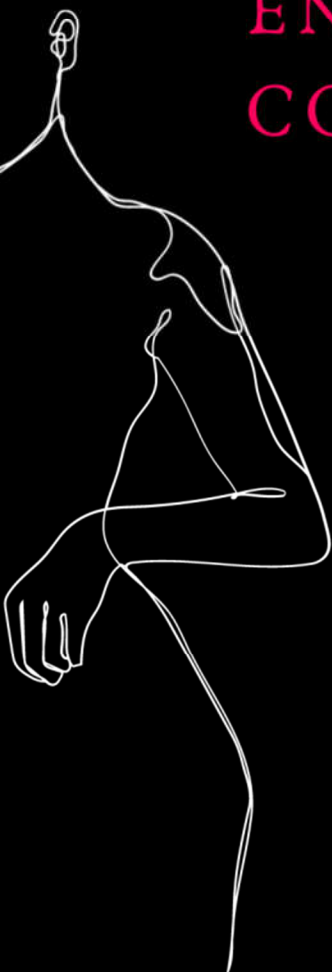


Org. | Fabiano Eloy Atílio Batista | Débora Pires Teixeira

ESTUDOS
INTERDISCIPLINARES
SOBRE O
ENVELHECIMENTO,
CORPORALIDADE
E MÍDIA



**ESTUDOS INTERDISCIPLINARES SOBRE
ENVELHECIMENTO, CORPORALIDADE E MÍDIA**

Comissão Editorial

Ma. Juliana Aparecida dos Santos Miranda
Ma. Marcelise Lima de Assis

Conselho Editorial

Dr. André Rezende Benatti (UEMS*)
Dra. Andréa Mascarenhas (UNEB*)
Dra. Ayanne Larissa Almeida de Souza (UEPB)
Dr. Fabiano Tadeu Grazioli (URI) (FAE*)
Fernando Miramontes Forattini (Doutorando/PUC-SP)
Dra. Yls Rabelo Câmara (USC, Espanha)
M. Marcos dos Reis Batista (UNIFESSPA*)
Dr. Raimundo Expedito dos Santos Sousa (UFMG)
Ma. Suellen Cordovil da Silva (UNIFESSPA*)
Nathália Cristina Amorim Tamaio de Souza (Doutoranda/UNICAMP)
Dr. Washington Drummond (UNEB*)
Me. Sandro Adriano da Silva (UNESPAR*)

*Vínculo Institucional (docentes)

Débora Pires Teixeira
Fabiano Eloy Atilio Batista
Organizadores

**ESTUDOS INTERDISCIPLINARES SOBRE
ENVELHECIMENTO, CORPORALIDADE E MÍDIA**



Catu, Ba
2021

© 2021 by Editora Bordô-Grená
Copyright do Texto © 2021 Os autores
Copyright da Edição © 2021 Editora Bordô-Grená

TODOS OS DIREITOS GARANTIDOS. É PERMITIDO O DOWNLOAD DA OBRA, O COMPARTILHAMENTO E A REPRODUÇÃO DESDE QUE SEJAM ATRIBUÍDOS CRÉDITOS DAS AUTORAS E DOS AUTORES. NÃO É PERMITIDO ALTERÁ-LA DE NENHUMA FORMA OU UTILIZÁ-LA PARA FINS COMERCIAIS.

Editora Bordô-Grená
<https://www.editorabordogrena.com>
bordogrena@editorabordogrena.com

Projeto gráfico: Gislene Alves da Silva
Capa: Keila Lima de Assis
Edição e revisão: Editora Bordô-Grená

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
CATALOGAÇÃO NA FONTE

Bibliotecário responsável: Roberto Gonçalves Freitas CRB-5/1549

E82

Estudos interdisciplinares sobre envelhecimento, corporalidade e mídia: [Recurso eletrônico]: / Organizadores Débora Pires Teixeira; Fabiano Eloy Atilio Batista. – Catu: Bordô-Grená, 2021.

1193kb, 120fls. il: color

Livro eletrônico
Modo de acesso: Word Wide Web
<www.editorabordogrena.com>
Incluem referências

ISBN: 978-65-87035-50-5 (e-book)

1. Terceira Idade - velhice. 2. Corpo. 3. Publicidade. I. Título.

CDD 305.26
CDU 159.922.63

Os conteúdos dos capítulos são de absoluta e exclusiva responsabilidade dos autores.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	8
<i>Organizadores</i>	
A MORTE DO VELHO, O NEGÓCIO DO CORPO ESTÁ NA MODA: SOBRE O ENVELHECIMENTO PENDULAR E AS SUBJETIVIDADES COMPARTILHADAS	11
<i>Marcelo Santana dos Santos</i>	
CULTO AO CORPO E ENVELHECIMENTO NA PÓS-MODERNIDADE: PADRÕES DE BELEZA E DISCURSOS NO INSTAGRAM	29
<i>Marília Diógenes Moreira e Josenildo Soares Bezerra</i>	
INTERLOCUÇÕES E APONTAMENTOS SOBRE AS REPRESENTAÇÕES DA VELHICE NA MÍDIA BRASILEIRA: ENTRE REVISTAS, AUDIOVISUAIS E A CULTURA DIGITAL	47
<i>Fabiano Eloy Atilio Batista, Débora Pires Teixeira, Glauber Soares Junior e Ítalo José de Medeiros Dantas</i>	
A VELHICE E A MODA NAS REVISTAS FEMININAS: UMA COSTURA POSSÍVEL?	63
<i>Débora Pires Teixeira, Fabiano Eloy Atilio Batista, Glauber Soares Junior e Ítalo José de Medeiros Dantas</i>	
A PERFORMANCE DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS MADUROS: UMA ANÁLISE DO CANAL <i>A VÓS DA RAZÃO</i>	77
<i>Marcella Silva Mousinho Machado e Sandra Regina Moura</i>	
IDOSOS AMPUTADOS EM REABILITAÇÃO FÍSICA: REFLEXOS NA QUALIDADE DE VIDA	93
<i>Marcus Vinicius Castro Witczak e Ariane Carla Lazzari</i>	
SOBRE OS AUTORES E AS AUTORAS	117
SOBRE OS ORGANIZADORES	120

APRESENTAÇÃO

Caros leitores e leitoras,

A coletânea **Estudos interdisciplinares sobre envelhecimento, corporalidade e mídia** teve o objetivo de trazer discussões sobre os eixos Envelhecimento, Corporalidade e Mídia, buscando apontar reflexões que problematizam, sobre múltiplos aspectos e olhares, as representações da velhice, os corpos que envelhecem e as múltiplas veiculações presentes nas construções das narrativas de campanhas publicitárias, revistas, jornais, televisão, cinema, dentre outros veículos.

Buscou-se dialogar com autores de diferentes campos do conhecimento, o que possibilitou uma reflexão contemporânea, a partir de uma abordagem crítica, sobre as mais diversas construções sociais que estigmatizam e condicionam ou libertam os atores sociais de determinados lugares.

Na abertura do livro, no primeiro capítulo, intitulado *A morte do velho, o negócio do corpo está na moda: sobre o envelhecimento pendular e as subjetividades compartilhadas*, de autoria de Marcelo Santana dos Santos, são expostas, a partir da noção de subjetividades compartilhadas, contribuições acerca da corporalidade e de como a mídia cumpre um papel fundamental nos processos de ressignificação do envelhecimento, sendo crucial para a elaboração de uma nova percepção da velhice e, conseqüentemente, da própria juventude e da noção de temporalidade dentro de uma lógica de consumo em sociedades capitalistas.

Compondo o segundo capítulo, o trabalho intitulado *Culto ao corpo e envelhecimento na pós-modernidade: padrões de beleza e discursos no Instagram*, de Marília Diógenes Moreira e Josenildo Soares Bezerra, analisa a rede de enunciações produzidas acerca do corpo, tendo como objeto de pesquisa publicações da mídia social *Instagram* e discutem sobre o culto ao corpo e seu envelhecimento na pós-modernidade, buscando apreender efeitos de sentido que traduzem *tabus* relacionados ao envelhecer.

Interloquções e apontamentos sobre as representações da velhice na mídia brasileira: entre revistas, audiovisuais e a cultura digital, de autoria de Fabiano Eloy Atilio Batista, Débora Pires Teixeira, Glauber Soares Junior e Ítalo José de Medeiros Dantas, compõe o terceiro capítulo deste livro, que busca compreender as representações da velhice a partir de uma investigação da veiculação dos corpos velhos nos meios de comunicação de massa, sobretudo na televisão, nas revistas e nas redes sociais. Assim, os autores observam as mudanças em torno das imagens pejorativas a rupturas de estigmas relacionados com a veiculação de uma velhice através de suas vivências pessoais, fomentando debates relevantes no que concerne a importância do idoso nas dinâmicas socioculturais.

Em continuidade ao capítulo três, no quarto capítulo, *A velhice e a moda nas revistas femininas: uma costura possível?*, Débora Pires Teixeira, Fabiano Eloy Atilio Batista, Glauber Soares Junior e Ítalo José de Medeiros Dantas, partindo de uma visão sociocultural do tema, produzem uma reflexão teórica a respeito da representação midiática da velhice nos conteúdos de moda em revistas femininas como *Vogue* e *Claudia*. Se nas décadas finais do século XX, a velhice era censurada ou sub-representada, a tendência contemporânea é a ocupação de espaços até então relegados aos velhos, como os editoriais de moda e beleza. Essa inclusão, embora significativa para a representação da velhice, é carregada de estigmas que propõem o apagamento da mulher velha pela incorporação de códigos no vestir, no maquiagem, no uso de acessórios, dentre outros.

No capítulo 5, intitulado *A performance dos influenciadores digitais maduros: uma análise do canal avós da razão*, de Marcella Silva Mousinho Machado e Sandra Regina Moura, investiga a performance dos influenciadores digitais maduros na Comunicação Mediada por Computador (CMC), com foco no canal do *Youtube Avós da Razão*, que é conduzido por três mulheres longevas e aborda assuntos atuais enviados por internautas de todas as faixas etárias. A análise dos autores apresentou estratégias miméticas de reprodução de papéis sociais, de contextos comunicativos de interação por verossimilhança, o estabelecimento de laços fracos e descontínuos, uma temporalidade elástica e o surgimento de novos *status*.

Por fim, o sexto capítulo intitulado *Idosos amputados em reabilitação física: reflexos na qualidade de vida*, escrito por Marcus Vinicius Castro Witczak e Ariane Carla Lazzari, apresenta uma análise sobre as percepções da qualidade de vida entre usuários de um serviço de reabilitação física. Utilizando-se de uma metodologia validada, o público da pesquisa foi composto por 43 idosos (29 homens e 14 mulheres) amputados. Os resultados apontam para a importância das relações sociais, com destaque positivo na qualidade de vida desses sujeitos, enquanto o domínio “físico” recebeu o pior índice, sendo o destaque negativo. Nesse sentido, os processos clínicos, subjetivos e objetivos, que envolvem esses sujeitos acometidos, a reabilitação física e o dispositivo ortopédico (prótese) são recursos efetivos para a qualidade de vida desses sujeitos.

Ademais, esperamos que os textos desta coletânea possam expandir, de forma positiva, os olhares e as reflexões dos leitores e leitoras, e oportunize o surgimento de novas pesquisas e olhares sobre as questões acerca do envelhecimento, da corporalidade e da mídia.

A todos e todas, uma excelente leitura!

Débora Pires Teixeira

Fabiano Eloy Atilio Batista

A MORTE DO VELHO, O NEGÓCIO DO CORPO ESTÁ NA MODA: SOBRE O ENVELHECIMENTO PENDULAR E AS SUBJETIVIDADES COMPARTILHADAS

Marcelo Santana dos Santos

O MORTE DO VELHO

Cada vez mais assistimos a vitória do corpo enquanto imagem-simulacro se sobrepondo às condições concretas dos indivíduos em suas sociedades e, por outro lado, o corpo-carne se impondo como nossa condição de existência por excelência no mundo: o corpo é nossa âncora no mundo (Merleau-Ponty, 1994); uma constatação, de fato, que se integra aos modos instrumentais e simbólicos com os quais nos expressamos em comunidade e diz respeito ao modo de atuação de nossos corpos – As técnicas do corpo¹. Em nossa sociedade, no tocante ao envelhecimento, a corporeidade pressupõe um princípio de disfarce, que vem sendo difundido ao longo do tempo, e que, contemporaneamente, é potencializado nos espaços virtuais e nas redes de relacionamento, a ponto de defendermos a tese de que os meios de comunicação se constituem como uma espécie de extensão da corporeidade.

Tal como a noção de pessoa passa pela constituição de uma máscara em quase todas as culturas (MAUSS, 2003)², o corpo que se apresenta hoje,

¹ Marcel Mauss em *As técnicas do corpo*, ensaio de 1935, demonstra como o corpo está ligado às formas sociais da cultura, compreendendo técnica como ato tradicional eficaz, cuja adaptação do corpo a seu uso refere-se ao sentimento do autor como ato mecânico, mas que é montado pela educação, pela sociedade, pelo lugar que o indivíduo ocupa (MAUSS, 2003).

² MAUSS, Marcel. *Uma categoria do espírito humano: a noção de pessoa, a de "Eu"*. Perceber, sobretudo, que em sua acepção latina, A *persona* latina, "(...)" é mais do que um nome ou

sobretudo nas redes sociais, é elaborado por ideias representacionais atravessadas por costumes e desejos criados através dos signos que são intercambiáveis em cada sociedade, que estabelece os modos de ser segundo critérios diversos: um dos quais, a faixa etária, em que o envelhecimento é visto como uma fase intermediária entre a inutilidade e a morte – no caso das sociedades ocidentais, notadamente capitalista. Talvez daí a razão de se pensar o corpo, conforme Baudrillard (2018), como o mais belo objeto de consumo desejado no mundo, o que pode revelar o lado descartável dessa constatação. É nessa interface, que envolve o corpo em sua corporeidade de envelhecimento e a mídia, que abordaremos o negócio do corpo.

Falar de negócio, a princípio, pressupõe relações comerciais que envolvem trocas que são, em geral, mercantis. O negócio é também a negação do ócio em sua origem e, dentro das lógicas de relações sociais de consumo, está ligado a capacidade de manutenção das atividades que tem a ver com os processos de produção e circulação na economia, por conta dos interesses do capital: no caso do corpo, à sua possibilidade de ser signo de beleza em conjunção harmoniosa como propriedade. É considerando esse contexto que trataremos da questão do envelhecimento e da liberação do corpo em sua corporeidade – o corpo ativo, que deixa de possuir metáforas e está desprovido de objetivos transcendentais, passa a ser considerado em suas performances temporais, “(...) na pura promiscuidade consigo mesmo, que é também a das redes e dos circuitos integrados.” (BAUDRILLARD, 2003, p. 13).

O fenômeno do envelhecimento, tão evidente aos olhos e certo, é cooptado pelo mercado através de dispositivos de constituição de subjetividades. A passagem do tempo que se materializa em cada um através do corpo – esse instrumento tão singular e disposto a todo ser de maneira universal³ – é ressignificado dentro de uma lógica de consumo,

direito a um personagem e a uma máscara ritual, ela é o fato fundamental do direito” (MAUSS, 0p. cit. 385).

³ “Mas as possibilidades tão numerosas e variadas de que é suscetível este instrumento, não obstante universal e colocado à disposição de cada um, que é o corpo humano, continuamos a ignorá-las, exceto aquelas, sempre parciais e limitadas, contidas nas exigências de nossa cultura particular. Claude Lévi-Strauss, Introdução à obra de Marcel Mauss. (MAUSS, OP.

potencializado a partir dos discursos midiáticos que, ultimamente, valorizam a velhice – paradoxalmente – exaltando a juventude: o que, de modo figurado, pode ser visto como sendo “a morte do velho”. É preciso saber, portanto, qual velhice é valorizada e qual envelhecimento é contemplado dentro dessa lógica de consumo e produção de identidades e suas subjetividades. O corpo, depois de ocupar um papel por longo tempo secundário em lógicas puritanas, é redescoberto na publicidade, na moda e na cultura de massa (BAUDRILLARD, 2018).

A exposição do corpo foi potencializada nos últimos anos e, enquanto signo do indivíduo, representou um processo de liberação que transformou as relações entre as pessoas – o indivíduo, elemento fundante de uma sociedade liberal, torna-se agente de sua existência, independente de outros laços sociais advindos de outras instituições: “Na sociedade capitalista, o estatuto geral da propriedade privada aplicar-se igualmente ao corpo, à prática social e à representação mental que dele se tem” (BAUDRILLARD, 2018, p. 168-169). Se o corpo do velho está na moda, ele o está dentro de limites que são impostos a todos os indivíduos que devem compartilhar um modelo de beleza e comportamento ligado à juventude. Portanto, a liberação do corpo está envolta numa proposta que valoriza uma estética aparente vinculada aos ideais estéticos difundidos na cultura ocidental, seduzida e obcecada pela busca de uma fonte da juventude, num culto ao modelo de vida ativo característico do vigor, dos corpos fortes para além de serem belos.

No caso do envelhecimento temos, então, um movimento ambíguo: de um lado, valoriza-se a maturidade, a possibilidade de um corpo ativo; criam-se mecanismos de inclusão social, destituindo a velhice da invisibilidade elaborada em processos sociais de desaparecimento. Do outro, a velhice é disfarçada, às vezes sugerida, ocultada num jogo de relações que enaltecem o corpo em suas potencialidades, não mais em seus limites, fazendo com que o mesmo se torne instrumento de salvação. Nesse

cit., p.14). Também Boudrillard escreve: “O corpo não é a própria evidência? Parece que não: o estatuto do corpo é um fato de cultura” (BAUDRILLARD, 2018, 168).

contexto, o trabalho da mídia é fundamental na criação dos modelos que devem servir de parâmetros para o estilo de envelhecimento. Não se trata mais de considerar a velhice como o fim da vida, tão próximo a morte e a condição de isolamento/esquecimento social. Trata-se, agora, de revigorar o que antes era descartado: (1) a corporeidade, aqui, entra dentro de uma lógica de longevidade, promovida pelo desenvolvimento científico, que ampliou as expectativas de vida, baseado num modelo de vida saudável que poderá ser medido pelos regimes e práticas da sexualidade e virilidade, por exemplo, além os aspectos físicos de disposição nas atividades; (2) é incluída, através do discurso do trabalho, como força vital de uma produção constante, em que se prolonga a sua noção de produtividade; (3) rejuvenesce-se de maneira perpétua como consequência desses processos descritos, realizando-se dentro de um arquétipo de juventude, em que o rosto no corpo é o seu maior ícone.

Aliam-se aspectos simbólicos e materiais, dimensões e estruturas que constituem uma subjetividade compartilhada através de um corpo incluso, cuja faixa etária dilui-se em performatividades que aproximam o envelhecimento de esquemas de relações juvenis – ainda que em alguns aspectos possa parecer contradizer a condição de vida real de cada um. Dimensões como classe, raça, gênero e regionalização interseccionam todo esse processo. Contudo, o que há em comum é a constituição de um modelo de envelhecer que destitui a velhice de suas condições naturais dentro de uma conjuntura social em que recai sobre o indivíduo, através dos mais variados dispositivos, como os da saúde e da alimentação, e da estética aparente, a responsabilidade pela sua condição. Natural, aqui, é entendido como sendo a passagem em que o corpo se faz no seu existir por si no tempo. Contudo, o modo como cada cultura trata a questão do envelhecimento se diferencia em seus aspectos simbólicos e nos processos de interação em que esse existir se faz efetivamente.

No modelo de sociedade que vivemos, considerando essa dinâmica de caráter consumista, pode-se dizer que os parâmetros estarão sempre ligados aos indicativos de acesso ao lazer, à boa forma, e ao trabalho. A temporalidade envolve a ampliação do próprio negócio: nega-se, por exemplo, o possível ócio promovido pela aposentadoria, na medida em que

a corporeidade está submetida ao consumo produtivo (no trabalho), ou ao consumo propriamente dito (no lazer), – é uma ideia de movimento que faz com que a corporeidade seja sempre nômade e nunca sedentária. Mesmo o idoso aposentado é convidado a ser hospede pelo mundo, a investir seu tempo em passeios e viagens sob o pretexto de aproveitar a vida. Trata-se de um lazer conspícuo, haja vista os seus custos e a necessidade de reconhecimento social. É uma estética do caminhar dirigido pelos pacotes turísticos; do poder de sair, perder-se com força igual ou parecida da juventude, com a vantagem de ser maduro o suficiente para fazer bem as escolhas e saber voltar – desde que, em grande medida, seja entregue a uma relação mercadológica, mas que reforce os laços públicos de ocupação dos espaços em contraste com as condições do isolamento/esquecimento da vida privada em que é submetida a vida da pessoa idosa. Eis aí o estilo de vida promovido como sendo próprio para a pessoa que envelhece; trata-se de um modelo para a massa que fora criado desde fins do século XIX, através do entretenimento, da moda, do bem viver – numa expressão, no estilo de vida.

