



Capítulo 9

O Importante Papel da Mídia na Adesão à Prática de Atividade Física no Envelhecimento



EFIGÊNIA PASSARELLI MANTOVANI
ESPECIALISTA EM ATIVIDADE FÍSICA E
QUALIDADE DE VIDA NA UNICAMP

Com o aumento da população idosa mundial, começam a existir maiores reflexões e movimentação por parte da sociedade e seus governantes em relação à velhice, pois na história nunca os problemas questionados pela evolução das relações entre o envelhecimento dos indivíduos e da sociedade tinham sido tão enfatizados.

No início do século XX, surgem os termos geriatria e gerontologia: em 1903, a gerontologia, que estuda o envelhecimento de todas as coisas vivas em seus múltiplos aspectos biológicos, psicológicos e sócio-econômicos; e a geriatria, em 1909, uma ciência médica que estuda o processo natural do envelhecimento e a vulnerabilidade às doenças.

Esse crescente incremento da população idosa não se restringe apenas aos países desenvolvidos, mas também aos países em desenvolvimento que, até então, eram considerados “países jovens”. O “país jovem” é considerado, pela Organização Mundial da Saúde, como aquele que apresenta um índice de até 7% de idosos em sua população.

As informações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 2004 indicam que o número de pessoas com 60

anos ou mais é de 17,6 milhões, representando 9,7% da população brasileira.

A elevação da população idosa brasileira vem sendo verificada desde a década de 70, e a partir dessa começou a preocupação da sociedade e do governo com esse problema.

A partir dos avanços ocorridos em termos de intervenções sociais, políticas e legais na sociedade brasileira, acredita-se que muitas conquistas deverão surgir. Os idosos de hoje, como categoria social, têm buscado um espaço de valorização, dignidade e respeito nas diferentes sociedades.

Por outro lado, as representações do papel do idoso têm-se mostrado diferentes na sociedade atual, visto que a representação da velhice como processo de perdas tem sofrido uma inversão, sendo essa etapa valorizada e privilegiada, tendo em vista as novas conquistas, em busca de prazer, da satisfação e da realização pessoal. O aumento de oferta de programas voltados para a população mais velha e o investimento da mídia no assunto têm impulsionado esse novo mercado de consumo. Entretanto, a situação dos idosos no país mostra uma grande diversidade, propiciando a exclusão daqueles que não compartilham das mudanças atuais.

As formas de comportamentos veiculadas pela mídia criam o estereótipo de um idoso jovem, saudável, ativo, que rejeita a própria idéia de velhice.

Essas formas novas de comportamento, na realidade, buscam atender a um mercado em expansão: a indústria do rejuvenescimento, que, através de imagens que prezam a juventude, saúde e beleza, lança um novo produto a cada dia, visando a combater o envelhecimento, trazendo como pano de fundo a melhoria da qualidade de vida dos idosos.

Segundo Neri (2003), os conteúdos da comunicação não podem ser considerados como eventos causadores de comportamentos, mas sim como eventos moderadores, na medida em que afetam e, ao mesmo tempo, são afetados pelos comportamentos de indivíduos, grupos e instituições. À luz de tal conceito, os resultados da análise de conteúdo de textos publicados por jornais noticiosos e por outros veículos de comunicação de massa devem ser vistos como indicadores de

complexos processos de troca e de construção social em curso em dado contexto sócio-histórico.

Com toda prerrogativa da mídia atual a respeito da busca de um envelhecimento saudável, não é raro nos depararmos no dia-a-dia com animadas senhoras acima dos 60 anos, como se num exercício de comparação social, declararem não ser “velhas”, pois afirmam ser a velhice um “estado de espírito”. É interessante observar a intensificação desse discurso por parte dos velhos, como se houvesse a necessidade de uma justificativa para a vitalidade e o bem-estar trazidos pelo desenvolvimento das sociedades nos campos científicos, tecnológicos, preventivos e educacionais no último século (TAVARES, 2005).

A mídia permite uma rápida e abrangente penetração social que, para os programas de intervenção, é de extrema importância. Através das inovações tecnológicas, tem levado ao aumento da visibilidade das propostas, iniciativas, atuação dos novos paradigmas para se atingir um estilo de vida ativo.

Benefícios de um programa continuado de exercício físico

A atividade física tem sido apresentada diariamente nos meios de comunicação como uma grande solução para muitos dos males de saúde que atingem as diversas camadas da população. No entanto, e apesar dessa freqüente propaganda, percebe-se que muitas pessoas não conseguem se manter na prática por longos períodos, e a abandonam após pouco tempo, sem experimentar os reais benefícios de um programa continuado de exercício físico.

A mídia também possui um papel importante na adesão à prática de atividade física.

Figueira Junior (2000) mostra que a parceria com a mídia é muito importante para a redução do estilo de vida sedentário, pois é um meio muito rápido e possível formador de opinião (principalmente a mídia televisiva). Porém, atualmente, os enfoques principais da mídia são os esportes de competição e o culto ao corpo atlético, deixando de lado o que seria aplicável à população, fugindo da realidade da massa, não

ocasionando o impacto desejado para motivar a adoção de um estilo de vida ativo e saudável.

