil passou a ter TV em cores, chamada de **TV 1.5**, pois apesar ter representado uma grande evolução para os telespectadores, mantinha ainda uma transmissão analógica. Somente em 2007 surge no Brasil a **TV 2.0**, o SBTVD (Sistema Brasileiro de TV Digital), que foi desenvolvido no Brasil a partir da evolução do modelo japonês de TV. Este sistema era disruptivo por contar com uma transmissão digital que eliminava o chuveiro da recepção analógica, permitia a recepção móvel e ampliava a possibilidade de cobertura terrestre através do somatório de vários transmissores. O telespectador passou a contar com um sinal de vídeo em alta definição, HDTV (High Definition Television), e relação de aspecto 16:9, guia de programação, a possibilidade de múltiplos serviços de áudio, além da inserção de um canal de interatividade com o telespectador. Com o crescimento das SmartTVs (TVs Conectadas) e a evolução da interatividade do SBTVD, o DTV Paly, fez surgir a **TV 2.5** que se caracteriza principalmente pela interconexão dos sistemas broadcast (on air - tradicional de TV aberta) e broadband (on line – serviços de streaming). Nesta geração, além de uma melhoria da qualidade de vídeo, HDR (High-Dynamic Range), e a possibilidade de um áudio imersivo, esta evolução permite que o telespectador possa transitar entre os conteúdos da emissora de TV aberta e não lineares, como filmes e séries em formato VoD (Vídeo on Demand), disponíveis tradicionalmente nos serviços de streaming. A TV 2.5 representa ainda oportunidades de melhoria no modelo de negócio de televisão e uma estrada de aprendizado para a nova geração de televisão. A **TV 3.0**, que se encontra em fase de estudo, nasce com a perspectiva de evolução no sistema de transmissão existente, o qual permitirá a convergência nativa entre os sistemas broadcast e

broadband, a melhoria na qualidade de vídeo pra 4K ou 8K, áudio imersivo e, principalmente, a possibilidade de conteúdo segmentado geograficamente e de acordo com o perfil do telespectador. Esta integração transparente entre formas de distribuição de TV pelo ar ou pela internet altera a experiência de consumo e integra modelos de negócios de publicidade e de subscrição.

P. Quais os benefícios dessa tecnologia?

R.F:

- **Melhoria da qualidade Imagem:** 4k ou até 8k que representa um aumento da qualidade das imagens atuais em HDTV em 4 ou até 8 vezes.
- **Melhoria de qualidade de áudio:** áudio imersivo que proporciona um som mais próximo do real, que faz parecer que o telespectador se encontra na cena que está sendo mostrada.
- **Conteúdo segmentado:** possibilidade de inserção de conteúdo/publicidade de forma segmentada de acordo com clusters como região e perfil do telespectador.
- **Integração com a internet e interatividade:** integração focada na experiência do usuário, sem fricção para o expectador e o DTV Play com maior interatividade entre o telespectador e o conteúdo.

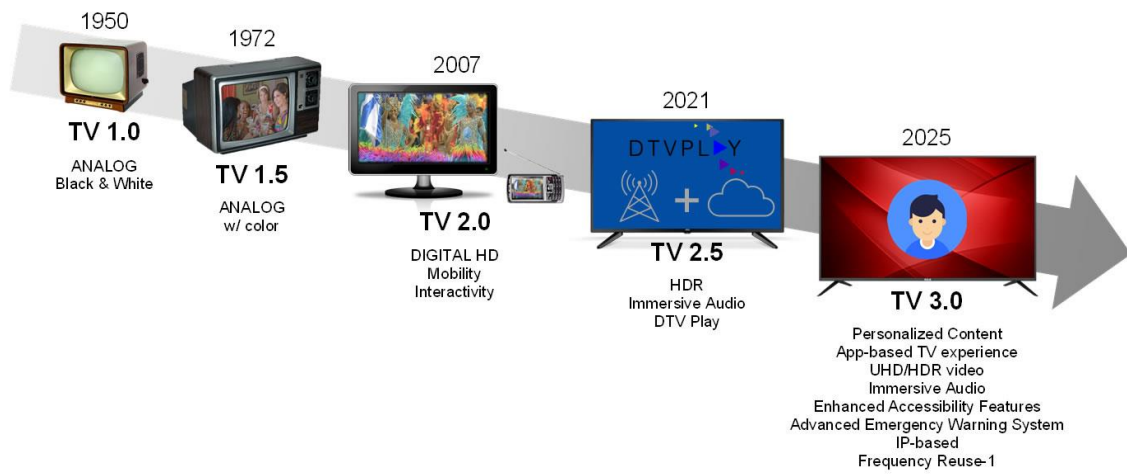
P. Quando estará disponível?