O estilo de vida moderno modela-se nas experiências da aproximação e da associação inédita entre literatura, arte, política, moda, gastronomia, decoração e a as mais diversas práticas culturais, que reaparecem como práticas de consumo numa dinâmica que cada vez mais mescla arte e vida cotidiana, alta cultura e culturas populares, subjetividade e materialidade. Nas metrópoles dos séculos XIX e XX, os espaços mais valorizados têm sido o que agregam cultura, consumo e lazer. (BUENO, 2008, p. 12-13)

Se reconhecemos que o papel dos meios de comunicação é fundamental para a difusão desse estilo de vida, é preciso assinalar o papel das ciências e suas ramificações nesse processo, como a medicina e a pedagogia, por exemplo. Isso porque não se trata de vender um estilo de vida vazio e destituído de realidade. A mídia o faz, em grande medida, dentro de um projeto de consumo, mas em consonância com outros campos de conhecimento que vêm se desenvolvendo desde o fim do século XIX. A medicina traz a cena os regimes do corpo saudável, assim como a pedagogia elabora os processos comportamentais – ambas são campos do saber que instituem, aliados a outras formas de saber, os modos de agir: a indústria

alimentícia, farmacêutica, os processos cirúrgicos, os discursos do direito, entre tantos outros, formam um conjunto de mecanismos que regem uma visão de mundo sobre o modo de como se deve envelhecer. Foucault aborda essa questão ao longo de grande parte de sua obra, refletindo desde a modernidade até os dias atuais. De modo bastante contundente, podemos dizer que se aplica ao tema em causa. Os regimes do corpo estão atrelados às instituições e aos processos que ensejam relações de poder constante. Ao fim, sabemos que o que está em jogo é a liberdade e o controle: “Existe sim, em sociedade como as nossas, uma arte da conduta, mas que perdeu absolutamente sua autonomia. Agora, só encontramos esses modelos de conduta investidos, embasados no interior, é claro, da grande, grossa, maciça prática pedagógica” (FOUCAULT, 2016, p. 27). Com efeito, os discursos/dispositivos são elaborados nas mais diversas esferas e modos de representação social, por isso, prossegue Foucault, “Há também tudo que podemos chamar de estereótipos sociais, que, por intermédio da literatura, da escrita ou da imagem, dão modelos de bom comportamento” (2016, p. 27). O estilo de vida imputado ao idoso, nos dias de hoje nas sociedades capitalistas, estrutura um modo de envelhecer que, apegado a um processo de naturalização, está criando e reproduz um imaginário acerca da vida que se liga a uma noção de bem-estar e saúde, mas que não deve prescindir da juventude. É por isso que o envelhecimento deve ser disfarçado pelos indivíduos sob pena de atrair para si os olhares provocados pela passagem do tempo. Somos cada vez mais velhos nos olhos dos outros: “É no olhar do outro que nasce o sentimento abstrato do envelhecer” (LE BRETON, 2011, p. 236).

O envelhecimento, enquanto fenômeno cultural, só se torna uma questão social quando abordado nos termos de faixa etária, sobretudo no que toca às questões de dependência, que reforça os estigmas negativos a essa fase da vida. Com efeito, “A pessoa idosa traz às vezes seu corpo à maneira de um estigma cuja ressonância é mais ou menos viva segundo a classe social à qual pertence e segundo a qualidade de acolhimento do entorno familiar” (LE BRETON, 2011, p. 224). A modernidade instaurou valores que são centrais, como a juventude, a sedução, a vitalidade e o trabalho. São esses os constituintes do campo simbólicos que excluem a

pessoa idosa do convívio social (LE BRETON, 2011). O envelhecimento é, considerando isso, um lento processo de luto, em que a pessoa idosa, alijada de seus desejos e vontades, torna-se paciente, perde sua condição de sujeito, e sua sobrevivência está atrelada a um a noção de cuidado enquanto aguarda morrer. Sem autonomia, a pessoa idosa fica a cargo das relações de sorte e infortúnio que mesclam uma série de fatores ligados à saúde do corpo, à dependência financeira, bem como aos contextos de inserção nas relações com outras pessoas, familiares ou não.

O envelhecimento é, em parte, um sentimento. Se a corporeidade se faz no momento mesmo da existência do corpo em suas dinâmicas relacionais, em que o corpo se torna instrumento de cada um, cada pessoa idosa representa em si os modos desse envelhecer. De um modo geral, a velhice é vista como um sinal negativo, como já dissemos. Contudo, ela gera nos indivíduos um processo de depreciação de si, em que a pessoa idosa é levada a assumir um lugar de exclusão – salvo algumas exceções. Podemos dizer, por exemplo, que condições de classe são dominantes, e, às vezes, determinantes dos modos de envelhecer, como os de raça e gênero e suas intersecções. Sobre esse último aspecto, por exemplo, o de gênero, o homem e a mulher têm suas velhices percebidas de forma diferenciada pela sociedade: “A mulher idosa perde socialmente uma sedução que ela devia essencialmente ao seu frescor, à sua vitalidade, à sua juventude. O homem pode ganhar com o tempo uma força de sedução crescente, porquanto se valoriza nele a energia, a experiência, a maturidade” (LE BRETON, 2011, p. 233). Mas não é só isso, não se trata apenas de uma questão de aparência, a questão de gênero pressupõe um processo de depreciação que na mulher atinge a esfera da moralidade: “Uma mulher que busca ainda seduzir um homem bem mais jovem que ela atrai um juízo sem complacência da sociedade; ao contrário, é absolutamente admitido, e testemunha, em última instância, o vigor do homem” (LE BRETON, 2011, p. 233). Elementos ligados à virilidade, à força e ao vigor, portanto, são fundamentais no envelhecimento do homem e prolongam a sua atuação nas redes de relações, em que ele não se sujeita a sua idade – por enquanto, pois as marcas de inscrição da velhice, em algum momento, afetam a todos. Os sinais da velhice, aos poucos, se espalham por todo o corpo, inclusive, e talvez

principalmente, no rosto: “Os ritos de interação são, antes de tudo, encenações ordenadas e mutuamente inteligíveis de posturas corporais e de movimentos do rosto” (LE BRETON, 2019, p. 159). É no rosto, na máscara, que a velhice se torna patente e deslumbrante – e sendo ele o fator de individuação, é um componente fundamental para se pensar os processos de envelhecer, conforme propomos neste texto. O rosto é responsável pela interação em que a face se expressa em seu conjunto com o corpo, compõe os processos expressivos e visíveis do envelhecer, da percepção reflexiva que ressoa no outro e em si, seja pela alteridade, seja através do espelho.

A nudez, a vulnerabilidade ou, pelo contrário, o controle, a clareza aparente, perceptíveis no rosto vão torná-lo em uma chave do intercâmbio, uma indicação a respeito da qualidade da interação; neste aspecto, ele simboliza a relação a outrem. Face a este último, ele é o sinal mais vibrante, mais expressivo de si; a pele do rosto encarna perfeitamente a zona sensível da relação com os outros. (LE BRETON, 2019, p. 164)

O rosto é o testemunho mais visível do tempo, o lugar de exercício de todo narcisismo. Para Le Breton (2011), é a capital do corpo, é junto com o corpo o lugar do discernimento em que os indivíduos se diferenciam uns dos outros e, também, no tempo. Aqui também as diferenças de gênero em relação ao envelhecimento são construídas de modos diversos, embora próximos – busca-se, em todo caso, o rejuvenescimento constante.

A flexibilidade do uso de cosméticos leva a mulher a modelar para si um rosto que a torne mais próxima de seu ideal; na sedução, mas também no excesso, quando as mulheres maquam-se exageradamente para contrariar, mediante uma negação demasiado evidente, os traços fisionômicos de sua idade. E, sem dúvida, a maquiagem seria sempre uma restauração da imagem de si realizada no imaginário; em completa independência, às vezes, do julgamento de outrem que, por exemplo, é capaz de achar a maquiagem escolhida totalmente desvantajosa para a mulher. (LE BRETON, 2019, p. 256-257)

Os esteticistas ou os cabeleireiros são profissionais fundamentais para esse processo. Através de seu trabalho, homens e mulheres buscam a reconstituição de uma aparência mais jovem. O envelhecimento é algo que atravessa homens e mulheres de maneira semelhante, porém no homem parece haver “uma dor secreta” (LE BRETON, 2019), haja vista, conforme já

mencionamos, aspectos ligados ao imaginário da maturidade. As formas do sentir e viver são negociadas no interior de cada cultura e podemos traçar toda uma relação do envelhecimento com os modos com o qual os sentidos são agenciados em cada sociedade, demonstrando, inclusive, certa hierarquia da percepção:

Para nossas sociedades, a beleza, particularmente aos se tratar da mulher, é uma virtude cardeal, ela impõe critérios de sedução muitas vezes ligados a um momento de ambivalência social. Ela se fecha tiranicamente sobre si mesma segundo uma definição restritiva. Um provérbio árabe formula, com toda inocência, uma tendência de fundo que vale igualmente para a construção social do feminino e do masculino em nossas sociedades: “A beleza do homem está em sua inteligência; a inteligência da mulher está em sua beleza.”(CHEBEL, 1995, p. 110) A mulher é o corpo, e vale o que vele seu corpo no comércio da sedução, aí onde o homem vale pela sua única qualidade de homem, não importando sua idade” (LE BRETON, 2016, p. 76)

A despeito dessa visão aparentemente dominante em nossas sociedades, homens também sentem o peso do envelhecimento no rosto e no corpo. Em outro momento, Le Breton assinala esse aspecto em relação ao homem: “Aschenbach, o personagem de *A morte em Veneza*, vive essa metamorfose com satisfação nas mãos de um cabelereiro obsequioso que conseguiu apreender a dor secreta do homem que envelhece, oferecendo-lhe sem custo a ilusão de uma juventude reencontrada” (LE BRETON, 2019, p. 257). O retrato de Doria Gray, obra de Oscar Wilde, publicado em 1980, não deixa de ser um exemplo dessa perseguição a uma juventude perene, que se desdobra no homem através de seu comportamento hedonista, na figura do dândi. Apesar de ser uma obra de ficção, o romance em si encerra todo o ressentimento existente no que tange ao envelhecimento e ao tempo que traz à cena toda verdade sobre os desejos dos homens, afinal, é na sedução crescente e no vigor que o homem reforça seu estereótipo na maturidade.⁴

⁴ Com efeito, essa obra não deixa de ser uma representação do estilo de vida moderno que se faz através da estetização da vida cotidiana, “(...) a qual os dândis do século XIX foram os primeiros a exortar. Para Oscar Wilde, que transformou o dandismo em modo de vida, “deveríamos ser uma obra de arte ou vestir uma obra de arte” (BUENO, 2008, p. 12)”.

Dorian suportou sua vida enquanto era jovem, não suportava a velhice, destino legado apenas à imagem do retrato que escondera por longo período: ao esfaquear o próprio retrato, Dorian fica quase que irreconhecível e se torna um velho morto.

O NEGÓCIO DO CORPO

A velhice parece não ser bem-vinda em nossa sociedade, seu lugar é próprio mesmo das alcovas, das formas sem saída e do sedentarismo. Contudo, considerando o estilo de vida que passa a ser difundido para a pessoa idosa pelos meios de comunicação de massa, pode-se vislumbrar outra forma de envelhecer. Os últimos anos foram marcados pelo incremento de técnicas de embelezamento e retardamento dos sinais do envelhecimento, ao tempo que fora promovida toda uma cultura desportiva para a manutenção de forças ativas do corpo-carne, do corpo físico: não se envelhece como antigamente, “(...) tudo hoje testemunha que o corpo se tornou objeto de salvação” (BAUDRILLARD, 2018, p. 168). Essa guinada fortalecida, sobretudo, pelos processos de liberação sexual e física do corpo, transformou o modo com o qual o corpo é tratado em nossa sociedade. Envelhecer é inevitável, mas o modo como isso ocorre pode ser elaborado dentro dessas outras lógicas libertárias que fazem com que as pessoas percebam que possuem um corpo – uma vez que não precisa mais estar ligado a ideias transcendentais.

É no contexto apontado acima que a mídia intensifica seu papel de agente propagador e ressignificador das relações que as pessoas possuem com seu próprio corpo. A estética do abandono é substituída por uma estética do movimento, da troca, da intermediação típica de uma sociedade de consumo. Acentuam-se através da aparência os signos da sexualidade, o culto higiênico, a obsessão pela juventude, a virilidade e a feminilidade; os aspectos territoriais que podem ser habitados pelos olhos dos outros: o essencial é visível aos olhos e, se possível, ao tato, ao toque que se faz gesto de sentimento na tela.

A beleza, enquanto processo de significação e eficácia de signo, deve estar ao alcance de todos, e a mídia digital, através da internet, é também

instrumento de comunicação de cada um que hoje, em redes sociais, está disposto a utilizá-la de forma mais ampla e interativa. Se outrora a beleza estava posta num campo de contemplação quase que inalcançável, agora ela salta aos olhos, desmistifica-se, torna-se consumível, e o “Tato destrói a negatividade do totalmente outro. Seculariza aquilo que toca. Ao contrário da visão, é incapaz de surpresa ou maravilhamento. Por isso, também o touchscreen lisa é lugar de desmitificação e de consumo total. É ela que produz aquilo que a gente curte” (HAN, 2019, p. 12). Esses corpos são efeitos visuais constituídos e constituintes de sujeitos autônomos que assumem para si esse lugar. Nesse sentido, “Cada um procura seu visual. Como já não é possível achar argumento na própria existência, só resta fazer ato de aparência sem preocupação de ser, nem mesmo de ser olhado. (...) um tipo de ingenuidade publicitária em que cada um torna-se empresário da própria aparência” (BAUDRILLARD, 2003, p. 30).

O envelhecimento é ressignificado em vários sentidos dentro de uma lógica ambígua. Uma vez que a libertação do corpo traz consigo “(...) um considerável investimento de solicitude repressiva” (BAUDRILLARD, 2018, p. 187), agenciado através de técnicas lúdicas de domínio e controle. O envelhecer passa pelo mesmo modelo de atuação, cuja obsessão maior será a da permanência de uma juventude. Hábitos de alimento, higiene, exercícios físicos, produção, são organizados como dispositivos de controle que perpetuam as formas de um estilo de vida – a despeito disso, porém, assistimos uma forma de propagação em que os instrumentos de comunicação, notadamente os aparelhos celulares, se tornam uma espécie de extensão do próprio corpo. Não é necessariamente um transumanismo, mas uma forma de adequação em que podemos carregar nas mãos parte da nossa memória e, de certo modo, parte de nossos corpos, uma vez que ele serve de intermédio entre o corpo-carne e o corpo-simulacro, postado através das imagens nas redes sociais. Assim, o corpo é também ato de aparência enquanto registro digital – faz parte de uma rede de simulação, despedaçado, muitas vezes, valorizados em partes que podem ser mostradas como num cardápio, em que o alimento se dispõe para ser consumido. A seleção em grande parte, note-se, é feita pelo próprio agente movido por um

imaginário social criado nos moldes já colocados aqui: “A conexão digital co-necta os corpos em redes” (HAN, 2019, p. 26).

Posto nas redes, os corpos são mais uma vez potencializados pela publicidade, seja aquela advinda das grandes empresas que procuram vender seus serviços ou produtos, seja pelos próprios indivíduos que se colocam à disposição como espécies de mercadorias, cujo intercâmbio pressupõe a troca de valores: valores de uso são trocados em seus aspectos sociais. A assunção desse lugar ganhou uma proporção exponencial pelos meios de comunicação, de modo que a existência das pessoas se faz através das telas de aparelhos celulares, nas redes de relações. O envelhecimento, nesse contexto, considerando o imaginário descrito até aqui, também ganha outras características e o alcance engendrado dentro das lógicas de consumo e relações transformam as percepções dos indivíduos a respeito de si: o que temos hoje é uma espécie de envelhecimento pendular, em que subjetividades compartilhadas se misturam na constituição da velhice – em parte, isso se dá porque o negócio do corpo está na moda.

ENVELHECIMENTO PENDULAR – SOBRE SUBJETIVIDADES COMPARTILHADAS

O pêndulo em geral pressupõe um movimento contínuo que parece ir de um lado ao outro indicando a passagem do tempo. Movimentando-se de um lado ao outro põe em contato polos que parecem opostos, mas que na harmonia contínua são, em verdade, pontos de um fluxo complementar. Efetivamente, a troca constante de um lugar ao outro e, ainda assim, pêndulo, é tempo em movimento: os polos que ali estão são metamorfoses constantes entre o que vem antes, depois e vice-versa. Talvez essa metáfora oscilante permita a gente compreender o estatuto do envelhecimento do corpo: esse movimento pendular, marcado sempre pelo início de uma juventude e o fim de uma velhice. Justamente por estar em constante movimento, esses opostos se comunicam de modo que não podemos mais falar de uma velhice estática, tampouco de uma juventude circunscrita a uma faixa etária de vida.

Envelhecer é um fato e se isso fosse a morte, a natureza seria assassina. Juventude, por outro lado, tem prazo de validade e diz respeito a um número muito mais reduzido de tempo do que a fase de vida adulta. Podemos dizer que o envelhecimento conquistou um lugar que antes não possuía: deixou de ser uma aceção de vida estática e inaugurou um modo diversificado de percepção de mundo, principalmente quando consideramos o aumento da expectativa de vida, bem como o acesso à saúde e ao lazer. Nesse sentido, curiosamente, podemos dizer que os processos de maturação criaram uma espécie de tempo comum entre o velho e o novo que se dá em subjetividades compartilhadas – representadas, aqui, pelo pêndulo que no balanço troca de lugar o tempo todo.

A distinção clássica entre a velhice e a juventude foi e está sendo, através dos signos e do que sendo elaborado sobre eles, diluída em certo sentido: podemos falar de um novo velho e, ao mesmo tempo, de um jovem que antecipa para si a velhice através de uma negatividade da mesma – ou seja, o jovem, nos dias de hoje, tendo em vista a longevidade, começa a se preparar desde cedo para essa jornada: é muito provável que as futuras gerações procurem atrasar os processo de envelhecimento mais ainda do que já se faz hoje. É nessa intersecção que se defende aqui a ideia de um envelhecimento pendular.

O nosso corpo é demasiado íntimo e o envelhecer só passa a ser percebido nos olhos dos outros que nos chama a atenção em algum momento – é um caráter assombroso, pois é como se, de repente, os ideais de constituição do envelhecimento, que foram iniciados desde a juventude e muitos não percebem porque eram jovens demais, fizessem parte de nosso cotidiano desde sempre – envelhecer, conforme apontamos neste texto, fora elaborado como espécie de prolongamento dessa condição de ser jovem, mas mesmo assim, a velhice chega. O jovem antecipando em si o retardamento da velhice torna-a presente em sua vida sob o véu de um medo que só o tempo pode explicar com os processos de maturação, haja vista todos os estigmas de que falamos, principalmente os ligados a aparência estética e a sexualidade. Para tanto, a pessoa jovem utiliza os expedientes ligados às cirurgias plásticas, a harmonização facial, lipoaspiração, a manutenção ou perda de peso, entre tantos outros. Isso vem

ocorrendo em um público cada vez mais novo. A própria prática de exercícios está muito mais ligada a uma preocupação com o corpo do ponto de vista estético aparente do que com questões ligadas a saúde: essas são muito mais consequências daquelas quando bem-feitas. Esses são, em geral, os mesmos expedientes utilizados pela pessoa idosa para se manter mais jovem, são mecanismos e dispositivos que, adaptados à sua idade, procuram restaurar, recuperar, retardar os traços deixados pelo tempo em seu corpo, daí também a frequência em academias, as cirurgias plásticas etc. O lugar do relógio na modernidade institui essa relação pendular:

Os relógios camponeses são um dos objetos mais procurados: é que são precisamente, porque captam o tempo sem surpresa na intimidade de um móvel, o que pode haver de mais tranquilizador no mundo. A cronometria é angustiante quando nos determina tarefas sociais; mas é tranquilizadora quando substantifica o tempo e o destaca como **objeto consumível** [grifo meu]. Todos já experimentaram como o tique-taque de um relógio consagra a intimidade de um lugar: é que ele torna análogo ao interior de nosso próprio corpo. (BAUDRILLARD, 2015, p. 30)

Não param por aí as esferas dessa intersecção pendular: o que mais atravessa todos esses posicionamentos está atrelado ao consumo. Amplia-se, aqui, o sentido mesmo da percepção da juventude e atrasa-se a velhice (e o envelhecer) para uma idade ainda mais avançada – por isso a criação das expressões linguísticas como “terceira idade” ou “melhor idade” vão sendo aplicadas a pessoas com faixa etária ainda maiores, ou ainda, como sinônimo de jovialidade. É a corporeidade ativa, constituída pelo corpo-carne em suas ações gestuais, que promove através de processos físicos e simbólicos essa diferenciação sobre as percepções do envelhecimento. A capacidade de ser consumido passa a ser o signo de um modelo de envelhecimento que permite a distinção social entre quem será ou não excluído – dentro de um modelo urbano, onde velhice passa a ser planejada com antecedência.