O sedentarismo ocorre em todas as faixas etárias, mas na velhice ele pode ser acentuado devido à crença popular de que com o processo de envelhecimento deve-se diminuir a intensidade e a quantidade de atividades físicas.

Para Kalache (2001): “a atividade física é provavelmente o melhor investimento na saúde para as pessoas em processo de envelhecimento. As conclusões científicas são categóricas: seus benefícios salutareos potenciais são essenciais para todas as pessoas. Por este motivo, o programa Envelhecimento e Saúde, da Organização Mundial da Saúde, concedeu um lugar privilegiado ao exercício físico.”

Especialmente para idosos, a prática de atividade física bem orientada e realizada regularmente pode ocasionar vários benefícios, como apontam Buchner e Wagner (1992), Elward e Larson (1992) e ACSM (2000): maior longevidade, redução das taxas de morbidade e mortalidade, redução do número de medicamentos prescritos, melhoria da capacidade fisiológica em portadores de doenças crônicas, prevenção do declínio cognitivo, manutenção de status funcional elevado, redução da frequência de quedas e fraturas, manutenção da independência e autonomia e benefícios psicológicos, como por exemplo, melhoria da auto-imagem, da auto-estima, do contato social e prazer pela vida.

O envolvimento populacional em atividade física é um fenômeno complexo, há a preocupação de pesquisadores e profissionais de saúde pública em diminuir a prevalência do estilo de vida sedentário, em diferentes grupos etários.

O lazer ativo e o estilo de vida passam a ser propostas importantes para a melhoria da qualidade de vida, aliados à informação continuada por parte da imprensa, organizações governamentais e não-governamentais.

Marcuss *et al.* (1998) apresentam um conjunto de pontos que poderiam nortear o incremento da base de dados na análise da mídia científica, em programas de promoção da saúde,

revertendo os resultados em projetos de pesquisa ou elaborando projetos que enfoquem alguns desses pontos:

- Buscar desenvolver estudos que contenham a ação da mídia de massa, contendo assuntos relacionados à atividade física, podendo utilizar informações ambientais existentes. Identificar a frequência de conceitos inadequados sobre atividade física, necessidades e oportunidades de promover campanhas e mensagens sobre os benefícios da atividade física, em diferentes populações;
- Analisar os modelos cognitivos da atividade física que possam auxiliar a determinação da forma com que a população entende a relação entre o estilo de vida e saúde, além da adequação da linguagem dos grupos profissionais;
- Auxiliar na determinação de como uma mensagem, ligada à saúde, tem sido apresentada à população, incluindo preferencialmente os mecanismos atrativos e estimulatórios para a mudança ou manutenção de um estilo de vida ativo;
- Determinar todas as formas das mensagens relacionadas à atividade física nos meios de comunicação, considerando os diferentes estágios de comportamento (pré-contemplação, contemplação e ativo) dos indivíduos. Verificar a possibilidade de utilização da TV para disseminar, mais rapidamente, as mensagens, principalmente para grupos críticos (inativos – adolescentes e mulheres);
- Implementar o uso de panfletos, livros, cartazes em grupos que já se encontram nos estágios irregular e regularmente ativo, para que mantenham ou incrementem o tempo em atividades físicas diárias. Verificar a possibilidade de utilizar o telefone como forma de estimular a manutenção de grupos regularmente ativos e muito ativos. Buscar levantamento de dados que permitam o uso de e-mail e “web sites”, para auxiliar na adoção de estilo de vida ativo;
- Utilizar, mais frequentemente, as páginas da “web”, para levar informações e aconselhamentos de atitudes, assim como materiais educacionais que possam ser utilizados

na mudança de comportamento (sedentário – irregularmente ativo - ativo - muito ativo);

- Criar “sites” relacionados à saúde, que viabilizem a união de associações do tipo “clube da caminhada”, “amigos do ciclismo”, “clube da corrida”, bem como o sistema intranet no local de trabalho, para facilitar a comunicação de assuntos ligados à saúde e “wellness”;
- Mostrar que as ações dos diferentes tipos de mídia eletrônica apresentam resultados expressivos e inequívocos, no impacto de mensagens de serviços e programas, comparados com outras formas de intervenção, como face-a-face, palestras de grupos;
- Determinar o impacto da mídia em diferentes regiões geográficas, considerando as ações comuns dos programas de intervenção. Buscar o controle randomizado das formas de intervenção com estudo de subgrupos, mostrando como as pessoas foram influenciadas pelas matérias veiculadas na mídia;
- Mostrar quais as formas de mídia que apresentaram resultados mais favoráveis na divulgação da mensagem, em diferentes grupos populacionais. Fazer comparações em populações randomizadas, comparando as informações apresentadas na internet e material impresso;
- Fazer comparações da aderência para um estilo de vida ativo, considerando os materiais já existentes e aqueles que podem ser criados por grupos populacionais, nos quais as próprias decisões e estratégias da população são importantes;
- Considerando o uso da mídia escrita e radiofônica, estudar qual a frequência das informações e horários diários que podem repercutir, de modo mais efetivo, em um programa de intervenção para a promoção da saúde;
- Utilizando as características da televisão, qual o período ideal (tempo, duração da mensagem) e período (meses), para que determinada ação seja veiculada, para existir efeito positivo na mudança de comportamento.