R.F. O projeto sobre as diretrizes para a evolução do SBTVD sustentado no decreto nº 11.484/2023 tem o objetivo de concluir os estudos relacionados à **TV 3.0** até o final de 2024. Atualmente o projeto encontra-se na terceira e última fase, sendo esta coordenada pelo Fórum SBTVD (Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre) e financiadas pelo Ministério das Comunicações (MCom) por meio da RNP (Rede Nacional de Ensino e Pesquisa). Esta etapa é composta por testes complementares, pesquisas de desenvolvimento (P&D), elaboração de normas técnicas e demonstrações.

P. O serviço é gratuito ou precisará de algum equipamento para acessar a esta tecnologia?

R.F. O serviço tem a premissa de ser aberto e gratuito, assim como a TV atual. Contudo, é esperado que o telespectador precise adquirir um nova TV ou um equipamento que suporte as novas melhorias implementada com a TV 3.0, além de ter acesso à internet para potencializar o uso das novas tecnologias.

Figura 1: Background – Terrestrial TV Evolution in Brazil



Fonte: https://forumsbtvd.org.br/tv3_0/#panel-phase3

ANEXO

ANEXO A

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO
(TCLE)**

O/A senhor/a está sendo convidado/a a participar, como voluntário/a, de uma pesquisa intitulada: O consumo da TV Aberta: um estudo de caso do idoso como telespectador inserido em famílias multigeracionais, que será desenvolvida pela aluna do Programa de Pós-graduação em Família na Sociedade Contemporânea, da Universidade Católica do Salvador.

Esta pesquisa tem por objetivo investigar o envolvimento dos avós paternos e maternos nos cuidados e educação de netos comuns a ambos. A sua participação no estudo consiste em responder questões elaboradas pelos pesquisadores na forma de entrevista. O roteiro de entrevista inclui questões relacionadas aos cuidados, educação e hábito de assistir televisão sua e de um de seus netos e terá duração aproximada de 30 minutos/ dia, no período total de 7 dias (uma semana).

Esta atividade não é obrigatória e, a qualquer momento, o/a senhor/a poderá desistir de participar e retirar seu consentimento, sem que haja qualquer penalização ou prejuízo para o/a senhor/a (Res. 510/2016 CNS/MS).

Ao decidir participar deste estudo esclareço que:

1 Caso não se sinta à vontade com alguma questão da entrevista, o/a senhor/a poderá deixar de respondê-la, sem que isso implique em qualquer prejuízo.

2 As informações fornecidas poderão, mais tarde, ser utilizadas para trabalhos científicos e a sua identificação será mantida em sigilo, isto é, não haverá chance de seu nome ser identificado, assegurando-lhe completo anonimato.

3 Devido ao caráter confidencial, essas informações serão utilizadas apenas para os objetivos de estudo. Por isso, a entrevista será gravada para possibilitar o registro de todas as informações fornecidas pelo/a senhor/a, as quais serão posteriormente transcritas; tais gravações serão mantidas sob a guarda das pesquisadoras que, após a transcrição não identificada da mesma, apagará o conteúdo gravado.

4 Sua participação não implica em nenhum custo financeiro, mas caso tenha alguma despesa em decorrência desta entrevista, o/a senhor/a será ressarcido/a pela pesquisadora responsável. Além disso, caso haja dano material, caberá indenização conforme resolução 510/2016.

5 O estudo apresenta benefícios conforme o CNS RES 510/2016. Dessa forma, esta pesquisa poderá ajudá-lo/a refletir sobre a relevância dos programas de televisão assistidos pelos avós na família.

6 Há o risco de desconforto ou constrangimento em decorrência da entrevista ser gravada. Caso isso ocorra, o/a senhor/a receberá apoio psicológico e tecnológico.

7 Este documento contém duas vias, sendo que uma ficará com o/a senhor/a e a outra com a pesquisadora.

Para suporte técnico será ofertado, caso necessário, um analista de tecnologia Wellington Oliveira por meio do telefone (71) 99148-8829.

Para suporte psicológico, caso necessário, será disponibilizado a psicóloga Lívia Patrícia Laranjeiras CRP – 03/14486, disponível no telefone (71) 99983-3337

Em caso de dúvida ou outra necessidade de comunicação com a pesquisadora, poderá entrar em contato por meio do telefone (71) 99924-5919

Caso queira algum esclarecimento ético ou em caso de dúvidas procure o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Católica do Salvador. Comitê de Ética é um colegiado interdisciplinar independente criado para defender os interesses dos participantes de pesquisa em sua integridade e dignidade. Está localizado na Avenida Prof. Pinto de Aguiar, nº 2589, Pituacu na Universidade Católica do Salvador Localizado no Prédio C da Pós-Graduação térreo. Tel.: 7132067830. E-mail cep@ucsal.br

Eu, _____ aceito, voluntariamente, o convite de participar deste estudo, estando ciente de que estou livre para, a qualquer momento, desistir de colaborar com a pesquisa, sem que isso acarrete qualquer prejuízo.

Local e data: _____

Assinatura do participante: _____

Assinatura do pesquisador: _____