Nesse caso, atrelada às práticas do consumo, a difusão do envelhecer enquanto estilo de vida se dá como uma via de mão dupla: a mídia fomenta um estilo de vida, por um lado; as pessoas idosas adequam-se ao modelo propagado, por outro lado – reforçando, muitas vezes, as práticas do bem viver. Os dispositivos para isso já foram colocados acima e devem ser

pensados em todas as suas extensões e diversidade. A velhice passa a ser, então, uma espécie de instituição que forja as identidades corporais, através de um disfarce marcado pelo retardamento dos processos visíveis, e pela inclusão de dinâmicas de interação social. O envelhecimento, por sua vez, torna-se o modo pelo qual cada um sente e reage aos processos ligados à velhice. Tornar-se quem é por conta da velhice envolve um processo cultural, sentido de maneira pessoal, de base material e instrumental (o corpo), revestido de sentidos simbólicos e efetivos, ressignificados num novo estatuto de ser velho. Com base em processos revolucionários, advindos do desenvolvimento da ciência, a mídia pôde construir um discurso sobre a velhice que, guardadas as devidas proporções, anunciam a “morte do velho”. A busca pela fonte da juventude se dá a passos lentos, se considerarmos a ansiedade da humanidade. Com efeito, talvez possamos entender como conquista o fato de se verificar de maneira expressiva o aumento da expectativa de vida em todo o mundo a partir do século XIX.

Na verdade, reside sempre a busca pelo ideal ainda não descoberto, porém desejado, da fonte da juventude. As utopias de uma vida saudável e longe da velhice passam a ser concretizadas de uma forma insipiente, haja vista a finitude de cada um, afinal, não somos eternos. Contudo, a perseguição a esse ideal de beleza e perfeição segue sendo o motivo de muitas transformações sociais e motor de muito que se fez nos últimos anos, em termos de ciência médica e estética, – se, por um lado, sabemos ainda que a juventude eterna não é alcançada; por outro, essas estratégias de permanência, no mínimo, têm servido para valorizar a pessoa idosa que era jogada numa espécie de ostracismo e esquecimento social. Isso ainda ocorre muito e o principal fio condutor dessas relações está intimamente ligado ao consumo. Entretanto, podemos dizer que cada vez mais assistimos um processo progressivo na realização de um corpo utópico⁵ que se faz num corpo prótese⁶. Falar de envelhecimento em sociedades de consumo é tratar

⁵ A expressão refere-se à conferência “O corpo utópico” de Michael Foucault, realizada em 1966 que integra o livro *El cuerpo utópico. Las heterotopías*.

⁶ Baudrillard defende a tese da constituição de corpos que são modelados pelos próprios indivíduos. O corpo-prótese é uma espécie de destino artificial, mas que é ao mesmo tempo

das condições mesmo de existência das pessoas, haja vista a sua relação com o tempo.

A libertação do corpo, representado por movimentos sociais como o feminismo, pela liberação sexual, não foi um processo unívoco e estéril. A libertação do corpo é, de alguma medida, a representação de muitos ideais que ainda hoje estão na pauta de tantos outros movimentos. A velhice não é um tabu em si, mas é, entretanto, atravessada por vários tabus: a virilidade masculina, a sexualização, a moralidade da mulher, entre tantos outros, e a própria “decomposição” do corpo. Por um lado, o desenvolvimento técnico-científico em muito contribui para esses processos que seguem se transformando. É por isso, por exemplo, que podemos falar de um corpo prótese, como objeto mesmo de cada indivíduo – daí as identidades “trans”, os modelos híbridos e tantas outras performatividade que existem.

A encenação, o tornar-se autor das próprias histórias ganham outros contornos que, aliados aos meios de comunicação interativos, às redes sociais, e as configurações de um comportamento de exposição, também modificaram as formas do agir e sentir. Nesses espaços são modificadas as dinâmicas sociais de interação, porém, é mantido o mesmo padrão de consumo e dos modelos de beleza hegemônicas e de juventude, acentuando um caráter de aceleração que institui um novo modelo de utilização do tempo⁷: “A gente facilmente o encontra como objeto da curtida imediata. A criação no belo dá lugar ao belo como produto, como objeto de consumo e do gosto estético, da curtida” (HAN, 2019, p. 112)

Satisfeitas essas condições, cabe a cada um promover-se enquanto portador de uma jovialidade inabalável, aclamada nas mais variadas instituições e reforçadas pelos meios de comunicação através da promoção de um estilo de vida que se transforma em uma arte do viver, traduzidos em modelos de conduta estética e comportamental. E, assim, são forjadas novas subjetividades e seus estereótipos sociais, onde o belo se perde nas malhas

espaço de sedução. Figuras famosas como Michael Jackson e Madona não deixam de performar essa realidade.

⁷ “O tempo que domina na curtida, no like, é um tempo sem eros, diria Heidegger, um tempo sem beleza” (HAN, 2019, p. 111).

do consumo e da passagem do tempo, por isso, falamos em beleza hegemônica, mercadológica, fruto dos processos midiáticos e de consumo.

A imagem é, sem dúvida alguma, um ícone fundamental no processo e centro sobre o qual podemos derivar os modelos do envelhecer enquanto recurso visível que possui grande influência nas pessoas – não é a toa que vivemos em uma sociedade imagética, é sobre isso que a mídia trabalha, criando um modelo que, como vimos, pode possuir embasamento nas mais variadas formas de saber, mas que, talvez até mais que isso, traduza o desejo de uma humanidade que não quer envelhecer – a morte do velho dá espaço para a permanência da juventude. O modo como isso transparece e promove o dinamismo social em sociedades como a nossa, traduz-se de dentro de dinâmicas de consumo, o que nos leva a pensar que o corpo, como subjetividades compartilhadas, sempre esteve na moda enquanto um bom negócio.

REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. *A transparência do mal: Ensaios sobre os fenômenos extremos*. 7ª Edição. Trad. por Estela dos Santos Abreu. Campinas, SP: Papirus, 2003.
- BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. Trad. por Zulmira Ribeiro Tavares. São Paulo: Perspectiva, 2015.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Trad. por Artur Morão. Portugal, Lisboa: Edições 70, 2018.
- BUENO, Maria Lucia. Cultura e Estilo de Vida. In: BUENO, Maria Lucia, CAMARGO, Octávio de Lima (Orgs). *Cultura e Consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.
- FOUCAULT, Michel. *Subjetividade e Verdade: curso no Collège de France (1980-1981)*. Trad. por Rosemary Costhek Abílio. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2016. (Coleção obras de Michael Foucault)
- HAN, Byung-Chul. *A salvação do belo*. Trad. por Gabriel Salvi Philipson. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

LE BRETON, David. *Antropologia do corpo e modernidade*. Trad. por Fábio dos Santos Creder Lopes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

LE BRETON, David. *Antropologia dos sentidos*. Trad. por Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

LE BRETON, David. *Rostos: ensaio de antropologia*. Trad. por Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

MERLEAU-PONTY, Maurice. *Fenomenologia da percepção*. Trad. por Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

MAUSS, Marcel. *Sociologia e antropologia*. Trad. por Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

CULTO AO CORPO E ENVELHECIMENTO NA PÓS- MODERNIDADE: PADRÕES DE BELEZA E DISCURSOS NO INSTAGRAM

Marília Diógenes Moreira

Josenildo Soares Bezerra

INTRODUÇÃO

Envelhecer é um processo natural do ser humano e que não pode ser evitado. Entretanto, a contemporaneidade está trazendo mudanças significativas para esse ciclo, principalmente no que diz respeito ao prolongamento da quantidade e qualidade de vida. Sabe-se que os inúmeros avanços do meio tecnocientífico trouxeram abundantes possibilidades para cuidar da saúde e preservar o corpo, o que resultou em um considerável aumento na expectativa de vida. Em consequência dessa intervenção técnica, as características biológicas da espécie humana se encontram cada vez menos intransigentes, de modo que os corpos humanos são capazes de muito mais durante um período bem mais extenso.

Além da longevidade, como aponta Debert (1999), temos a propagação do ideal que promove a velhice como uma fase gratificante, vibrante e produtiva, resultando em uma busca por parte dos idosos pela autoexpressão e pela exploração de identidades de uma maneira que antes era restrita à juventude. Essa novidade surge em uma conjuntura em que discursos amplamente divulgados pela mídia inclinam-se para desmistificar imagens tradicionalmente associadas ao envelhecer, enfatizando que este não é um marcador pertinente de comportamento, além de divulgar uma série de métodos e técnicas para a manutenção corporal que procuram mostrar como os que não se sentem velhos devem se comportar apesar da idade.

Assim, o idoso passa a integrar um novo público consumidor que, por sua vez, associa-se a uma imagem renovada do envelhecer que difere dos paradigmas que carregam imagens de pessoas mais velhas como doentes, debilitadas e abandonadas em asilos. Ao mesmo tempo, temos a ascensão de padrões estéticos diretivos que definem a beleza como um modelo social que se respalda no corpo jovem, esbelto e firme (LIPOVETSKY; SERROY, 2015), ou seja, em características que se distanciam do corpo naturalmente velho, especialmente em um período marcado pelas possibilidades de remodelar o corpo e conservar a aparência jovem, o que impulsiona o chamado culto ao corpo (CASTRO, 2007).

Logo, consideramos que existe um paradoxo entre a representação da velhice como um estágio gratificante, e o surgimento de padrões de beleza que definem o corpo belo dentro de um protótipo que exime os atributos inerentes ao envelhecer. Partimos, então, do pressuposto que, mesmo em uma época que melhorou e ampliou a qualidade e os estilos de vida para os idosos, a idade ainda é um elemento fundamental na construção social do corpo. Desse modo, pretendemos realizar uma análise da rede de enunciações produzidas acerca do corpo envelhecido a partir de uma postagem do Instagram, publicada pela página *Lovely MUA*¹, para apreender efeitos de sentido que traduzem tabus relacionados ao envelhecer do corpo feminino na pós-modernidade, um período extremamente influenciado pelas fruições midiáticas, especialmente de caráter digital, que o envolvem.

CORPO, BELEZA E RELAÇÕES DE PODER

Conforme Villaça e Góes (1998), pode-se afirmar que o corpo e suas imagens representam um espaço de experimentação, expressão e automodelagem, exercendo um papel essencial na produção da subjetividade e nos movimentos de identificação e representação. Assim, o

¹ Perfil registrado no Instagram pelo usuário @lovely.mua. Link de acesso <<https://www.instagram.com/lovely.mua/?hl=pt-br>> acesso em 7 de agosto de 2020.

corpo trata-se de um lugar de fascínio, sedução, criação de alianças, criatividade, humor e outras manifestações humanas. Como destacam os autores: “pensar o corpo hoje é pensar suas performances, seus limites, numa visão que o contemple como um dos elementos constitutivos do amplo universo semiótico, no qual se produzem as subjetividades” (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 29).

Foi apenas após a segunda metade do século XX que a visão sobre o corpo e suas possibilidades começou a mudar, na era do pós-industrialismo e pós-fordismo, visto que a mesma destacou a queda do capitalismo industrial, baseado na força do trabalho regrado e disciplinado. Tal fato acentuou o crescimento da indústria de serviços, que conseqüentemente alterou o estilo de vida da sociedade, trazendo os ideais de consumo, lazer e bem-estar. A partir desse período, na chamada pós-modernidade, o corpo passa a assumir as mais variadas instâncias pessoais, interpessoais e coletivas, sendo considerado como meio de identidade e subjetividade (VILLAÇA; GÓES, 1998).

Particularmente marcada pela desconstrução do ideal de identidade fixa e imutável, a era pós-moderna, segundo Debert (1999) com base nos estudos de Harry R. Moody, é caracterizada pela informatização da economia, pela desmassificação dos mercados de consumo, da política, da mídia e da cultura, e pela mobilidade e multiplicidade dos estilos de vida, resultantes de uma cultura econômica baseada mais no consumo do que na produtividade. Logo, o corpo passa a representar muito mais do que uma simples estrutura física para viabilizar a vida e a produção em massa, tornando-se base do desenvolvimento da subjetividade dos sujeitos, além de representar uma espécie de fachada do ser humano, para qual os holofotes da sociedade de consumo estão sempre direcionados.

Apesar dos ideais que hoje perpassam a construção social do corpo serem assimilados à liberdade de autoexpressão, a relação de docilidade-utilidade atrelada à matéria humana ainda é perceptível nas diversas camadas da sociedade. Em seus estudos genealógicos, Michel Foucault constatou que “uma sociedade sem relações de poder nada mais é do que uma abstração” (FOUCAULT, 1994, p. 239). Para ele, as relações de poder são tão complexas que das mínimas ações às mais visíveis, do campo

microfísico ao macrofísico, o exercício do poder se faz presente por meio da vigilância e do controle. Sem possibilidade de se livrar dessa dinâmica, as subjetividades são construídas com base nesses poderes, que por seu caráter hegemônico, tendem a normalizar e disciplinar os sujeitos e as massas através de um trabalho ininterrompível e interminável.

Dessa maneira, o corpo social, mesmo em suas instâncias mais subjetivas, surge por meio da materialidade do poder e suas inúmeras técnicas, que são consequência de processos sociais e históricos. Foucault (2019) ainda defende que o domínio e a consciência do próprio corpo só puderam ser adquiridos pelo efeito do investimento do corpo pelo poder, de modo que modalidades de manutenção, alteração e exaltação da forma física como a ginástica, os exercícios, o desenvolvimento muscular e a exibição da beleza corporal são advindas dessa dinâmica.

Por meio da exploração econômica, então, o poder oferece inúmeras alternativas para o sujeito trabalhar seu próprio corpo. Destarte, observa-se que surge “um novo investimento que não tem mais a forma de controle-repressão, mas de controle-estimulação” (FOUCAULT, 2019, p. 236), especialmente em um contexto de domínio e vigilância constantes, vigilância essa responsável por produzir a intensificação dos desejos de cada sujeito pelo corpo e pela autoimagem. Assim, conforme Fernandes (2012) em seus estudos foucaultianos, o sujeito é tido apenas como um corpo sujeitado, o que se configura como fabricação do indivíduo.

O que se percebe hoje através dessa intenção de produzir individualidades por intermédio do controle dos corpos, é a banalização de modificações cada vez mais ousadas na aparência corporal, o que se deve também à irrefreável evolução da ciência. O demasiado uso de cosméticos, os procedimentos estéticos e as cirurgias plásticas representam apenas uma pequena parte dos recursos destinados a realçar a beleza dos corpos, que, baseada em um ideal hegemônico enaltecedor de um físico alto, magro, modelado, esguio e, sobretudo, jovem, tende a determinar a junção de tais características como um padrão que deve ser arduamente alcançado mediante um esforço enérgico dos indivíduos.

Além de definirem como o corpo deve ser e se portar, os padrões estéticos instigam uma sede de exposição da intimidade e da aparência física

através da autopromoção. Tal dinâmica, conforme Sibilía (2016), se fortalece cada vez mais na contemporaneidade, e promovida pelas fruições midiáticas, configura certas formas de ser enquanto ajuda a evitar o surgimento de outras modalidades. Assim, especialmente no contexto em que vivemos, marcado pelo desenvolvimento dos aparatos tecnológicos e das formas de expressão e comunicação dos sujeitos, os modos de ser e estar no mundo são bastante influenciados pela mídia. No caso do espaço cibernético, particularmente, o aumento da visibilidade, muito perceptível nas famosas redes sociais, e a conexão sem pausa, alavancada pelo vasto acesso à internet e pela disseminação dos aparelhos móveis, moldam formas de nos relacionarmos com nós mesmos, com os outros e com nossos corpos, inclusive no que diz respeito aos modos de exibição da forma física e do culto ao corpo.

CULTO AO CORPO E REDES SOCIAIS

Conforme Castro (2007), o culto ao corpo define-se como um “tipo de relação dos indivíduos com seus corpos que tem como preocupação básica o seu modelamento, a fim de aproximá-lo o máximo possível do padrão de beleza estabelecido” (CASTRO, 2007, p. 17). A partir dessa dinâmica, então, diversas práticas para alinhar os corpos aos protótipos estéticos socialmente tidos como belos passam a ser exaltadas, por exemplo, as atividades físicas, o uso frequente de cosméticos, cirurgias plásticas, dietas e diversos outros artifícios. Assim, a cultura do narcisismo encontra sua maior forma de manifestação, alavancando uma busca frenética pela silhueta corporal perfeitamente harmônica às determinações sociais.

A mídia, nesse contexto, entra como uma peça-chave, principalmente por concretizar-se como um espaço onde diversos modelos, posicionamentos, comportamentos e estilos de vida são exibidos para uma legião de espectadores. Nesse sentido, Santaella (2004) afirma que a hipervalorização da construção corporal na sociedade contemporânea é instigada pelas imagens divulgadas nas mídias, que por sua vez, se responsabilizam por dar força ao imaginário, alimentando, assim, as ilusões

do ego humano, já que essas instigam a imaginação e o desejo por determinadas existências.

Tomemos as redes sociais, em especial, o Instagram, como exemplo. A plataforma, que promove o compartilhamento de fotos e vídeos como conteúdo primordial, consagra-se cada vez mais como meio de exibição e glorificação corporal, trazendo, muitas vezes, por parte de seus usuários, a ostentação de um físico que se encontra em consonância com o protótipo de beleza socialmente valorizado. Assim, para muitos usuários que acessam essa rede frequentemente e que, através dela, têm contato com imagens relacionadas ao corpo, os ideais que o designam à uma estética normativa de beleza estão constantemente presentes, o que acaba por destacar o culto ao corpo como uma prática deliberada que contorna a atualidade.

Uma prova do sucesso da exposição do corpo nesta rede é o fato de que, entre os perfis mais seguidos do mundo², estão os que pertencem a personalidades midiáticas que divulgam diariamente uma silhueta corporal magra, sarada e modelada, como o jogador de futebol Cristiano Ronaldo, pessoa mais seguida do Instagram, que reúne 247 milhões de seguidores. Logo atrás dele, estão a cantora Ariana Grande, o ator Dwayne Johnson e a empresária e influenciadora digital Kylie Jenner, todos detentores de corpos que agregam às suas respectivas carreiras.

Portanto, a palavra de ordem está nos perfis que funcionam como verdadeiros diários íntimos (SIBILIA, 2016), dividindo hábitos rotineiros, histórias de vida, gostos musicais e diversas outras idiossincrasias. Agora, com o avanço tecnológico e a conexão contínua, a proximidade, ou a falta dela, é resolvida em apenas um clique, de modo que os usuários são intimados a interagir, compartilhar, comentar e se exibir, tornando-se, assim, os principais produtores de conteúdo dentro de um processo que alimenta a exibição da vida e, conseqüentemente, do corpo.

² *Descubra quais são os 15 perfis mais seguidos do Instagram!* disponível em <<https://rockcontent.com/br/blog/mais-seguidos-do-instagram/>>. Acesso em 06 de dezembro de 2020.

INDÚSTRIA DA BELEZA E ENVELHECIMENTO

É perceptível que a demanda de embelezamento está crescendo de maneira acelerada, mostrando um avanço considerável tanto na variedade, quanto na qualidade dos produtos e procedimentos estéticos. As práticas e técnicas de manutenção da forma física impressionam pela sofisticação e pelos resultados aparentes, podendo remodelar o corpo humano às expectativas dos padrões de beleza estabelecidos. Isso tudo faz parte de um processo que vende o ideal de que é possível melhorar o corpo, sua aparência e sua performance ao modificá-lo, integrando um novo hábito de consumo que promove a beleza como algo que pode ser vendido para qualquer pessoa, de qualquer faixa etária.

Isso ocorre, segundo Lipovetsky e Serroy (2015), pois vivemos em uma era motivada por um consumo estético resultante de uma cultura individualista centrada no hedonismo, no bem-estar e na personalização de si. Assim, em consequência de uma larga proliferação da oferta mercantil, os sujeitos são pressionados por um aumento das exigências de individualidade e de caracterização da imagem de si, que inevitavelmente ocorre a partir de um modelo de beleza imposto de fora para dentro e que é regado pelos ideais de pluralidade e subjetividade, transformando a beleza em uma prática narcísica de massa. Por conseguinte, o corpo adquiriu a forma de um projeto a ser construído, moldado e modificado.

Nesse sentido, Sant'Anna (2014) argumenta que “os progressos nos âmbitos cirúrgico e estético reforçaram a ideia de que, com eles, qualquer um pode se adaptar ao mundo contemporâneo, melhorar a relação consigo e com os outros e, ainda, escapar ao fracasso, ao abandono e à solidão” (SANT'ANNA, 2014, p. 175). Em consequência disso, emerge um ideal que sugere a autonomia dos sujeitos sobre seus corpos, mesmo em uma época dominada pelas ordens da sociedade de consumo, ordens essas que definem um modelo de beleza diretiva, com base em uma silhueta corporal que é, sobretudo, jovem.

Ainda, conforme a autora, tal cenário é agravado em virtude do posicionamento midiático, que insiste em valorizar padrões de comportamento adaptados às necessidades da sociedade de consumo

emergente. Assim, o individualismo chega através do culto ao corpo e da massificação de um desejo pela silhueta perfeita, o que inclui ideais, principalmente acerca do corpo feminino, que supervalorizam uma aparência física sensual, modelada e sem sinais aparentes de envelhecimento.