A divulgação científica na mídia foi pouco explorada, permanecendo com discussões internas na universidade, principalmente pelo excesso de “academicismo”, que impediu um “reflexo” e entendimento das novas tendências pela sociedade em seus diferentes domínios. Há pouco tempo as novas propostas científicas passaram a ser foco de interesse dos diferentes meios de comunicação, principalmente pela nova tendência mundial da globalização, que levou a modificações das propostas de pesquisas, em que seriam financiadas aquelas que trariam novas tecnologias, capacidade de gerar progresso em diferentes campos populacionais e que refletisse no bem-estar social (NASSIE, 1999).

Assim, observa-se que essas novas tendências vão refletir em avanços sociais que repercutirão em novos costumes e estilos de vida. Portanto, atualmente, estamos vivenciando um aumento cada vez maior de sites que têm levado à população informações que permitem um diagnóstico das características de atividades físicas e possibilidade de incremento no nível de atividade física. Observa-se também o aumento do número de programas de atividade física em instituições, entidades governamentais e não-governamentais, com o objetivo de sensibilizar as populações, ou parte dessas, para uma vida ativa.

Precisa estar presente a consciência da necessidade de criação de grupos de intervenção com diferentes ações de mídia e materiais educacionais, que poderiam auxiliar na decisão de profissionais envolvidos em políticas públicas na condução mais eficaz na mudança de comportamento, instrumentalizando o idoso para que ele possa buscar alternativas para viver mais qualitativamente.

Referências

ACSM- AMERICAN COLLEGE OF SPORTS MEDICINE. TESTE DE ESFORÇO E PRESCRIÇÃO DE EXERCÍCIO. 5º ED. RIO DE JANEIRO: REVINTER, 2000.

BUCHNER, D.M.; WAGNER, E.H. PREVENTING FRAIL HEALTH. CLINICAL GERIATRIC MEDICINE. 8(1) 1992:1-17.

ELWARD, K.; LARSON, E.B. BENEFITS OF EXERCISE FOR OLDER ADULTS. A REVIEW OF EXISTING EVIDENCE AND CURRENT RECOMMENDATIONS FOR THE GENERAL POPULATION. CLINICAL GERIATRIC MEDICINE. 8(1), 1992:35-50.

FIGUEIRA JÚNIOR, A.J. POTENCIAL DA MÍDIA E TECNOLOGIAS APLICADAS NO MECANISMO DE MUDANÇA DE COMPORTAMENTO, ATRAVÉS DE PROGRAMAS DE INTERVENÇÃO DE ATIVIDADE FÍSICA. REV. BRAS. CIÊN. E MOV. 8 (3): 39-46, 2000.

KALACHE, A. IN: MANIDI, M.J. ATIVIDADE FÍSICA PARA ADULTOS COM MAIS DE 55 ANOS. SÃO PAULO: MANOLE, 2001.

MARCUSS, B.H.; OWEN, N.; FORSTH, L.H. ;CAVILL, N.A. AND

FRIDINGER, F. PHYSICAL ACTIVITY INTERVENTION USING MASS MEDIA, PRINT MEDIA AND INFORMATION TECHNOLOGY. AMERICAN JOURNAL OF PREVENTIVE MEDICINE, 15(4):362-378, 1998.

NASSIF, L. O JORNALISMO CIENTÍFICO. REVISTA FAPESP PESQUISA, 47(10): 7, 1999.

NERI, A.L. ATITUDES E CRENÇAS SOBRE VELHICE: ANÁLISE DE CONTEÚDO DE TEXTOS DO JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO PUBLICADOS ENTRE 1995 E 2002. IN: VON SIMSON, O.R.M.; NERI, A .L.; CACHIONI, M. AS MÚLTIPLAS FACES DA VELHICE NO BRASIL. CAMPINAS, SP: EDITORA ALÍNEA, 2003.

TAVARES, S.S. O QUE RIMA COM IDADE? IDENTIDADE E SOCIABILIDADE NA VELHICE EM TEMPOS DE TRANSIÇÃO. IN: GUSMÃO, N.M.M. CINEDEBATE: CINEMA, VELHICE E CULTURA. CAMPINAS, SP:EDITORA ALÍNEA, 2005.

ENDEREÇOS ELETRÔNICOS

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE

WWW.IBGE.GOV.BR

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE – OMS/WHO:

WWW.WHO.INT