Dessa maneira, com a alta demanda de procedimentos e fórmulas para moldar o corpo, torna-se viável manter-se sem rugas, linhas de expressão, sinais, e outras marcas que denunciam a passagem da idade, visto que o corpo se transforma em pura plasticidade. Agora, o mercado traz a promessa de que é possível manter uma aparência jovem, de modo que a velhice, mais do que nunca, é vista como um desleixo. Como explica Debert (1999):

imperfeições não são naturais nem imutáveis, mas com esforço disciplinado e o uso das tecnologias pode-se conquistar a aparência desejada: as rugas ou a flacidez se transformam em indícios de lassitude moral e devem ser tratadas com a ajuda dos cosméticos, da ginástica, das vitaminas, da indústria do lazer. (DEBERT, 1999, p. 78)

Entretanto, Debert (1999) também argumenta que é típica da cultura pós-moderna a promessa de que é possível escapar dos constrangimentos causados pelos estereótipos, das normas e dos padrões de comportamento baseado nas idades. A partir disso, nasce uma tentativa de desestabilizar expectativas e imagens tradicionalmente associadas ao avanço da idade com o objetivo de enfatizar que esta não é um parâmetro pertinente para definir comportamentos e estilos de vida. Assim, conforme a autora, a tendência é transformar a representação do envelhecimento, especialmente em um período que eleva o idoso à público consumidor, como um processo repleto de novos começos e oportunidades a serem aproveitadas, ofuscando o ideal de que este é um processo negativo e marcado unicamente pelas perdas.

A pós-modernidade, portanto, trouxe novos aspectos para o envelhecer, de modo que a estrutura biológica que configura os corpos humanos, antes considerada rígida e imutável, entra em constante evolução, em consequência dos inúmeros avanços científicos trazidos pela medicina e pela indústria da beleza. Por conseguinte, o indivíduo assume a plasticidade sobre seu corpo, podendo moldá-lo da maneira que bem entender. Com

essa possibilidade, os hábitos de consumo tendem a mudar, incentivando o sujeito a se encaixar em um padrão estético aceitável e midiaticamente exaltado, o que resulta na cultura narcísica do culto ao corpo, uma cultura baseada nas aparências, nas imagens, no consumo estético e no compartilhamento da vida íntima.

DISCURSOS E SUBJETIVIDADE

Em Foucault (2000), a prática discursiva é tida como “um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa” (FOUCAULT, 2000, p. 136). Assim, compreendemos que os discursos materializados através da linguagem criam novos campos de saber e são construídos a partir de um contexto sócio-histórico.

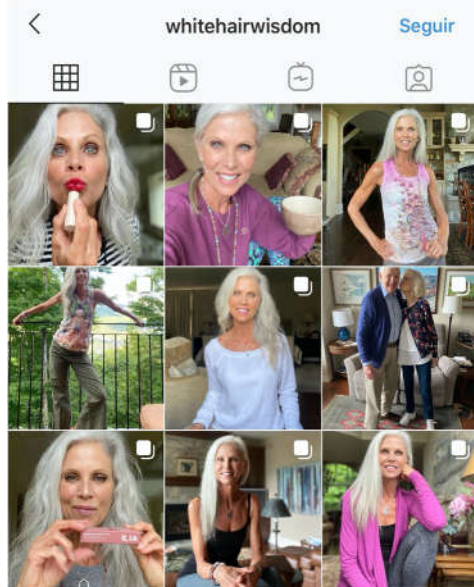
Além disso, para Foucault (2004), o discurso é responsável pela produção da subjetividade, que, por sua vez, é produzida discursivamente através da exterioridade, uma vez que revela a inscrição do sujeito em um determinado contexto. Logo, compreendidos como materialidade discursiva, os enunciados revelam o exterior e o social, atuando na produção da subjetividade e determinando as formas de comportamento dos sujeitos (FERNANDES, 2012). Consideramos aqui, portanto, que o sujeito é constituído por discursos historicamente concebidos e modificados, estando, assim como estes, em constante evolução.

Além da noção de discurso em torno do sujeito discursivamente produzido, propomos uma reflexão sobre práticas subjetivadoras possibilitadas pelo discurso, como a produção enunciativa em torno do corpo. Para tanto, utilizamos como ferramenta de análise os pressupostos de Foucault (2014), que consideram que o discurso não é um elemento neutro, estando diretamente ligado às relações de desejo e poder. Entende-se, apesar disso, que “a troca e a comunicação são figuras positivas que atuam no interior de sistemas complexos de restrição; e sem dúvida não poderiam funcionar sem estes” (FOUCAULT, 2014, p. 36). A forma mais superficial e mais visível desses sistemas de restrição, conforme o filósofo, é constituída

pelo chamado “ritual”, responsável por definir quem é qualificado ou não para falar, além de definir comportamentos, circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso, determinando os efeitos sobre aqueles aos quais é dirigido.

Com o objetivo de compreender as redes discursivas acerca da construção social do corpo, recorreremos a Foucault (2014) para realizar a análise de enunciações presentes em um vídeo postado no Instagram. Este traz Linnie V (@whitehairwisdom), uma influenciadora norte-americana de 58 anos que possui mais de 100 mil seguidores na rede, apresentando um tutorial de maquiagem. Principalmente por assumir seus longos fios brancos e por não disfarçar a idade – seus anos de vida estão explícitos em sua *bio* na rede social – Linnie entretém uma legião de espectadores com um conteúdo pautado em relatos diários de sua rotina, que se destaca pela prática de yoga e por uma rotina de beleza que inclui cuidados com a pele, alimentação balanceada e a prática de exercícios físicos, por exemplo, a corrida.

Figura 1 - Feed do perfil da influenciadora Linnie V (@whitehairwisdom)



Fonte: <<https://www.instagram.com/whitehairwisdom/?hl=pt-br>>. Acesso em 7 de agosto de 2020

Apesar da popularidade de seu perfil pessoal, a publicação foi realizada em junho de 2020 pelo perfil *Lovely MUA* (@lovely.mua), uma página voltada para a produção e divulgação de conteúdo sobre maquiagem. Curiosamente, o que chama a atenção nesta é a presença de diferentes tipos de corpos em suas postagens, que exibem peles idosas, com vitiligo, sardas, rugas, acne e outras características desprestigiadas pelo padrão de beleza hegemônico que discutimos nos tópicos anteriores deste artigo. Destaca-se que, mesmo desviando dos padrões estéticos predominantemente exaltados na atualidade, o perfil acumula mais de 420 mil seguidores e quase 3,5 mil postagens, a grande maioria com imagens ou vídeos de mulheres lançando tutoriais de maquiagem, depilação e cuidados com a pele.

No vídeo, a influenciadora traz um tutorial de quase 9 minutos ensinando como fazer uma maquiagem natural para o dia. Nele, temos o passo a passo completo para copiar seu visual – da ordem dos produtos ao método de espalhá-los na face – com um fator especial: a pele idosa como superfície de demonstração. Observa-se, portanto, a semelhança de seu conteúdo ao de outras influenciadoras populares, que diariamente realizam a escrita de si para o público. Nesse caso, entretanto, existe uma peculiaridade: a inserção de um corpo velho como referência de beleza e vaidade, divergindo das convencionalidades que instigam o culto ao corpo e provocam diferentes reações no público, como investigaremos a seguir. Ressaltamos que, para a análise aqui proposta, levamos em consideração apenas os comentários inscritos no post da página, sem nos apoiar nas respostas aos comentários feitas por outros usuários.

Para estruturar as análises de maneira sistemática, estruturamos subgrupos com base na recorrência de comentários com o mesmo teor discursivo. Assim, três tópicos serão retratados: discursos que exaltam a juventude; discursos que sugerem mudanças no corpo; e discursos que destacam a velhice. Vale destacar, ainda, que analisamos todos os comentários da postagem, mas selecionamos especificamente os direcionados para o corpo da influenciadora, excluindo todos os que falavam apenas da maquiagem, da técnica utilizada para aplicá-la e de outros assuntos fora da temática aqui delimitada.

BELEZA E VELHICE PODEM ANDAR JUNTAS? – DISCURSOS QUE EXALTAM A JUVENTUDE

Para cada um de nós, a velhice chega da mesma forma: continuamente, quase que de surpresa, o que é confirmado pela alteração da aparência atual em contraste com o que cada corpo foi um dia. Como assinala Beauvoir (1990, p. 352): “estamos hoje como ontem, e amanhã como hoje; assim, avançamos sem sentir”. As mudanças corporais, portanto, são progressivas, muitas vezes ocorrendo de maneira lenta, fazendo com que o envelhecer seja percebido aos poucos, tanto para o próprio sujeito como para o outro. Entretanto, as alterações são visíveis, o que desperta certas impressões, que materializadas discursivamente, se propagam e formam subjetividades, conceitos e comportamentos, como é perceptível nos enunciados a seguir:

Figuras 2 e 3 - Comentários publicados na postagem da página Lovely MUA



minion_timers I bet she looked absolutely stunning and very beautiful when she was younger, she's stil very beautiful

5w Responder



sandy_tepes Si ahora es hermosa, no imagino de joven

3w Responder

Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CB0Xlc_pCoc/>. Acesso em 7 de agosto de 2020

“Eu aposto que ela era absolutamente deslumbrante e muito bela quando era jovem, ela ainda é muito bela”, afirma o primeiro enunciatador. O segundo comentário reitera a enunciação anterior: “se agora é bonita, não imagino quando era jovem”. Observa-se, em ambos os comentários, a recorrência de um comportamento que exalta a juventude como um potencializador da beleza, como se a velhice fosse um embate para alcançar o auge da aparência considerada bela. Isso ocorre, pois “um corpo velho hoje vale menos que um corpo jovem” (SIBILIA, 2012, p. 90), o que, conforme a autora, é explicado pela universalização da noção do corpo como um capital que atinge seu valor máximo durante a adolescência. Para as mulheres, particularmente, existe um agravante acentuado por um ideal

responsável por definir que “longe de melhorarem com o inexorável transcorrer dos anos, os corpos vivos – em particular, os femininos – costumam inchar, deformar-se e até mesmo despencar estrepitosamente” (SIBILIA, 2012, p. 91).

Desse modo, os enunciados materializam discursos que tomam as características físicas inerentes à velhice como um infortúnio, visto que a juventude é destacada neles como o ápice da beleza, reforçando a ideia de que nada se aprimora ao envelhecer. A passagem do tempo, nesse caso, parece ser responsável por perpetuar os corpos com marcas indesejáveis, tais como rugas, manchas e deformações, desviando do padrão de beleza hegemônico que considera bela, sobretudo, uma aparência jovem.

MOSTRAR A JUVENTUDE PARA RESSALTAR A BELEZA, ESCONDER A VELHICE PARA EXALTAR A JUVENTUDE – DISCURSOS QUE SUGEREM MUDANÇAS NO CORPO

A preocupação com a aparência leva os sujeitos a uma busca incansável pela forma e volume corporais ideais, mantendo a dinâmica que assiduamente sustenta o culto ao corpo, ainda mais em uma época em que toda a forma física pode ser retocada e remodelada. Nesse panorama, temos o rejuvenescimento como um promissor mercado de consumo, de modo que a velhice e suas marcas tendem a ser vistas como “consequência de descuido pessoal, de falta de envolvimento em atividades motivadoras, da adoção de formas de consumo e estilos de vida inadequados” (DEBERT, 1999, p. 79). Com as ofertas constantes de oportunidades para a renovação do corpo, quem não as adere é visto como desleixado, menos belo e pouco atraente.

Figuras 4 e 5 - Comentários publicados na postagem da página Lovely MUA



lea_bergmann_private Seriously she's not that old , only 58 , if she would dye her hair she would look so much younger , that white hair makes her look older than she is

6w 68 curtidas Responder



crystalmoonjellyfish90 She has young face
If she dye her hair. No one would think she
old. Very beautiful 🥰

6w 29 curtidas Responder

Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CB0Xlc_pCoc/>. Acesso em 7 de agosto de 2020

“Sério, ela não é tão velha, apenas 58 [anos], se ela pintasse seus cabelos ela pareceria muito mais jovem, este cabelo branco a faz parecer mais velha do que é”, destaca o primeiro enunciado. Com uma articulação semelhante, o segundo reafirma: “ela tem um rosto jovem. Se ela pintasse seu cabelo, ninguém pensaria que ela é velha. Muito bonita”. A mensagem é clara: ela precisa pintar os cabelos brancos para parecer mais jovem. Ou seja, é necessário que ela recorra a um produto de beleza comumente vendido para esconder os fios que entregam sua verdadeira idade. Percebe-se, então, o ideal de que a velhice se tornou um estado passageiro, “a ideia de que *se está* velho, e não de que *se é* velho” (SANT’ANNA, 2014, p. 167).

Figura 6 - Comentário publicado na postagem da página Lovely MUA



isaninkayipbabasi And with hair dye she would
look gorgeous

6w 1 curtida Responder

Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CB0Xlc_pCoc/>. Acesso em 7 de agosto de 2020

“E com os cabelos pintados ela ficaria linda”, propõe outra pessoa. Mais uma vez, os enunciados presentes nos comentários dessa postagem trazem a juventude como sinônimo de beleza, e que ambas são frutos de um trabalho árduo e incessante. Assim, temos a “dissociação entre juventude e uma faixa etária específica e a transformação da juventude em um bem, um valor que pode ser conquistado em qualquer etapa da vida, através da adoção de formas de consumo e estilos de vida adequados” (DEBERT, 1999, p. 72).

É difícil resistir ao mercado do envelhecimento, principalmente em um contexto que ampliou a expectativa de vida significativamente. Tem-se agora a juventude como uma espécie de produto amplamente vendido para pessoas de diferentes faixas etárias, concretizando um antigo sonho de

manter a aparência jovem durante um período mais prolongado. Como coloca Sibilía (2012), esse processo representa o “ancestral sonho da eterna juventude, renovado como uma grande ambição da nossa época e como uma promessa que, talvez, logo estará à disposição de todos” (SIBILIA, 2012, p. 87).

Logo, os indivíduos que conseguem maquiagem os vestígios do envelhecer são exaltados pela sociedade: “um seleto grupo de damas e cavalheiros que (...) viram preciosos exemplares dessa espécie rara: os bem-conservados. Assim, (...) tornam-se merecedores de admiração devido a uma mistura de sorte genética e trabalho árduo” (SIBILIA, 2012, p. 99). Compreende-se, desse modo, que aqueles consumidores vorazes do imenso arsenal disponibilizado pela indústria da beleza são vistos positivamente, revelando uma tendência comportamental e de consumo que prega, mais do que tudo, a preservação de um corpo minimamente jovem.

PARCECER JOVEM É DIFERENTE DE SER JOVEM – DISCURSOS QUE DESTACAM A VELHICE

Sabe-se que o envelhecer é responsável por um inevitável declínio biológico que progressivamente desfavorece fatores como visão, audição, força, robustez, ritmo, memória, energia, dinamismo, entre outros. Assim, o corpo vai deixando de ser um instrumento, passando a ser considerado como um obstáculo, um ponto de fraquezas, principalmente em uma época definida pela espetacularização da vida em função das aparências. Como aponta Sibilía (2012): “No império da cultura audiovisual hoje triunfante, a catástrofe se estampa nos traços visíveis do envelhecimento, que se consideram marcas de fraqueza ou sinais de uma derrota e, por tal motivo, seriam moralmente condenáveis” (SIBILIA, 2012, p. 100).

Dessa maneira, quando alguém aparentemente velho exerce alguma atividade geralmente designada aos jovens exitosamente, acaba provocando reações de espanto, como no enunciado a seguir:

Figura 7- Comentário publicado na postagem da página Lovely MUA



Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CB0Xlc_pCoc/>. Acesso em 7 de agosto de 2020

“Uau isso realmente parece bom para uma mulher mais velha”, afirma a usuária no comentário destacado acima. A surpresa é inegável, pois se maquiar bem, diante do senso comum, é uma habilidade característica de pessoas mais jovens. Isso ocorre, pois existe um estigma que classifica o velho como imprestável, ineficiente e improdutivo. Então, mesmo em uma sociedade que amplificou as possibilidades de alteração corporal para a conservação da aparência jovem, o tabu com relação ao envelhecer ainda é evidente. Segundo Debert (1999), a imagem de envelhecimento saudável e positivo “não é capaz de superar os problemas envolvidos na perda de habilidades cognitivas e de controles físicos e emocionais que estigmatizam o velho e que são fundamentais, na nossa sociedade, para que um indivíduo seja reconhecido como um ser autônomo” (DEBERT, 1999, p. 80). Logo, vê-los exercendo alguma ação normalmente atrelada aos jovens causa estranheza e surpresa.

Além da parte motora e cognitiva, consideramos também a questão da aparência física da autora do vídeo. Pode-se considerar que a crítica do enunciado, além de impressionar com sua habilidade para se maquiar, se deslumbra com sua aparência depois de maquiada, visto que existe um tipo de censura encarregada por considerar o corpo enrugado, flácido, manchado, amolecido e, sobretudo, envelhecido, como desfavorecido e menos belo com relação aos mais jovens. Como afirma Sibilia (2012), hoje se rejeita “tudo que na aparência pareça relaxado, franzido, machucado, amarrotado, enrugado, pesado, amolecido ou distendido” (SIBILIA, 2012, p. 100), ou seja, tudo o que entregue um visual fora do ideal estético ligado à juventude.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como protagonista dos regimes de visibilidade de uma sociedade espetacularizada, voltada para o imagético, o corpo passa, então, a ser local de autorrepresentações, sendo assim, o meio viabilizador da exibição e exaltação do sujeito. Essa exibição, por sua vez, é motivada por discursos, que também responsáveis por construir a subjetividade humana, são materializados em diferentes contextos sociais, tanto em relações pessoais como midiaticamente. Ao ganharem proporções midiáticas, tais produções discursivas, voltadas para a divulgação de um estilo de vida baseado no consumo, pregam que é possível alterar a aparência corporal em um simples ato: o consumo de produtos e procedimentos voltados para a aquisição da estética ideal, que segundo os olhares da sociedade pós-moderna, é baseada na obtenção de um corpo, sobretudo, jovem.

A juventude, portanto, passa a ser considerada como sinônimo de beleza, sendo vendida como um bem facilmente negociável para pessoas de qualquer faixa etária, contanto que se tenha condições de pagar por tal luxo. Assim, o culto ao corpo, tido aqui como uma prática comportamental que busca a conquista do padrão estético socialmente determinado, direciona os sujeitos a uma procura incessante pela aparência perfeita.

Logo, essa perfeição atrelada aos corpos é definida por uma aparência livre de manchas, rugas, flacidez, ou de qualquer outro sinal de envelhecimento, que é arduamente combatido sob a promessa do vasto mercado da beleza. Em consequência dessa oferta diversificada de soluções para prolongar as feições jovens, os traços característicos da velhice são considerados como sinal de desleixo e abandono pessoal, como vimos nos enunciados analisados, que possuem uma linguagem que atesta e materializa o funcionamento de um discurso que assevera a existência de um pudor relacionado ao corpo velho. Afinal, se existem tantas opções para alterar e modelar o corpo, por que não as consumir?

Em meio a esse dilema, por conseguinte, aqueles que não esbanjam juventude desviam do padrão estético designado aos corpos, destacando, também, que a velhice não é apenas um estágio natural da vida, mas um obstáculo que causa a perda de funções cognitivas e da rigidez corporal,

tornando-se, assim, um dos maiores empassos para a obtenção do tão sonhado corpo belo.

REFERÊNCIAS

- BEAUVOIR, Simone de. *A velhice*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- CASTRO, Ana Lúcia de. *Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo*. São Paulo: Annablume, 2007.
- DEBERT, Guita Grin. Velhice e o curso da vida pós-moderno. *Revista Usp*, São Paulo, n. 42, p.70-83, jun. 1999.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. *Discurso e sujeito em Michel Foucault*. São Paulo: Intermeios, 2012.
- FOUCAULT, Michel. *Dits et écrits*: v. IV - 1954-1988. Paris: Gallimard, 1994.
- FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- FOUCAULT, Michel. *A hermenêutica do sujeito*. Trad. Márcio Alves Fonseca e Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Edições Loyola, 2014.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 10. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2019.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- SANTAELLA, Lucia. *Corpo e comunicação: Sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.
- SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *História da beleza no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2014.
- SIBILIA, Paula. O corpo velho como uma imagem com falhas: A moral da pele lisa e a censura midiática da velhice. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 9, n. 26, p. 83-114, nov. 2012.
- SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.
- VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. *Em nome do corpo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

INTERLOCUÇÕES E APONTAMENTOS SOBRE AS REPRESENTAÇÕES DA VELHICE NA MÍDIA BRASILEIRA: ENTRE REVISTAS, AUDIOVISUAIS E A CULTURA DIGITAL

Fabiano Eloy Atílio Batista

Débora Pires Teixeira

Glauber Soares Junior

Ítalo José de Medeiros Dantas

INTRODUÇÃO

O envelhecimento, tomado como uma experiência, é sempre paradoxal em sua essência, atravessado pela vivência de diversos marcadores sociais da diferença (raça, classe, sexo, entre outros), ou seja, ele se apresenta em múltiplos aspectos a depender da subjetiva de cada sujeito. Assim, torna-se um fenômeno multifacetado, complexo e heterogêneo marcado por transformações diversas a nível físico e corporal, social, emocional, econômico, entre outros (GOLDENBERG, 2013; TEIXEIRA; FARIAS, 2020).

Nesse sentido, é inegável que o corpo, em nossa sociedade, ganha aspectos de relevância, de tal modo, basearemos as discussões deste capítulo, sobretudo em torno dele, ou melhor, de suas representações. Portanto,

Enquanto construto social, o corpo é produzido como um elemento discursivo de múltiplas instâncias econômicas, sociais e culturais e cada sociedade ou grupo social dispõe de maneiras específicas de conceber e lidar com o corpo, interpretando-o e representando [...] (LIMA; REIVELAMES, 2013, p. 154)

Ao refletimos sobre o corpo na cultura brasileira, de acordo com Mirian Goldenberg (2011) e Medeiros (2011) ele é considerado um valioso

“capital”, onde, “[...] as propriedades corporais podem funcionar como capital para obtenção de lucros sociais, para conceder à representação dominante do corpo [sobretudo jovem] um reconhecimento incondicional” (MEDEIROS, 2011, p. 287).

Para tanto, o presente capítulo busca analisar e compreender as representações sociais do corpo na velhice, a partir de uma investigação da veiculação desses corpos nos meios de comunicação de massa (revista, cinema, televisão, e mídias digitais). Trata-se de um estudo de natureza qualitativa, desenvolvido através de uma análise de fontes bibliográficas.

Sabe-se que a televisão, os jornais, a rádio, todos os meios simbólicos são poderosos instrumentos na formação das atitudes e crenças em relação à significação dos objetos sociais, dentre eles a velhice (NERI, 2006). A mídia reflete um processo de construção do envelhecimento e da longevidade, assim como produto e produtor sociocultural, “veicula certas representações dos velhos, da velhice e do envelhecimento, exerce função de ponto de referência. A imagem ou imagens apresentadas aos leitores tem importância significativa na construção dos discursos” (CÔRTE; MERCADANTE; GOMES, 2006, p. 35-36).

A VELHICE NA MÍDIA IMPRESSA: AS REVISTAS

No Brasil, os primeiros informes referentes ao surgimento de mídias impressas, datam do período correspondente ao século XIX. A princípio, revistas voltadas para as mulheres eram redigidas por homens, possuindo a característica de serem verdadeiros manuais que ensinavam como a mulher deveria se portar. Sendo assim, conduziam a figura feminina com o olhar masculino, apresentando em sua trama um viés machista restringindo a mulher como apenas “mantenedora do lar e submissa ao marido” (ROCHA, 2011, p. 60).

Ao longo dos anos, muitas revistas, principalmente voltadas para o público feminino, foram criadas, tornando-se grandes disseminadoras na criação de padrões estéticos. Isso se deve ao fato de essas revistas apresentarem majoritariamente reportagens que cultuam o corpo ‘perfeito’ – corpo exageradamente magro e jovem, através exposição de imagens de

atrizes e modelos, muitas vezes tratadas através do uso de recursos tecnológicos, passando a serem consideradas como o ápice da beleza física (FLOR, 2009).

A revista tornou-se uma das principais mídias propagativas de padrões estéticos. Essa afirmativa é embasada quando é dito que “as leitoras a enxergam como uma amiga íntima e particular, a quem demonstra segurança, confiança e simpatia. É uma companheira em todas as horas ou em qualquer lugar” (MEIRA; PEDROSA, 2008, p. 1774). Ainda de acordo com os autores citados (2008, p. 1774), a forma com que as revistas foram desenvolvidas faz com que as mesmas busquem por se adequar a suas leitoras. Sendo assim, atuam “[...] no ideário e imaginário, sendo capaz de manipular através de seus comentários a formação dos modos de ver e de ser de quem a lê”.

Ao analisar algumas edições de oito revistas de grande circulação no Brasil – *Marie Claire*, *Glamour*, *Claudia*, *Cosmopolitan*, *Manequim*, *Viva! Mais*, *Sou mais eu!* e *Ana Maria* – Lobato (2017), tenciona reflexões que indicam que a mídia impressa brasileira – essencialmente a voltada para o público feminino – não assimila o processo de envelhecimento da mulher, quiçá o do homem. Nesse sentido, a autora supracitada apresenta em seus resultados que nas revistas analisadas a velhice é praticamente omitida. A temática da velhice quando abordada é relacionada a maneiras de combatê-la, não sendo esboçadas questões problematizadoras que geram debates entre o público leitor.

Andrade (2012) elucida que a velhice, geralmente é abordada em revistas associada à temática da estética. Por esse ângulo, ao abordar a temática da velhice, a mídia impressa apresenta maneiras de como não se tornar velho, silenciando, por consequência, a velhice tida como natural. Através disso, são produzidas reportagens que retratam receitas que prometem postergar a velhice, propagando padrões de consumo que uniformizam as pessoas, invalidando as diferenças que podem e existem. De maneira generalizada, a imagem do corpo idoso – principalmente da mulher idosa – nas revistas – fundamentalmente as de moda – é retratada de forma preconceituosa, na medida em que é utilizada como uma maneira de contrastar o velho do jovem, o que detém a ‘beleza’ de quem não a possui.

Teixeira e Farias (2020; 2021) corroboram esse pensamento da relação existente entre as temáticas velhice e estética ao analisarem reportagens extraídas da revista *Claudia* (1997-2010), relativas à temática da velhice. As autoras concluem que a representação do velho nas reportagens exploradas é associada ao sentido de atividade, ou seja, do “novo velho”. Entre as características desse, tem-se a manutenção de uma estética jovem através do vestuário e de maneiras de omitir os indícios do “ser velho”, podendo-se citar a prática de pintar os cabelos quando estes se tornam brancos.

Nos conteúdos de beleza e moda, os corpos apresentados e representados foram, exclusivamente, os brancos, os magros e os de classes sociais abastadas. As mulheres são representadas com características físicas rejuvenescidas. Assim, reforçam-se padrões específicos que são predominantes entre as revistas voltadas para o público feminino. Nesse sentido, fazem-se com que as mulheres busquem por uma aparência jovem, através do consumo de produtos e serviços – dietas, cosméticos, cirurgias plásticas, entre outras questões –, muitas vezes apresentados por profissionais especialistas no assunto, que ‘garantem’ a preservação de um corpo jovial e o retardamento do envelhecimento natural. O envelhecimento é retratado como inimigo da mulher (TEIXEIRA; FARIAS, 2020; 2021).

Destaca-se que, nos dois últimos anos, tem-se percebido a inclusão de mulheres mais velhas no conteúdo das revistas e em suas capas, o que contempla sua representação marcada por símbolos da senescência, como cabelos brancos, rugas e flacidez, apresentando um reposicionamento com relação ao padrão anterior de representação.

AS REPRESENTAÇÕES DA VELHICE NO AUDIOVISUAL: APONTAMENTOS SOBRE O CINEMA E A TELEVISÃO

Desde sua implementação no Brasil, o cinema (em especial a partir da década de 1930) e a televisão (1950) assumem uma privilegiada e significativa posição na criação de sistemas de representações e construções de significados e práticas sociais em nossa cultura. Ambos os veículos de

massa possuem grande aproximação com o público na difusão de valores, modos de ser, estar e agir em sociedade, e ainda, difundem padrões corporais, comportamentais e sociais pautadas, em grande parte, em estimas de juventude, branquidade, valores capitalistas, entre outras práticas sociais que colocam os sujeitos em pares de ambiguidades/oposição. Segundo Rocha (1995, p. 24), esse “[...] universo de especulação simbólica que a comunicação de massa projeta [como é o caso do cinema e da televisão] é, provavelmente, a mais formidável máquina de criação do imaginário coletivo de nosso tempo”, e, portanto, capaz de construir e compor significativas representações, estereótipos e estigmas que permeiam nossa sociedade.

No caso da velhice, as representações que são veiculadas no cinema e na televisão podem ser entendidas como mecanismo imprescindíveis na (des)construção do olhar dos sujeitos que consomem esses produtos no que tange as questões acerca do envelhecer e o ser velho em nossa sociedade, bem como na propagação e perpetuação dessas imagens, possuindo, por finalidade, um enorme e significativo impacto sobre os “modos de endereçamentos” (VEIGA-NETO, 2007) desses olhares.

Assim, considerando que o cinema e a televisão são uma espécie de reflexo da sociedade e que, em grandes casos, as mensagens ali expostas dialogam com as necessidades e anseios de nossa sociedade (ROCHA, 2015), observa-se que a velhice foi, e ainda é retratada nesses veículos a partir de dois grandes prismas: velho decadente *versus* o velho vigoroso.

Santana e Belchior (2013), ao analisarem 23 filmes com a temática acerca da velhice obtiveram as seguintes análises conforme o quadro a seguir:

Quadro 01 – Análise sobre as representações da velhice em filmes, citações retiradas do estudo denominado: ‘A velhice nas telas do cinema: um olhar sobre a mudança dos papéis ocupacionais dos idosos’

Papéis perdidos na velhice	Papéis mantidos na velhice	Papéis adquiridos na velhice
“Os filmes tematizavam frequentemente a chegada da aposentadoria e a passagem	“Predominância da manutenção dos papéis ocupacionais no campo dos	“Os principais papéis incorporados refletem as mudanças no âmbito do

<p>para a nova condição de trabalho não produtivo. Tal mudança gerava aos personagens uma dificuldade de reorganização do tempo livre e da vida ocupacional, além de provocar um sentimento de inutilidade” (p. 104)</p>	<p>relacionamentos, em especial o papel de pai ou mãe, sendo que este se mantém ao longo da vida. É visto que o papel dos pais inclui algumas funções, como cuidar, manter financeiramente a família, dedicar carinho e amor aos filhos” (p. 106).</p>	<p>trabalho, dos relacionamentos e das mudanças na condição de membro familiar. Com a mudança de papel de trabalhador para aposentado, surgirão dificuldades para reformulação da rotina, sendo necessário que o sujeito encontre subsídios para enfrentar essas mudanças, tais como a busca por atividades significativas, um novo planejamento de vida, o que envolve uma nova distribuição do tempo, mudanças adequadas em relação à vida familiar, à afetividade, ao lazer, trabalho e participação social” (p. 108).</p>
<p>“No âmbito dos relacionamentos observa-se como relevante a perda do papel de marido/esposo (a), principalmente devido à viuvez. Esta fase também é marcada pela perda dos amigos e pela quase compulsória diminuição do ciclo de amizades; tal fator</p>	<p>“No caso do papel de cuidador, observa-se que há uma inversão dos papéis, pois os pais, que antes cuidavam de seus filhos ou netos; na velhice, muitas vezes passam a receber cuidados” (p. 107).</p>	<p>“A falta de projetos de vida pós-aposentadoria, principalmente nos casos de pessoas que viveram a maior parte de suas vidas dedicando-se exclusivamente a seu trabalho; estas mostram maiores dificuldades em gerenciar seu tempo</p>

<p>contribui significativamente para a condição de retraimento ao lar e isolamento da sociedade mais ampla” (p. 105).</p>		<p>livre, em buscar novas habilidades e explorar seus interesses” (p. 108).</p>
<p>“Os dados refletem também uma mudança dos papéis no âmbito dos relacionamentos, uma vez que, na velhice, ocorrem alterações significativas nas atividades sexuais e no exercício da sexualidade” (p. 105).</p>	<p>“Outro papel que se mantém em alguns filmes é o de esposo (a), pois se observa que, na maioria dos filmes, o casal se dissolve apenas com a morte de um dos parceiros. Foram raros os casais retratados nos filmes que se divorciaram nesse período. O que se observa com maior frequência é o envelhecimento do casal lado a lado, vivenciando juntos as perdas, ganhos e dificuldades, e isso corrobora a ideia de casamento eterno e indissolúvel, “até que a morte os separe”” (p. 107).</p>	<p>“No campo dos relacionamentos, observa-se um grande número de idosos que ficam viúvos, tendo que se adaptar a essa nova situação” (p.109). “[...]observa-se um número significativo daqueles que começam a se relacionar com outra pessoa, e na terceira idade incorporam o papel de namorado(a)[...]” (p. 109).</p>

Fonte: Recortes do estudo desenvolvido por Santana e Belchior, 2013

No que tange às questões ligadas a veiculação da imagem da velhice na televisão, as construções discursivas acerca desses sujeitos não são muito diferentes. Quando se pensa, primeiramente, nas campanhas publicitárias que são veiculadas nos intervalos entre uma programação e outra, vemos que há reforços de estigmas e estereótipos negativos ligados ao processo de envelhecimento, colocando esses sujeitos e seus corpos como disfuncionais, como podemos observar, por exemplo, em peças publicitárias como: a) Corega® - fixador de prótese dentária; b) Nutren Senior® - reforço suplementar; c) Calcitran® - reforço suplementar; d) Renew® - produto para

“rejuvenescimento” da pele e tratamento de rugas; e) Omega3* - suplemento vitamínico, entre outras.

Existem, ainda, campanhas que enfatizam uma velhice produtiva e ativa, mais positiva, tais como: a) Concurso Banco Real Talentos da Maturidade (6 edição), veiculada em 2004; b) ‘Se assim quiser’ – Propagando do Banco Bradesco e Seguros e Previdência, do ano de 2005 e c) Vovós do Itaú, do ano 2016; entre outras. Assim, há uma dualidade dessas representações nas propagandas da televisão.

Quanto às telenovelas, uns dos principais produtos vendidos na televisão brasileira, observa-se que as representações da velhice oscilam entre a dualidade dos papéis de um velho dinâmico e independente *versus* um velho inativo dependente. Porém, assim como posto por Goldenberg (2013, p. 38), a veiculação de uma velhice negativa não possui mais espaço na mídia televisiva, pois, “em grande parte [os idosos] não aceitam se comportar, vestir e falar de determinadas maneiras consideradas socialmente adequadas para ‘um velho’”. Assim, essas veiculações estão tornando-se mais escassas em muitas produções.

AS MÍDIAS DIGITAIS COMO NOVAS PRECURSORAS DE PADRÕES: VISÕES SOBRE A REPRESENTAÇÃO DA VELHICE NA REDE

Desde a massificação do processo de globalização, por volta da década de 90, a internet foi se potencializando e se tornando cada dia mais democrática ao ponto de, na atualidade, as pessoas de quase todas as idades e gerações terem acesso a dispositivos digitais que conectam toda uma rede de indivíduos ao redor do mundo. Wasserman et al. (2012, p. 3) trata que “o uso das tecnologias aumentou na sociedade, em diferentes ambientes e faixas etárias. A busca e uso de tecnologias mais atualizadas como smartphone [...] evidenciou-se nos últimos anos na população”. Esse tratado evidencia um processo de digitalização da vida contemporânea, formando novos grupos sociais e trazendo à tona novas dinâmicas socioculturais que são primariamente permeadas por dispositivos digitais.

Nesse universo, as mídias sociais surgem como uma forma de prover tanto uma praticidade na vida das pessoas, quanto conectar umas às outras,

formando uma rede de pessoas que se conhecem ou possuem certos níveis de correlações em comum. Hjarvard (2015 p. 51) explica que “as novas mídias são consideradas como revolucionárias ou significativamente transformadoras da cultura e da sociedade, seja no nível do poder político global, ou no nível das relações humanas individuais”. Esses ambientes digitalmente projetados conseguem transformar as relações interpessoais, colocando-as dentro de um microuniverso, no sentido de que exigem posicionamentos diferentes do que se propõe no meio social cotidiano, seja este o apoio por meio de uma curta ou a transformação de uma pessoa em (sub)celebridade com base nos seus quantitativos de seguidores.

Denominado na comunicação de massa como influencer, desde que se insere um indivíduo em uma posição de destaque dentro dos microuniversos gerados a partir das dinâmicas dessas mídias sociais, esta passa a referenciar e representar um modelo de consumo, um padrão estético ou até mesmo um estilo de vida que se enxerga como algo que deve ser copiado e adotado pelos seus seguidores. Guimarães (2009, p. 45) confirma que “os impactos da comunicação tecnologicamente mediada alteram significativamente os mecanismos de articulação de sentidos e os modos de convivência, agora reformatados pelos avanços tecnológicos”. Nesse sentido, entende-se que essas dinâmicas de influência inserem na sociedade real padrões estéticos que são visualmente aceitos ou negados, bem como aconteceu em momentos anteriores com o cinema e as revistas, construindo na cognição das pessoas e nas asserções socioculturais, pré-julgamentos com base no enxergado em ambiente virtual.

Embora em primeiro momento possa pensar que essa influência digital é majoritariamente vista como negativa, as redes sociais trouxeram à tona a noção de que todas as pessoas podem ter voz e expressarem sua visão de mundo, não simplesmente aquelas cuja imagem seria socialmente descrita como consumível para um ambiente midiático televisivo anacrônico, o que fez com que não houvesse simplesmente um padrão estético – normalmente branco, jovem, magro, cisgênero e heterossexual - a fazer sucesso nesse entremeio, mas uma pluralização de construções estéticas. Fernandes (2017, p. 2) expressa que as “noções de identidade ficam resumidas ao estilo jovem e à superficialidade estética, perdendo a

oportunidade de compreender outras esferas de influência que esse meio de comunicação abrange”. Assim, abre-se espaço finalmente para pessoas idosas demonstrarem que o envelhecer não é simplesmente o que vem sendo apresentado na televisão.

Por muito tempo idosos vem sendo representados por arquétipos como ‘senhorinhas’ ou ‘senhorzinhos’ doentes, pouco habilitados a serem independentes, conservadores e que fogem, por vezes, de dispositivos eletrônicos e das dinâmicas da pós-modernidade. Esse pensamento foi potencializado pela noção construída de que o envelhecer era algo ruim e o corpo jovem era o saudável. Sobre isso, Moura e Souza (2015, p. 5, *grifo do autor*) comentam que o idoso nas mídias sociais se torna “um agente importante para o futuro das nações que envelhecem sem mascarar os reais impactos que a velhice pode acarretar no surgimento de um novo velho e, principalmente, em uma nova forma de ver e se adaptar ao envelhecimento”. Com todos os exemplos apresentados nas mídias sociais atuais, enxerga-se que a valorização do corpo jovem como primordial não é mais simplesmente o caso.

A principal vantagem, então, da presença dos idosos nas mídias digitais vai ao encontro à quebra dos estereótipos, inserindo-os dentro debates importantes sobre o papel da terceira idade nas dinâmicas socioculturais e como esses não devem ser vistos pelo todo como pessoas paradas dentro do ciclo produtivo social, mas que ainda possuem voz e contribuição a prover, quebrando padrões e desmontando toda a noção estética que havia sido construída (MOURA; SOUZA, 2015; FERNANDES, 2017; CAMPOS, 2020).

Discutido na pesquisa de Harvey (2019), sob a nomenclatura de Granfluencer, esse termo tem como objetivo sintetizar todo o conjunto de pessoas com idade superior a 60 anos que apresentam o comportamento de influenciadores nas redes sociais e, que segundo o autor: “são melhores em mídia social do que você”. Ao prover uma categorização para esse conjunto de pessoas, consegue-se delimitar o poder de influência social e de consumo que antes se encontrava localizado somente nas mãos de pessoas mais jovens, alterando todo o rumo do mercado.

O capítulo ressalta o conjunto de figuras brasileiras e estrangeiras de diferentes veículos na internet, mas que carregam consigo um poder midiático de demonstrar que o envelhecer não está intimamente relacionado a ser uma pessoa acamada, doente e inativa, mudando o pensamento social e quebrando padrões estéticos que se conhecem como difundidos culturalmente. São eles: o grupo Avós da Razão (Comportamento e Mídia), Baddie Winkle (Comportamento e Mídia), Vó da Pomba (Comédia) e Iris Apfel (Moda), conforme Figura 1.

O primeiro ponto de análise, o grupo denominado de Avós da Razão, é formado por três brasileiras longevas: Helena Wiechmann (90 anos), Sonia Bonetti (80 anos) e Gilda Bandeira de Mello (76 anos). A principal plataforma de divulgação dos seus conteúdos é o Youtube e elas se juntam para debater, em uma espécie de mesa redonda divulgada através de vídeos, diversos temas, principalmente os que são considerados polêmicos e tabus dentro do universo atual da velhice, por exemplo, o uso de maconha, sexo na velhice, bem como outras questões relacionadas ao conservadorismo (BARRETO, 2019). Assim, a representação propagada por essas mulheres é justamente a de que existem pessoas na velhice dispostas a debater sobre assuntos considerados tabus, bem como se posicionar a favor destes.

Figura 01 – Granfluencers – Avós da Razão, Baddie Winkle, Vó da Pomba e Iris Apfel



Fonte: Instagram das influenciadoras (2021).

A segunda influenciadora é Baddie Winkle (92 anos), com 3,5 milhões de seguidores, gera posicionamento principalmente através da rede

social *Instagram* e se tornou conhecida pelos seus looks coloridos, extravagantes e por trazer um estilo de vida bem diferente para os arquétipos que se constrói sobre os velhos, inclusive se posicionando a favor da legalização da maconha. Moura e Souza (2015, p. 7) comentam sobre ela que “constrói legendas bem-humoradas, não tem vergonha e mostra com tranquilidade o seu corpo flácido, brinca com sua aparência e incentiva a satisfação de envelhecer naturalmente, bem e sem receios”. O que atrai justamente o público para consumir suas publicações.

Amália Tereza (92 anos), influenciadora brasileira mais conhecida nas redes sociais como Vó da Pomba, é acometida pela doença do Alzheimer e, através do seu neto, utiliza as redes sociais como *Instagram* e *Youtube* para demonstrar, por intermédio de vídeos de humor, que envelhecer, até mesmo tendo sido acometida por doença, ainda pode ser feita de forma saudável e efetiva. A idosa é principalmente conhecida por sua independência quando comparada à idade e habilidades com as situações do cotidiano, mostrando ser possível superar barreiras (GSHOW, 2020).

Por último, uma das mais conhecidas representações da velhice no mundo da moda é Iris Apfel (1,6 milhões seguidores) que, assim como Baddie Winkle, é apreciada por ter um estilo de vida e moda que desafia os arquétipos preconizados da mulher idosa. Vasconcelos (2018, p. 30) comenta trazendo que Iris transforma o “seu corpo em um instrumento do que quer comunicar, ela torna velhice algo divertido, chamativo, impossível de passar despercebido por qualquer ambiente que transite e o mercado sabe a importância dessa imagem desconstruída que ela possui”. Sua forte ligação com a moda já foi palco de exposições e editoriais, valorizando a beleza única que a mulher carrega.

Em síntese, pode-se perceber que as maiores influenciadoras digitais longevas são aquelas que fogem dos aspectos costumeiros do que se conhece por mulher idosa, desafiando os arquétipos sociais do papel que lhe foi primordialmente atribuído e expondo representações que a valorizaram enquanto ser único e importante no meio social. É relevante ressaltar o encontro da majoritária presença de pessoas 60+, do gênero feminino, como influenciadoras digitais nas plataformas, tendo pouco quantitativo de

homens que se colocam nessa posição, especialmente com foco nesse âmbito da desconstrução sociocultural da masculinidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo buscou compreender as representações relacionadas aos idosos nos meios de comunicação em massa: impressos, audiovisuais e tecnológicos. Destaca-se que a velhice é paradoxal na medida em que terá distinções estabelecidas por meio de marcadores sociais, sendo compreendida como um fenômeno complexo.

A representação da velhice nos meios de comunicação em massa é distinta, perpassando por sua omissão e caráter de combate, propagada pelas revistas – mecanismo que propaga padrões estéticos relacionados aos corpos essencialmente jovens e brancos –, principalmente as voltadas para o público feminino; ao cinema e a televisão, que são entendidos como mecanismos que muitas vezes espelham a realidade social a qual estamos inseridos e que retratam a velhice de duas maneiras, apresentando o idoso ora decadente, inativo e dependente, ora vigoroso, dinâmico e independente.

Por fim, nas redes sociais nota-se também uma característica dual, na qual a influência digital é entendida como negativa – à medida que ainda são criados e difundidos padrões estéticos muitas vezes inalcançáveis – mas também positivos, ao entender que todas as pessoas podem expressar seus pontos de vista em relação ao mundo. Nesse sentido, tem-se a abertura de um espaço para que as pessoas idosas, dando-as voz para que influenciem, ressignifiquem e quebrem estigmas relacionados à velhice, através de suas vivências pessoais, fomentando debates relevantes no que concerne a importância do idoso nas dinâmicas socioculturais.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, E. R de. A EXCLUSÃO DOS IDOSOS NA MÍDIA IMPRESSA: o que é dito e o que é silenciado sobre eles. *Línguas & Letras*, [S.L.], v. 13, n. 24, p. 67-88, jun. 2012. Disponível em: <<http://e->

revista.unioeste.br/index.php/linguaseletras/article/view/1156/5728>. Acesso em: 02 mar. 2021.

BARRETO, C. Conheça as 'Avós da Razão' e outras webcelebridades com mais de 60. *O Globo*, 22 mar. 2019. Disponível em: oglobo.globo.com/cultura/conheca-as-avos-da-razao-outras-webcelebridades-com-mais-de-60-anos-23544371. Acesso em: 02 mar. 2021.

CAMPOS, T. H. Granfluencers: da velhice à senioridade digital. 109 f. 2020. *Dissertação* (Mestrado em Multimídia) - Universidade do Porto. Porto, 2020.

CÔRTE, B.; MERCADANTE, E. F.; GOMES, M. R. Quais são as imagens dos idosos na mídia? In: CORTE, B. (Org.). *Velhices: reflexões contemporâneas*. São Paulo: Sesc/PUC, 2006. p. 25-46.

EDLAINE Garcia entrevista à "Avó da Pomba": sucesso nas redes sociais. *GSHOW*, 27 julho 2020. Disponível em: gshow.globo.com/EPTV/Mais-Caminhos/noticia/edlaine-garcia-entrevista-a-avo-da-pomba-sucesso-nas-redes-sociais.ghtml. Acesso em: 04 mar. 2020.

FERNANDES, S. S. Old is the new black: estudo de caso do perfil "Advanced style" no *Instagram*. 23 f. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte. Fortaleza, 2017.

FLOR, G. CORPO, MÍDIA E STATUS SOCIAL: reflexões sobre os padrões de beleza. *Revista de Estudos da Comunicação*, [S.L.], v. 10, n. 23, p. 267-274, 13 nov. 2009. Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR. <http://dx.doi.org/10.7213/rec.v10i23.22317>. Disponível em: <<https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22317>>. Acesso em: 02 mar. 2021.

GOLDENBERG, M. Corpo, envelhecimento e felicidade na cultura brasileira. *Contemporânea*, Ed.18; Vol.9; n2; 2011. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_18/contemporanea_n18_06_Mirian_Goldenberg.pdf>. Acesso em 02 mar. 2021.

GOLDENBERG, M. *A bela velhice*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2013

GUIMARÃES, D. A. D. Interações sociais e novos padrões perceptivos na construção da subjetividade. *Logos 30 - Tecnologias de Comunicação e Subjetividade*, n. 16, v. 1, p. 34-47, 2009.

HARVEY, L. The rise of the 'granfluencer': meet the seniors who are better at social media than you. *BBC Three*, 30, mai. 2019. Disponível em:

www.bbc.co.uk/bbcthree/article/d6e8fb6f-b92f-4952-ae3c-62bc5974ce6f. Acesso em 04 mar. 2020.

HJAVARD, S. Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. *Parágrafo*, v. 2, n. 3, p. 51-62, 2015.

LIMA, C. f. da M.; RIVEMALES, M.C. C. Corpo e envelhecimento: uma reflexão – artigo de revisão. *Estudos interdisciplinares do envelhecimento*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 153 - 166, 2013. Disponível: <https://core.ac.uk/download/pdf/303959584.pdf>. Acesso em 08 mar. 2021.

LOBATO, M. L. M. O envelhecimento na imprensa feminina brasileira: apontamentos sobre os modos de representação da mulher idosa. *Parágrafo*, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 198-206, jun. 2017. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recofi/article/view/445>>. Acesso em: 02 mar. 2021.

MEDEIROS, C. C. C. de. Habitus e corpo social: reflexões sobre o corpo na teoria sociológica de Pierre Bourdieu. *Movimento*, Porto Alegre, v.17, n.01, p.281-300, janeiro/março de 2011.

MEIRA, G. M. de G. S; PEDROSA, C. E. F. CARMEN DA SILVA: a consolidação da imprensa feminina na revista “Claudia”. *Cadernos do Cnlf*, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 1772-1784, jan. 2008. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/xiv_cnlf/tomo_2/1772-1784.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2021.

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: SIMSON, Olga Rodrigues de Moraes Von; NERI, Anita Liberalesso; CACHIONI, Meire (Orgs.). *As Múltiplas Faces da Velhice no Brasil*. Editora: Alínea, Campinas, SP, 2006.

OURA, T.; SOUZA, S. A (Des)Construção de Imagens que Retratam o Idoso e a Velhice na Atualidade - o Caso *Winkle*. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo, 5., 2015. São Paulo. *Anais (...)*. São Paulo: Comunicon, 2015. p. 1-15. W

ROCHA, E. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Editora MAUAD, 1995.

ROCHA, M. H. S. da. De 1960 a 2009: a evolução dos padrões corporais a partir das tendências da moda. Um estudo de Claudia e Nova. 2011. 148 f. *TCC* (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Universidade de Brasília - UnB, Brasília, 2011. Disponível em:

<https://bdm.unb.br/bitstream/10483/2521/1/2011_MarinaHelenadaSilvaRocha.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2021.

SANTANA, C. da S.; BELCHIOR, C.G. A velhice nas telas do cinema: um olhar sobre a mudança dos papéis ocupacionais dos idosos. *Revista Kairós Gerontologia*, 16(1), pp. 93-116, 2013. Disponível em:

<<https://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/view/20343/15100>>. Acesso em 02 mar. 2021.

TEIXEIRA, D. P; FARIAS, R. de. C. P. A guerra contra o Envelhecimento: uma análise dos espaços de beleza na revista Claudia (1997-2010). *Tropos: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA*, v. 9, n. 1, p. 1-21, jun. 2021.

Disponível em: <<https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/3474>>. Acesso em: 04 mar. 2021.

TEIXEIRA, D. P; FARIAS, R. de. C. P. As representações da velhice e sua interface com a moda. *Dispositiva*, [S.l.], v. 8, n. 14, p. 85-99, 12 fev. 2020. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/21529>>. Acesso em: 02 mar. 2021.

VASCONCELOS, N. N. T. *Velhos jovens: uma análise sobre a publicidade de moda e o envelhecer estudo de caso: Iris Apfêl*. 86 f. 2018. Dissertação (Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura) - Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo, 2018.

VEIGA-NETO, A. *Foucault & a Educação*. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

WASSERMAN, C.; GRANDE, T. P. F.; MACHADO, L. R.; BEHAR, P. A. Redes sociais: um novo mundo para os idosos. *Novas Tecnologias na Educação*, v. 10, n. 1, p. 1-10, 2012.

A VELHICE E A MODA NAS REVISTAS FEMININAS: UMA COSTURA POSSÍVEL?

Débora Pires Teixeira

Fabiano Eloy Atilio Batista

Glauber Soares Junior

Ítalo José de Medeiros Dantas

INTRODUÇÃO

Sobre a representação midiática do velho no contexto internacional, há uma série de estudos que apontam para a sua sub-representação, seja em filmes populares, séries de TV, anúncios, ficção ou quadrinhos, conforme apontam Westerhof e Tulle (2007). No entanto, segundo eles, é injustificável concluir que os idosos, em particular os homens mais velhos, tem sido retratados somente pelo aspecto negativo nos meios de comunicação de massa.

De acordo com Westerhof e Tulle (2007), enquanto alguns levantamentos mostraram que os personagens mais velhos são retratados negativamente (assexuais, incompetente ou com problemas de saúde), outros estudos demonstraram representações da velhice ligadas ao cuidado (avós e avôs cuidadosos) e figuras detedoras de autoridade. Também foi evidenciado outro contraste entre as imagens dos idosos e das idosas: os homens eram representados em papéis tradicionais de masculinidade (potência sexual, força física e poder) e as mulheres de maneira muito restrita (cuidadoras, vulneráveis e indefesas). Caso semelhante ao da representação de mulheres acontecia com os longevos, pessoas incapacitadas ou financeiramente inseguras.

A conclusão de Westerhof e Tulle (2007) é que o percentual de idosos na mídia, bem como suas representações parece estar mudando e

fornecendo modelos positivados da velhice, tal como também afirmam Featherstone e Hepworth (1995).

Featherstone e Hepworth (1995) realizaram um estudo de caso sobre *Choice* (1972-1993); a primeira revista inglesa voltada para a população aposentada. Inaugurada em 1972, passou por uma série de mudanças em sua forma e conteúdo ao longo do período analisado pelos autores. No primeiro ano de sua publicação, a representação da velhice era a imagem tradicional da aposentadoria como uma fase de desengajamento da vida ativa e um período de descanso bem merecido. A partir de 1974, o periódico passou a difundir um determinado modelo de velhice, ocupando-se do lazer, das técnicas de manutenção corporal e do estilo de vida. A intenção dessa modificação era ampliar o conceito de pré-aposentadoria para incluir um público mais jovem: as pessoas de meia idade que buscavam uma orientação positiva em relação ao futuro.

A principal consequência dessas mudanças foi a associação da imagem pré-aposentadoria/aposentadoria com o estilo de vida consumista, no qual o consumo de bens e serviços assume um papel integral na luta contra o envelhecimento. Assim, as celebridades estampadas nas revistas não expressavam qualquer intenção de recuar para a velhice passiva e, em muitos casos, não tinham a intenção de se aposentar, representando um reforço adicional à imagem do envelhecimento como um caminho vigoroso, vivo e, acima de tudo, agradável para a autorrealização (FEATHERSTONE; HEPWORTH, 1995).

Em um esforço semelhante, Debert (2003) produziu uma análise a respeito da literatura internacional que trata da imagem do velho na mídia, tendo como referência as publicações da Inglaterra e da América do Norte. Para a autora, tal como encontraram Westerhof e Tulle (2007) e Featherstone e Hepworth (1995), os resultados têm apontado para mudanças no tratamento dado à velhice depois dos anos 1970.

Até essa década, as imagens, em sua maioria, eram negativas e desrespeitosas com os idosos, acentuando os estereótipos da dependência física e afetiva, da insegurança e do isolamento. A dramaticidade dessas situações era substituída pelo elemento cômico, em que teimosia e tolice dos

velhos eram temas explorados, particularmente nos programas humorísticos (DEBERT, 2003).

Em seus diferentes formatos, a mídia optava por sujeitos jovens e bonitos, representantes de uma sociedade cuja cultura era adepta ao culto da jovialidade, trabalhando com sonhos e idealizações (DEBERT, 2004). A partir dos anos 1980, a imagem da velhice vinculou-se ao positivo, passando a simbolizar o poder, a riqueza, a perspicácia e o prestígio social, tendo como representantes os sujeitos que desfrutam do envelhecimento de uma maneira saudável e produtiva. Um dos fatores que contribuíram para a criação das novas imagens da velhice foi o reconhecimento do idoso como potencial consumidor (DEBERT, 2003; BEZERRA, 2006; BRANDÃO, 2007).

Debert (2003) menciona que nos anos 1990 houve um crescimento da participação do idoso na mídia, fato que pode estar relacionado ao aumento da população idosa e à difusão ideológica da terceira idade enquanto categoria idealizada, que homogeneiza o envelhecimento e sugere adoção de um estilo de vida único, guiado pelas práticas motivadoras e pelo consumo de produtos e serviços antienvelhecimento.

Partindo desse contexto, a tendência contemporânea é a inversão da representação da velhice como um processo de perdas e a atribuição de novos significados aos estágios mais avançados da vida, que passam a ser tratados como momentos privilegiados para novas conquistas guiadas pela busca do prazer, revendo os estereótipos negativos da velhice (DEBERT, 2004). Essa tendência contemporânea também foi percebida na análise das revistas femininas.

A VELHICE NAS REVISTAS FEMININAS

Sobre a velhice no mercado editorial feminino e nacional são poucos os trabalhos que se dedicam a analisar a temática. Segundo Debert (2004, p.209), “a celebração da terceira idade não é exclusiva dos programas voltados para a população mais velha, ela está presente em outras manifestações como, nas revistas femininas de classes média e alta”.

Pires (1993), em sua análise sobre a representação da velhice em revistas femininas da década de 1990, evidenciou a diversidade de imagens nesses espaços. Para o autor, quando as revistas abordavam a temática do corpo, era à mulher a quem elas se remetiam, oferecendo uma série de conselhos feitos por “*experts*” e indicação de consumo de itens para “combater o envelhecimento”, sugerindo a velhice como um momento privilegiado para os cuidados pessoais, já que as mulheres estão livres das preocupações conjugais e filiares.

No entanto, quando as revistas tematizavam a velhice, não se dirigiam exclusivamente às mulheres, mas mostravam como os sujeitos (de ambos os sexos) encaravam a velhice como momento propício para a realização dos sonhos e de projetos de vida. Nessa perspectiva, a imagem da “melhor idade” contrasta com a imagem do envelhecimento que dever ser combatido pela adoção de consumo de bens e práticas “anti-idade” (PIRES, 1993).

Dando continuidade à pesquisa desenvolvida em 1993, Pires (1998) analisou imagens da velhice e do envelhecimento nas revistas *Claudia* e *Playboy*, nas décadas de 1980 e 1990. O autor destacou que as representações da velhice na revista *Claudia* incluíam as mudanças de vocabulário, tal como verificou Palácios (2004): a coluna que se chamava Velhice, em 1980, passou a se chamar Terceira Idade, a partir da década de 1990.

Enfocando o século XXI, Mendonça (2011) estudou o envelhecimento em revistas femininas, como *Claudia* e *Marie Claire* e verificou a invisibilidade da mulher velha nesses periódicos. “A mulher em processo de envelhecimento não existe, nem mesmo em anúncios ou reportagens que tratem do tema. Aliás, o envelhecimento também não existe, o que existe são formas e fórmulas de evitá-lo, ou, minimamente, adiá-lo” (p. 145).

Ainda segundo a autora, na revista *Claudia*, quando a mulher velha aparece, o foco não é o sujeito ou sua faixa etária, mas sua atuação profissional, política ou social, tal como foi o caso de Priscila Siqueira, da ONG Serviço à Mulher Marginalizada (contra o tráfico de mulheres) e Inês Alberdi, diretora no Brasil para o Fundo de Desenvolvimento das Nações

Unidas para as Mulheres (UNIFEM). Na revista *Marie Claire*, a velhice feminina foi representada de maneira positivada.

Para Mendonça (2011), o que se percebe a partir dessas publicações é que existem algumas dualidades que merecem o registro: o envelhecimento digno e associado ao bem-estar e o “combate ao envelhecimento”, ligado às práticas preventivas ou “rejuvenescedoras” (cosméticos, procedimentos estéticos, cirurgias plásticas etc.).

Teixeira e Farias (2017) analisaram capas de revistas femininas cujas personagens centrais eram mulheres de 60 anos ou mais. Nas duas capas nacionais (Revista *Malu*, de 19 de fevereiro de 2015, com Suzana Vieira, e Revista *Ana Maria*, n.7, 2012, com Ana Maria Braga) as celebridades exibidas foram representadas com corpos joviais, magros, sarados e peles lisas, negando o corpo velho e natural. A atriz Suzana Vieira apareceu portando um maiô decotado que ressaltou seios firmes e pernas lisas, além do colo e rosto livres de rugas. Já a apresentadora Ana Maria Braga foi representada com um decote profundo, pele bronzeada, colo liso e seios voluptuosos em evidência.

No cenário internacional, a imagem da mulher velha associada ao corpo jovem seguiu como padrão de representação em ambas as revistas analisadas: a *Vogue Germany*, de 4 de abril 2013, com a cantora Tina Turner e New York Magazine, de 22 de agosto de 2011, com modelo longeva China Machado. A cantora Tina Turner, embora tenha sido a mulher mais velha a aparecer na *Vogue* alemã, apareceu sem rugas, com um corpo magro e sexy, pose ativa, cabelos loiros e rosto firme. China Machado foi representada com ombros desnudos, em pose sensual, exibindo uma pele firme e livre de rugas (TEIXEIRA, FARIAS, 2017).

Em uma linha de representação semelhante, Lobato (2017) analisou as imagens do envelhecimento nas revistas femininas *Marie Claire* (Editora Globo), *Glamour* (Edições Globo Condé-Nast), *Claudia*, *Cosmopolitan* (Editora Abril), *Manequim*, *Viva! Mais*, *Sou mais eu!* e *Ana Maria* (Editora Caras), de maio/2016. Para a autora, nenhuma das revistas analisadas tinha como foco a mulher velha. As capas eram encenadas por celebridades brasileiras com idades entre 30 e 40 anos.

Quando o assunto envolvia a idade da mulher, o destaque eram os desafios de enfrentar o envelhecimento em determinadas profissões, tal como ocorreu em *Marie Claire*, com a atriz norte-americana Julianne Moore, onde foi enfatizada excepcionalidade da carreira de atriz iniciada aos 32 anos: “Hollywood, não é, normalmente, gentil com estrelas de cinema com mais de 40 anos, mas Julianne parece ser uma exceção à regra”, afirmou a jornalista da matéria, reforçando a relevância da juventude da mulher no mercado cinematográfico (LOBATO, 2017, p. 202).

Para a autora, as revistas também indicavam procedimentos “antienvelhecimento”, tais como em: “a atriz Jennifer Garner dá a receita dos 40 com pele de 30” (GLAMOUR, 2016); “experts para saber as novidades dos últimos congressos internacionais de dermatologia e o que fazer para remodelar curvas, diminuir celulite, reduzir manchas e aliviar rugas” (MARIE CLARE, 2016); “Beleza planejada: garantir uma pele jovem por mais tempo” (CLAUDIA, 2016) ou em “geriatra: quanto mais cedo melhor” (ANA MARIA, 2016). Excluídas social e economicamente, as mulheres nas revistas analisadas pela autora eram convocadas a não envelhecer, ou melhor, a não se mostrarem envelhecidas (LOBATO, 2017).

Segundo Lobato (2017), nas revistas femininas analisadas, a velhice é um tema silenciado e a mulher que envelheceu naturalmente não é representada. Ao contrário, é constante o convite ao “combate do envelhecimento” por meio do consumo de produtos e tratamentos estéticos.

Destaca-se que, atualmente, aliando-se às tendências de representatividade, as revistas femininas tem buscado incluir mulheres mais velhas, o que contempla sua representação marcada por símbolos da senescência, como cabelos brancos, rugas e flacidez. Como exemplo desse comportamento, destacamos a revista *Claudia*, que censurou a figura da mulher velha por mais de 55 anos em sua capa e, rompendo com esse padrão, incluiu na edição de novembro de 2017 a primeira mulher com idade superior a 60 anos: atriz brasileira Regina Casé, na época com 63 anos. Depois dela, mulheres 60+ apareceram outras vezes na capa de *Claudia*, como em fevereiro e março de 2018, até então com proposta de apagamento da velhice. No entanto, no ano de 2020, foram quatro capas encenadas por mulheres 60+ (março, agosto, setembro e dezembro) e, em boa parte delas,

senescentes. A edição de agosto de 2020 apresentou três capas diferentes, todas figuradas por mulheres velhas.

A representação da mulher velha e senescente na capa de *Claudia* representa um ganho singular para a celebração da velhice, visto que essa é a revista brasileira feminina com maior audiência entre as mulheres com mais de 55 anos, que compõem mais de 41,6% de seu público.

Essa incorporação é uma tendência seguida por outras revistas femininas com relevante impacto junto ao público feminino, como a *Marie Claire* Brasil, que em março de 2020 propôs um debate sobre envelhecimento e beleza, com a atriz Isabella Rossellini na capa. Ou seja, no mercado editorial brasileiro percebe-se, mais recentemente, a absorção do movimento social que clama pela representatividade na mídia.

Nesse sentido, a representação do público 60+ migra da imagem do velho rejuvenescido para uma imagem mais realista da velhice. Para Caradec (2016), a celebração da velhice ativa, marcada pelos movimentos da terceira idade, tem sido acompanhada pela homogeneização do envelhecimento, onde não há espaços para as incapacidades. Por outro lado, com a revolução da longevidade, muitos velhos têm alcançado visibilidade pela ocupação de espaços públicos. Além disso, experimenta-se a saída do modelo de “envelhecimento saudável”¹ para um “modelo cultural para a idade avançada” que, embora tenha contornos ainda pouco claros, tem aparecido na mídia no formato de relatos sobre o processo do envelhecimento nos quais o declínio e os ganhos da velhice se fazem presentes (CARADEC, 2016).

A MODA NAS REVISTAS FEMININAS: ONDE ESTÁ O VELHO NESSA HISTÓRIA?

¹ Representação do envelhecimento que se liga ao declínio, pois se refere aos mecanismos que culpabilizam o próprio sujeito velho pela senescência, onde o mal envelhecer é sinônimo de falência pessoal. Esse modelo confere com o processo que Debert (2004) denomina de reprivatização da velhice, ou seja, se o sujeito não “envelhece bem” é porque não investiu em hábitos “saudáveis” e não recorreu às técnicas anti-idade.

Se, historicamente, o velho foi sendo censurado nas revistas femininas de interesse geral, nas de moda, a invisibilidade foi intensificada. No entanto, Julia Twigg (2015) afirma que nem sempre foi assim. Segundo a socióloga inglesa que estuda o envelhecimento e sua interface com a moda, uma análise sobre a *Vogue UK* revelou que, em 1949, a revista de moda introduziu uma nova estrela de capa - a elegante, bem-humorada e quase 60 *Mrs Exeter*. A aparição se deu primeiramente em forma de desenho e depois com uma modelo para representar a mulher mais velha. A *sra. Exeter* não era representada por uma mulher velha rejuvenescida, pelo contrário, aparentava "inexoravelmente" velha com seu cabelo branco e roupas comedidas, como afirmou a *Vogue* em 1949: "A *sra. Exeter* não parece nem um dia mais jovem, fato que ela aceita com bom humor e bom senso".

A *sra. Exeter* apareceu na *Vogue UK* ao longo dos anos 50 e início dos anos 60. No entanto, sua figura foi extinta quando cisma etário, causado pela implacável ascensão da cultura jovem na década de 1960, que acabou lançando as bases para a censura da mulher velha nos espaços de moda das décadas subsequentes (TWIGG, 2015).

No território nacional, um estudo conduzido por Teixeira (2019) apontou que o velho era censurado na revista *Claudia* na década de 1990, especialmente quando o assunto era moda. Nos editoriais de moda, os modelos eram, preferencialmente, mulheres e homens brancos, magros e jovens. Excepcionalmente, em janeiro de 2001, na seção *Moda*, o editorial *Feliz aniversário São Paulo: vestidos para comemorar em grande estilo os 477 anos da cidade que não pára*, exibiu um homem velho (Antônio Tarallo, de 60 anos) como representante da "pizza mais gostosa de São Paulo", da Pizzaria Speranza, atuando como composição de cena do editorial que propunha a seleção de vestidos.

A partir de 2001, nas editorias de moda, corpo e beleza, um formato recorrente de reportagem passou a incluir a fórmula com diferentes faixas etárias. Com diferentes temáticas, o agrupamento de idades era utilizado por *Claudia* para promover a homogeneização de conteúdos ligados a sexualidade, alimentação, beleza, moda, o comportamento humano etc. Ao longo da década de 2000, sucessivas reportagens reproduziram a fórmula das faixas etárias com idades limitadas até os 50 anos. No mês de agosto

2009, *Claudia* incluiu pela primeira vez a mulher com mais de 60 anos nas reportagens que utilizavam a fórmula com diferentes faixas etárias, ampliando o recorte de idades de 50 para 70 anos (TEIXEIRA, 2019).

Não se pode negar que a inclusão da mulher velha entre as faixas etárias é um ganho na representação da velhice. No entanto, observa-se que a representação desses corpos é o da mulher branca, que goza de reconhecimento e prestígio social (Costanza Pascolato, Bethy Lagardère), celebridades rejuvenescidas (Rosa Maria Mortinho, Mila Moreira, Helen Mirren, Susan Sarandon, Meryl Streep, Sophia Loren e outras), sem rugas e/ou flacidez aparentes e, na maioria das vezes, com cabelo tingido (TEIXEIRA, 2019).

Para Twigg (2017), dentro cultura da mídia, a idade é uma ruptura do campo visual. Não estamos acostumados com rostos maduros ou velhos na mídia. Como resultado, o mundo visual das revistas e publicidade são aqueles nos quais a idade foi amplamente apagada. Assim, as imagens de moda que mostram mulheres mais velhas produzem uma sensação de leve choque: eles são uma discordância no campo visual.

No entanto, quando se fazem presentes, são representadas por celebridades. Twigg (2017) afirma que, no cenário internacional, Helen Mirren e Joanna Lumley representam exemplos recentes dessa celebridade combinação de glamour, fama e acessibilidade. Eles costumam aparecer na capa à maneira clássica das revistas femininas, em que agem para atrair os leitores, por apresentar uma imagem central, única e atraente, ou seja, o centro da admiração. Também afirmam o valor contínuo da mulher mais velha: visíveis, admiradas, femininas, ornamentadas com roupas glamorosas, o centro do olhar do público. Como tal, elas são um repúdio direto da marginalização e invisibilidade que a idade muitas vezes impõe às mulheres (TWIGG, 2017).

Em *Claudia*, durante a década de 2000, nos editoriais de moda que incluíam mulheres velhas, as composições visuais para as faixas etárias mais jovens (20 e 30 anos) indicavam o uso de cores intensas e vibrantes, estampas, modelagens leves e justas e um visual sexy. Do contrário, para a mulher com mais de 60 anos, a sugestão era investir em roupas com “corte preciso” e, para as de 70, em “clássicos revisitados” (*CLAUDIA*, Agosto

2009, p. 171). Assim, a revista aconselhava que a mulher velha, com idade superior aos 60 anos, mantivesse sua aparência caracterizada pela seriedade, palidez, sisudez e discrição, atrelada às modelagens mais duras, a alfaiataria, a modelos “clássicos” e minimalistas e às cores neutras e discretas (TEIXEIRA, 2019).

Nesse sentido, enquanto os sentidos de atividade, de novidade, de informalidade e de praticidade se ligam à juventude, pelo contrário, a rigidez, a discrição, a sobriedade, a seriedade e “o clássico” estão relacionados à velhice. Esse é o imaginário presente e perpetuado nos editoriais de moda voltados à mulher velha. Há uma permissão para aparição, mas limitada a existência discreta, pois, como afirma a revista: *Aos 20 anos “se pode tudo”* (CLAUDIA, outubro 2009, p. 171).

Para Beauvoir (1976), os velhos são obrigados a se adequarem à imagem que a sociedade faz da velhice, uma vez que lhe são impostas restrições em questão de vestuário, decência de maneiras e repressão pelas aparências. A repressão se exerce, sobretudo, no domínio sexual. Dessa maneira, o apagamento da mulher velha em *Claudia* possibilita compreender que a produção imagética esteve marcada pela moral, na qual se entende que a mulher velha cumpriu suas funções reprodutivas e, por isso, deve ter seu corpo apagado e contido.

É por esse e outros mecanismos que o vestuário se configura uma arena de regulação moral em que os corpos mais velhos são policiados e disciplinados de maneiras distintas, por exemplo, o uso de roupas rasgadas entre os jovens é associado a um comportamento moderno e transgressor, enquanto entre aos velhos assume a conotação de demência, descuido e abandono. Assim, no que tange ao vestir, existe uma padronização sistemática das expectativas culturais de acordo com uma ordem e hierarquização organizada pela idade. E, embora o envelhecimento seja um fato fisiológico, quando os designers desenvolvem roupas para as pessoas mais velhas, eles atendem, principalmente, à grande parte da estimativa negativa cultural das mudanças corporais decorrentes do envelhecimento (TWIGG, 2013).

Conforme Twigg (2013) embora a temática da conformidade e “cuidado” estejam presentes quando se discute o vestuário para mulheres

mais velhas no início do século XXI, o vestuário também aparece no que tange aos temas de resistência. A autora vem identificando um movimento, ainda incipiente, que caminha no sentido de evidenciar uma mudança na apropriação do uso das roupas por pessoas mais velhas como mecanismo de combate e resistência às imposições morais ditadas pelo seu uso.

Posturas de contestação desses códigos morais que cercam o vestir no envelhecimento têm sido presenciadas em espaços não controlados pela grande mídia, por exemplo, os *blogs* e mídias sociais como *Instagram* e *Facebook*. Na visão de Pollini (2014) há uma proliferação de *blogs* de estilo dedicados especialmente a apresentar um público acima de 60 anos, bem como há a inclusão de pessoas dessa faixa etária em importantes sites de fotografia e de moda de rua, como é caso do site thesartorialist.com. Para a autora, um ponto comum nesse universo reside no fato de, embora apresentem os mais diversos estilos pessoais, nota-se uma enorme satisfação no vestir e não usar a moda com o objetivo de parecerem mais jovens.

Nesse cenário, destacam-se o *blog* do fotógrafo americano, Ari Seth Cohen, *Advanced Style*, que reúne fotos de velhos com estilos irreverentes e ousados, o que lhe rendeu outros frutos como um livro e um documentário. Ressaltam-se, ainda, duas contas de *Instagram*: Iris Apfel (@iris.apfel), a icônica nova-iorquina dona de um estilo irreverente, marcado pelo excesso, e a brasileira Vó Izaura Demari (@voizaurademari), modelo e influenciadora, ousada e proprietária de uma coleção de mais de 800 imponentes chapéus.

Como afirma Ruppenthal e Schemes (2016), esses exemplos mostram mulheres que passaram dos 70 anos, mas que não se conformam com a marginalização que muitas vezes lhes é imposta. São mulheres que procuram roupas confortáveis e com informação de moda que fujam dos estereótipos da “roupa de vó”. Enfim, essa nova realidade exige novas respostas de vários setores da sociedade, não só os relacionados à saúde, legislação e lazer, mas também dos setores ligados à indústria da moda.

Dessa forma, percebe-se que a inclusão de mulheres mais velhas nos conteúdos de moda das revistas femininas trata-se de uma espécie de

inclusão performativa², ou seja, inclui-se pela padronização e pelo apagamento, desconsiderando a heterogeneidade da velhice.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que a presença da representação da velhice em um mercado editorial dominado pela juventude pode contribuir com a ruptura de estigmas negativos associados à velhice. No entanto, nos conteúdos de moda das revistas analisadas, o que se percebe é um formato de inclusão performativa, pois as revistas incluem, mas uniformizam e propõem o apagamento da mulher velha, ditando formas de envelhecer carregadas de etarismo, ou seja, os preconceitos pautados na idade.

Por outro lado, percebe-se, fora desses espaços, um movimento de resistência, por parte das pessoas mais velhas, no sentido de buscar a liberdade nas formas de vestir, independente de marcadores etários. Portanto, faz-se necessário que as revistas femininas que contemplam conteúdos de moda considerem uma atuação que possibilite a autonomia dos sujeitos e que rompa com o padrão de beleza único e uniformizador, fazendo com que a diversidade e a pluralidade da velhice sejam respeitadas e valorizadas, partindo da compreensão que imagens polarizadas (negativas ou positivas) distorcem a realidade de uma velhice heterogênea e verdadeiramente bela.

REFERÊNCIAS

AIRES, Aliana B. *De gorda a plus size: a moda do tamanho grande*. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2019.

BEAUVOIR, Simone. *A velhice*. 2.^a ed. São Paulo, Difusão Européia do Livro, 1976.

² A inclusão performativa é um termo utilizado por Ariane Aires, em seu livro *De gorda a plus size*. Segundo a autora, trata-se de uma estratégia do mercado de moda na qual as marcas utilizam-se da tendência da diversidade em seus materiais divulgativos, sem efetivamente criar mecanismos de inclusão. Aires (2019) refere-se a outro público excluído pelo mercado da moda, o gordo, com o qual algumas as marcas de moda se posicionam de maneira inclusiva na publicidade, mas na prática, continuam mantendo a grade de numeração restrita a tamanhos menores e/ou adotam posturas gordofóbicas em seu ambiente de varejo.

BEZERRA, Ada K. G. *A construção e reconstrução da imagem do idoso pela mídia televisiva*. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. Campina Grande, UFCG, jan. 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/guedes-ada-imagem-idoso-midia-televisiva.pdf>. Acesso em: 22 maio de 2018.

BRANDÃO, Hermínia. *A Mídia e o Idoso*. In: Papaleo Netto, Mateus. *Tratado de Gerontologia*. São Paulo: Editora Atheneu. 2007. pp. 823-830.

CARADEC, Vicent. Da terceira idade à idade avançada: a conquista da velhice. In: GOLDENBER, Miriam. *Velho é lindo!* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2016. p. 11-38.

DEBERT, Guita Grin. *A Reinvenção da Velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*. São Paulo: Edusp/Fapesb, 2004.

DEBERT, Guita Grin. O velho na propaganda. *Cadernos Pagu*, n.21. p.133-155. 2003.

FEATHERSTONE, Mike; HEPWORTH, Mike. Images of positive aging: a case study of Retirement Choice magazine. In: FEATHERSTONE, Mike; WERNICK, Andrew (org.). *Images of aging: cultural representations of later life*. London: Routledge.1995. pp. 29-47.

LOBATO, Mayara Luma Maia Lobato. O envelhecimento na imprensa feminina brasileira: Apontamentos sobre os modos de representação da mulher idosa. *Parágrafo*, v. 5, n.1, pp. 199-204. Jan/Jun. 2017.

MENDONÇA, Maria Luiza Martins. Imagens do envelhecimento: como a mídia brasileira representa a mulher de meia idade. *Informação & Comunicação*, v. 14, n. 2, p. 139-153, jul./dez. 2011.

PALÁCIOS, Annamaria da Rocha Jatobá. As marcas na pele, as marcas no texto - sentidos de tempo, juventude e saúde na publicidade de cosméticos, em revistas femininas, durante a década de 90. *Tese* (Doutorado) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador. 2004a. 276f.

PIRES, André. Velhos em Revista: envelhecimento e velhice nas páginas de Claudia e Playboy (anos 80 e 90). *Dissertação* (Mestrado) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas. Campinas/SP, 1998.

PIRES, André. O envelhecimento e as revistas voltadas para o público feminino. **Monografia** (Graduação) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas. Campinas/SP, 1993.

POLLINI, Denise. O envelhecimento e a moda: tecendo reflexões. *Mais 60 Estudos sobre o Envelhecimento*, v. 25, n. 61, p. 8-25, nov. 2014.

RUPPENTHAL, Maiara; SCHEMES, Claudia. Envelhecimento ativo: mulheres maduras e suas percepções sobre a moda. *Moda Palavra*, a. 9, n.17, p. 313-333, jan-jun 2016.

TEIXEIRA, Débora Pires. A velhice na revista *Claudia*: uma análise de 1997 a 2010. *Tese* (doutorado). Universidade Federal de Viçosa, Viçosa/MG. 2019.

TEXEIRA, Débora Pires; FARIAS, Rita de Cássia Pereira. Como (não) ser velha: o consumo de tecnologias do rejuvenescimento e as revistas femininas. In: Seminário Nacional Família e Políticas Sociais no Brasil, 1, 2017. Viçosa-MG. *Anais [...]*. Viçosa: UFV. Setembro de 2017.

TWIGG, Julia. *Fashion and Age: dress, the body and later life*. London: Bloomsbury, 2013.

TWIGG, Julia. Dress and age: the intersection of life and work. *International Journal of Ageing and Later Life*, v. 10, n.1, p. 55-67, 2015.

TWIGG, Julia. Fashion, the media and age: How women's magazines use fashion to negotiate age identities. *European Journal of Cultural Studies*, v. 21, n. 3, p. 1-15, 2017.

WESTERHOF, Gerben, J.; TULLE, Emmanuelle. Meanings of ageing and old age: Discursive contexts, social attitudes and personal identities. BOND, John et al. *Ageing in society*. London: Sage Publications, 2007, pp. 235-254.

A PERFORMANCE DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS MADUROS: UMA ANÁLISE DO CANAL AVÓS DA RAZÃO

Marcella Silva Mousinho Machado

Sandra Regina Moura

INTRODUÇÃO

Comunicadores digitais estão em ascensão, sobretudo numa contemporaneidade dominada pelas Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs). Dentre as suas áreas de atuação está a do *marketing* de influência, ferramenta estratégica que tem a capacidade de gerar valor e o engajamento de um público consumidor a partir do discurso autorizado de produtores de conteúdo, também conhecidos como influenciadores digitais. Os *influencers* promovem produtos e ideias por meio de uma divulgação mais humanizada e direta. Essas personalidades estão em plataformas e redes sociais *on-line* como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *TikTok* e *LinkedIn*, por exemplo.

Tais atores sociais que não são celebridades, em geral, produzem para esses canais em múltiplos formatos, com textos, vídeos e imagens. No Brasil, segundo uma pesquisa de 2019 do Ibope Inteligência, 52% dos internautas no país seguem pelo menos um *influencer* nas redes sociais digitais e 35% dos usuários já foram influenciados a comprar algo ou visitar alguma empresa induzidos por essas figuras. Estes são, assim, formadores de opinião, que ditam e transmitem tendências e impulsionam determinados padrões de consumo em suas audiências.

Entre os públicos, os mais abertos aos influenciadores e, portanto, alvos preferidos das marcas, são as gerações Z e Y. A Geração Z inclui os nascidos entre 1964 e 1977. É formada por indivíduos que se adaptam com mais facilidade às mudanças e à situação do mercado de trabalho, com uma

iniciativa mais empreendedora e têm mais aproximação com as tecnologias digitais. Já a Geração Y foi concebida na era digital, dominam as tecnologias e seus avanços. Estes nasceram pelos anos de 1980 em diante, também chamados de *Millennials* (ENGELMANN, 2009).

Anterior a essas duas estão os *Baby Boomers*, nascidos de 1946 até 1964. São apontados como uma geração resistente às mudanças, principalmente tecnológicas, dado que o aparato digital era incipiente durante a maior parte de suas vidas. No consumo, pesquisas como a da *Salesfloor*, de 2019, indicam que 84% deles preferem comprar em lojas físicas do que pela internet. No entanto, 85% dos pesquisados dessa faixa etária relataram que pesquisam produtos na *web*. Mesmo com essa interação com o digital, sete de cada dez empresas no Brasil acham que os mais velhos não acompanham as transformações tecnológicas.

Ainda que nem o mercado e nem a mídia não atendam às necessidades específicas desse público, um estudo do *MindMiners*, realizado com pessoas acima dos cinquenta anos de idade, mostrou que os novos maduros são ativos e conectados, estando eles presentes em aplicativos de mensagens como *WhatsApp* (88%) e redes sociais digitais como o *Facebook* (65%) e *Instagram* (48%), sendo esses os favoritos. Dos 534 respondentes, 74% deles, acima dos sessenta anos, se sentem abertos para testar novas tecnologias.

Diante desse quadro, *influencers* e *youtubers* maduros começam a surgir nas plataformas digitais como resultado da ausência de representatividade e como uma alternativa de *hobby* ou de negócios depois da aposentadoria do mercado de trabalho formal. A *Hype60+*, uma consultoria de *marketing* especializada no público sênior, por meio da marca *Silver Makers*, iniciou um levantamento para identificar os influenciadores digitais 50+ que estão produzindo conteúdo nas redes sociais digitais no Brasil. A plataforma já contabiliza mais de 250 influenciadores maduros pelo país.

Uma delas é Rosângela Marcondes, que aos 60 anos de idade, depois de aposentada, decidiu, em 2013, criar a página “Domingo Açucarado” para compartilhar experiências e histórias no *Facebook* e em um *blog*. Em 2018, a influenciadora abriu uma conta intitulada “It Avó” que trata dos

movimentos da longevidade, apostando também na intergeracionalidade. Dados do IBGE e da Organização das Nações Unidas (ONU) indicam que nas próximas décadas o grupo dos idosos será o que mais crescerá em comparação com o dos jovens. Tais projeções são apontadas como justificativa para a inclusão digital do idoso, segundo Rosângela Marcondes: “O mundo envelheceu (...). É justo que estejamos na moda, que esse movimento nos dê essa visibilidade. A cada semana você vê que alguém abriu uma página. Os velhos querendo ser vistos e contar suas histórias e a tendência é cada vez mais” (informação verbal)¹.

A jornalista Maya Santana também ingressou nesse movimento e criou, em 2010, o *blog* “50 e Mais”, com publicações sobre comportamento, cultura, saúde, moda, histórias de vida, com o *slogan* “Vida adulta inteligente”. Já o *@blogdasu70*, de Sueli Rodrigues, de 70 anos, é um espaço onde posta seus *looks* no *Instagram*. A *influencer* tem mais de 24 mil seguidores. A conta, aberta por incentivo das amigas, contribuiu para aumentar a sua autoestima depois que enfrentou um câncer. As singularidades do envelhecimento do homem maduro homossexual é o assunto do canal “Tô Passado”, de Luis Baron. A página no *Youtube* existe desde junho de 2019.

É também no *Youtube* que está o canal Avós da Razão, de Gilda Bandeira de Mello, de 78 anos, Sonia Bonetti, de 83, e Helena Wiechmann, de 92 anos. A página foi criada no final de outubro de 2018. Com a concepção de programa, publicados às quintas-feiras, as três amigas respondem perguntas sobre os mais diversos assuntos que são enviadas por internautas de todas as faixas etárias, pelo *WhatsApp*, com humor ácido e experiência. O discurso defendido pelas influenciadoras é o da visibilidade para os velhos, conforme resume Sônia Bonetti: “Nós temos batalhado justamente pro velho se expor. A gente fala sempre pro velho sair da

¹ Em depoimento ao MaturiJobs. Disponível em: <https://youtu.be/4W6XrS5OcvA>. Acesso em: 5 jul. 2020.

cristaleira, tirar o mofo, a poeira, aparecer, porque o velho está vivendo muito” (informação verbal)².

Além da página no *Youtube*, o trio ainda mantém contas no *Instagram*, com quase 90 mil seguidores, e no *Facebook*, com 59 mil, nas quais publicam outros conteúdos com a mesma temática. O projeto tem passado por um processo de profissionalização. Em 2019, o canal foi um dos 59 escolhidos para participar de uma mentoria de aceleração do programa *Creators Boost*, entre mais de 800 inscritos. Desse modo, o trabalho das paulistanas passou a ser monetizado. As avós também fazem palestras e publicidades para marcas que tenham a ver com os seus perfis.

Os produtores de conteúdo citados estiveram entre os mais de 80 perfis inscritos para apresentar os seus canais na 1ª Chamada de Influenciadores Digitais Maduros, evento realizado em São Paulo, em outubro de 2019, pela *Hype60+*. Segundo Clea Klouri, sócia do empreendimento, essas e as demais iniciativas se caracterizam por serem orgânicas, baseadas em experiências e feitas com propósitos, com conteúdos variados, como culinária, estilo de vida, moda e viagens. Tempo livre – principalmente depois da aposentadoria – e afinidade com um determinado assunto são os fatores que os levam a se expressarem nas redes sociais digitais (informação verbal)³.

Essas plataformas promovem, assim, a inclusão digital do idoso. Além disso, de acordo com Recuero (2012), as redes sociais digitais proporcionam novas formas de conexão, interação e de laços sociais com diferentes atores, independentemente de faixa etária ou condição. Esses espaços são caracterizados por seu caráter horizontal, sem hierarquia rígida, com indivíduos ligados por interesses, temas e valores compartilhados (MARTINO, 2014). Diferente das redes construídas por meio das instituições, nesses ambientes há vínculos mais flexíveis, “fluidos, rápidos, estabelecidos conforme a necessidade em um momento e desmanchado no

² Em entrevista ao programa Estúdio News, da Record News. Disponível em: https://youtu.be/5uczUnfB_8. Acesso em: 6 jul. 2020.

³ Em entrevista ao programa +50 Faz Muito Bem, da TV Câmara São Paulo. Disponível em: <https://youtu.be/ID8clQo04nI>. Acesso em: 5 jul. 2020.

instante seguinte” (MARTINO, 2014, p. 56). Cada plataforma também tem sua própria dinâmica, de acordo com a estrutura, objetivo e alcance.

Redes sociais digitais como *Facebook* e *Instagram*, entre muitas outras, são serviços que representam formas de Comunicação Mediada pelo Computador (CMC), desenvolvidas no ciberespaço. As relações sociais são forjadas na CMC, “através das trocas de informação entre os indivíduos. Ela não é, portanto, apenas uma estrutura técnica de suporte à linguagem, mas, igualmente, um conjunto de ferramentas cujo sentido é construído pelos interagentes” (RECUERO, 2012, p. 260). Ou seja, são os usuários que definem a forma como esses espaços serão apropriados.

Embora as ferramentas de CMC tenham uma predominância em bases textuais, os recursos de vídeos também são agregados e criadas plataformas exclusivamente audiovisuais. O *Youtube* é um desses canais, definido como um espaço social, onde ocorre processos de comunicação, com manifestações e narrativas colaborativas. É um lugar de histórias em fluxo, contadas por meio de vídeos, também entendido como uma ambiência de intervenção política a partir do momento que seus usuários compartilham experiências, pontos de vista e promovem uma ação reflexiva (BEYSSAC; D’ÁVILA NETO, 2012).

É essa apropriação que é feita pelos influenciadores digitais maduros, ao produzirem conteúdos que mobilizam novas imagens sobre envelhecimento e visibilidade a esse grupo etário. Partimos do pressuposto de que nesses espaços os idosos reforçam suas identidades na velhice e movimentam diferentes ideias sobre envelhecer por meio de performances na internet. Segundo Goffman (1985, p. 15), uma performance “pode ser definida como toda e qualquer atividade de um determinado participante em uma certa ocasião, e que serve para influenciar de qualquer maneira qualquer dos participantes”. É constituída de todos os tipos de experiências que compreendem o desenvolvimento individual da pessoa humana (SCHECHNER, 2006).

Segundo Cardoso Filho e Gutmann (2019, p. 109), “a performance não está num objeto específico, ela se dá no nível da relação e deve ser vista, pelo analista, nos espaços de interações”. Desse modo, diante das transformações no comportamento dos idosos com relação as tecnologias e

da discussão sobre Comunicação Mediada pelo Computador (CMC), este artigo analisa a performance dos influenciadores digitais maduros nas redes sociais virtuais. Para o estudo, investigamos o canal Avós da Razão, no *Youtube*, de modo a examinar como são estabelecidas as relações de comunicação das influenciadoras com o ambiente *on-line*; observar as formas de interação realizadas com o público; e explorar as imagens sobre envelhecimento que são mobilizados pelo programa.

METODOLOGIA DA PESQUISA

Para analisar a atuação dos influenciadores maduros, selecionamos o canal Avós da Razão, no *Youtube*. De 31 de outubro de 2018 a 2 de julho de 2020 foram publicados 87 programas, com uma média de três a dez minutos, toda quinta-feira. Neste artigo realizamos, inicialmente, uma Análise de Conteúdo das edições que classificamos em: Estética e Beleza, Sexualidade, Relações sociais, Corpo, Relacionamentos, Velhice, Orientação sexual, Família, Atualidades, Educação, Lazer e festas, Desenvolvimento, Tecnologia, Trabalho, Comportamento, Humor, Saúde, Política, Preconceito, Outros e Especial.

Em seguida, passamos a examinar os elementos que constituíam a performance na Comunicação Mediada pelo Computador (CMC). Dividimos o programa em três blocos, de oito vídeos: do primeiro ao oitavo, do vigésimo nono ao trigésimo sexto, e do octogésimo ao octogésimo sétimo. Nesse recorte pudemos observar o trabalho em desenvolvimento em três momentos temporais distintos, identificar modificações e manutenção das dinâmicas, assim como nas formas de engajamento.

UMA ANÁLISE DAS YOUTUBERS 60+

O canal Avós da Razão, concebido como programa, é apresentado por Gilda Bandeira de Mello (78), Sonia Bonetti (83) e Helena Wiechmann (92). Diferente das atrações televisivas, são as três que respondem perguntas enviadas por internautas de todas as faixas etárias. As interações são recebidas por um número de *WhatsApp*. A plataforma foi idealizada pela

publicitária Cássia Camargo, amiga das influenciadoras e sua diretora, que propôs a criação do canal por enxergar um potencial e uma nova imagem sobre o envelhecimento nas conversas entre as três.

Na página, as *youtubers* são descritas como mulheres à frente de seu tempo. Tal postura reflete um comportamento gestado ao longo de suas trajetórias. Helena Wiechmann, por exemplo, mudou-se sozinha para São Paulo, aos 21 anos de idade, trabalhou em um estúdio de cinema como continuísta e tradutora, casando-se com um artista plástico e, posteriormente, com um arquiteto. Gilda Bandeira de Mello foi casada com um importante advogado de presos políticos durante o Regime Militar no Brasil (1964-1985). Quando se separou, começou a trabalhar como figurinista no SBT, aos 42 anos de idade. Já Sonia Bonetti engravidou aos 16 anos e exerceu diversas profissões. Separou-se aos sessenta anos, fez a primeira tatuagem e começou a trabalhar em um mercado público.

Desse modo, podemos perceber que a dinâmica do programa e a performance das apresentadoras dialogam com suas trajetórias de mulheres independentes. Mesmo tendo nascido e vivido em períodos de repressão familiar, política, religiosa e social, elas quebravam estereótipos, o que continuam a fazer na velhice. As três moram sozinhas, cada uma em uma casa, e têm vidas sociais ativas. Os vídeos do canal são uma extensão de suas realidades, como explica Sônia Bonetti: “Nós que influenciemos o programa. Nós que somos assim e o programa aconteceu. A gente sempre lidou bem com essa coisa de ficar velho” (informação verbal)⁴.

As três tornaram-se amigas há mais de cinquenta anos. Os assuntos de que tratam vão desde relacionamentos, questões existenciais, comportamento e beleza, até o debate sobre temas polêmicos como a descriminalização do aborto, racismo e a posse de armas. No quadro abaixo, podemos ver os temas tratados por categorias, da estreia do programa em 21 de outubro de 2018 a 2 de julho de 2020.

Quadro 1: Temáticas abordadas no canal Avós da Razão

⁴ Em entrevista ao programa Estúdio News, da Record News. Disponível em: https://youtu.be/5uczUnfB_8. Acesso em: 6 jul. 2020.

Categorias	Temas
Estética e Beleza	Procedimentos estéticos, ser gata depois dos 70, segredinhos de beleza
Sexualidade	Casamento sem sexo, sexo e impotência, dar ou não dar: eis a questão, vibrador, casou virgem, garoto de programa, vida sexual depois dos 60, tamanho é documento?, dúvida cruel
Relações sociais	Amizade, relações, fofoca de vizinha, Bo entre as avós
Corpo	Tatuagem e preconceito, tamanho é documento
Relacionamentos	Diferença de idade, namorado dormindo em casa, sites de relacionamento, traição, apaixonado por uma mulher mais velha, me apaixonei por outro, loucuras de amor, grande amor, traição, l'amour, quando o parceiro ronca, conto ou não conto, realidade x expectativa, Filme Erótico
Velhice	Velhice nos torna invisível, mulher de 82, envelhecer sem filhos, velha com 33, velho pode morar sozinho, longevidade: você se preparou, saudades e ressaca
Orientação sexual	Homossexualidade, como contar para os meus pais que sou gay, transexualidade, amizade sincera
Família	Ter filho depois dos 40, quero ser avó, filhos, competição mãe e filha
Atualidades	Legalização da maconha, Brumadinho: crime ou tragédia, posse de arma, casamento gay, não é não, feminismo e a evolução do movimento, descriminalização do aborto, racismo
Educação	Vontade de ir para a escola, educação, ler é tudo de bom
Lazer e festas	Carnaval, casas de swing, livros e filmes inesquecíveis, dançar é o melhor remédio, pergunta indiscreta
Desenvolvimento	Crescer é complicado, juventude
Tecnologia	Vício em celular, sites de relacionamento
Trabalho	Chefe inseguro, emprego ou casamento
Comportamento	Será que evoluímos, modernidade líquida, intolerância: mal do século, virtual ou real, quem nunca, bom humor, será que tem jeito, transgressoras, medo da morte, como manter o alto astral, politicamente correto, arrependimento, como manter o bom humor, conselhos
Preconceito	Festa da diretora da vogue, tatuagem, racismo, Preconceito e inveja
Humor	Histórias engraçadas
Saúde	Menopausa, seios e anseios,
Política	Ditadura Militar

Outros	Ayahuasca, Gênio da Lâmpada
Especial	Especial de 1 ano

Fonte: As autoras/Avós da Razão

Nesses mais de dois anos no ar, o Avós da Razão já tem 1,8 milhões em visualizações e 64 mil inscritos, conforme verificado no dia 21 de janeiro de 2021. O número de acessos aos episódios varia de acordo com a edição, com uma média de três a sete mil *views*. Ao observar os 87 vídeos do canal, identificamos que aqueles com maior quantidade de visitas foram: “vida sexual depois dos 60”, de 17 de janeiro de 2019, com 114.113 visualizações; “vibrador” na terceira idade, em 3 de outubro de 2019, com 84.476; e “casou virgem?”, de 16 de janeiro de 2020, com 35.748.

Logo, os temas que se referem à sexualidade, sobretudo dos idosos, relacionamentos e de comportamento são os mais frequentes, como podemos inferir (Quadro 1). São dúvidas e curiosidades destacadas tanto por jovens, quanto por velhos, sejam homens ou mulheres. As interações com o público são estabelecidas pelo *WhatsApp*, com perguntas de familiares, amigos e também de pessoas desconhecidas que acompanham o canal. O “o que vocês acham sobre” e o “como era na época de vocês” são os motes lançados pelo público. As respostas, por sua vez, são dadas a partir do lugar de fala das avós, dos seus pontos de vista, conhecimentos, experiências e memórias.

Para analisar os elementos dessa comunicação mediada por computador, na perspectiva da performance, verificamos 24 vídeos do canal. O primeiro bloco (Quadro 2), da primeira a oitava edição, somaram 33 minutos, com a participação de cinco mulheres e quatro homens, sendo cinco jovens, um velho e três pessoas que não disseram a idade. Cinco perguntas foram enviadas por vídeo, três por texto e uma por áudio.

Quadro 2: Primeiro bloco de programas analisados

Programa	Gênero	Estágio	Formato	Resposta
avos1 falando sobre preconceito e como manter o bom humor	Mulher, homem	Jovem; jovem	Texto; vídeo	Opinião; Opinião, conselho e experiência
avos2 procedimentos estéticos	Mulher	Indefinido	Texto	Opinião, experiência e

				conhecimento
avos3 como ser gata depois dos 70	Mulher	Velha	Vídeo	Experiência e conselho
avos4 diferença de idade relacionamento	Mulher	Indefinido	Texto	Opinião, conselho e experiência
avos5 como ter vontade de ir para escola	Homem	Jovem	Vídeo	Conselho e experiência
avos6 ditadura militar	Homem	Jovem	Vídeo	Memória, experiência, opinião e conselho
avos7 legalização da maconha	Homem	Indefinido	Áudio	Opinião e conhecimento
avos8 sexo impotência	Mulher	Jovem	Vídeo	Conselho, conhecimento e experiência

Fonte: As autoras/Avós da Razão.

No segundo bloco (Quadro 3), do 29º ao 36º vídeo foram, ao todo, 32 minutos. O canal respondeu às perguntas de seis mulheres, de dois homens, sendo que dos(as) participantes três eram jovens, três velhos e dois não identificaram as faixas etárias. Das mensagens, cinco foram por texto, duas por vídeo e uma por áudio.

Quadro 3: Segundo bloco de programas analisados

Programa	Gênero	Estágio	Formato	Resposta
avos29 quero ser avó	Mulher	Velha	Texto	Conselho, opinião, experiência e conhecimento
avos30 não é não	Mulher	Jovem	Vídeo	Opinião e experiência
avos31 medo da morte	Mulher	Velha	Texto	Opinião, conselho e experiência
avos32 conto ou não conto	Homem	Indefinido	Texto	Conselho
avos33 dançar é o melhor remédio	Mulher	Velha	Vídeo	Experiência e conselho
avos34 a velhice nos torna invisível?	Mulher	Indefinido	Áudio	Opinião, experiência e conselho
avos35 feminismo e a evolução do	Mulher	Jovem	Texto	Opinião, memória,

movimento				conhecimento e experiência
avos36 tamanho é documento?	Homem	Jovem	Texto	Opinião

Fonte: As autoras/Avós da Razão

No terceiro bloco (Quadro 4), do 80º ao 87º vídeo, totalizamos 87 minutos. Foram os mais longos desde o início do programa. Nessa fase, a partir do 84º, as edições foram por videoconferência e com uma convidada. Essa mudança ocorreu devido ao distanciamento social imposto pela pandemia do “Novo Coronavírus” (Covid-19), uma síndrome respiratória aguda grave que já infectou milhões de pessoas em todo o mundo. Mais de duzentas mil pessoas já morreram no Brasil. Idosos e pessoas com comorbidades são consideradas grupos de risco para a doença.

Mesmo com o isolamento, o canal prosseguiu com a produção. Até 4 de junho de 2020 foram publicados os vídeos já gravados e as novas edições passaram a ser acompanhadas, além do tema, pela palavra “quarentena”. Nesse bloco selecionado para a análise, o programa respondeu às perguntas de cinco homens e de quatro mulheres. Desses, cinco eram jovens, um era velho e três não disseram a idade. Foram exibidos cinco vídeos e lidas quatro mensagens por texto.

Quadro 4: Terceiro bloco de programas analisados

Programa	Gênero	Estágio	Formato	Resposta
avos80 vicio celular	Homem	Jovem	Vídeo	Opinião, experiência, conhecimento e conselho
avos 81 seios e anseios	Mulher	Velha	Texto	Opinião, conhecimento e experiência
avos82 Preconceito e inveja	Mulher	Jovem	Vídeo	Opinião, experiência e conselho
avos 83 chefe inseguro	Mulher	Indefinido	Texto	Opinião, experiência, conhecimento e conselho
avos84-quarentena- amizade sincera	Mulher	Jovem	Vídeo	Experiência e desconhecimento

avos 85- quarentena- conselhos	Homem, homem	Indefinido; indefinido	Texto; texto	Conselhos; experiência e conselho
avos86 quarentena racismo	Homem	Jovem	Vídeo	Opinião, conhecimento, experiência e memória
avos87 quarentena casamento sem sexo, e aí?	Homem	Jovem	Texto	Opinião e conselho

Fonte: As autoras/Avós da Razão

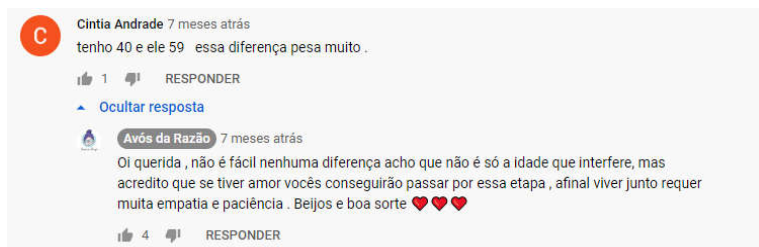
Na perspectiva da comunicação mediada por computador, percebemos as estratégias miméticas de reprodução de papéis sociais e de contextos comunicativos de interação por verossimilhança (CARDOSO FILHO; GUTMANN, 2019). O programa é uma representação de uma conversação entre amigas, em torno de uma mesa de bar. Ao ser transposta para o *Youtube*, essa interação sofre a interferência das perguntas que substituem uma rede maior de pessoas que frequentam esse mesmo espaço físico de sociabilidades. Essa audiência é composta tanto por esses mesmos indivíduos, quanto por outros que as conhecem pela própria plataforma, formando uma rede social digital de laços fracos (RECUERO, 2012), ou seja, sem maior intimidade e continuidade no contato.

As sociabilidades são buscadas pelas ferramentas digitais e a tentativa de naturalização dos diálogos são realizadas pela preferência por vídeos. A partir deles as avós encontram mais elementos para interagir com o internauta, como a aparência e os modos da fala. A leitura das perguntas em texto, feita por Sônia Bonetti, com o aparelho na cena, também procura aproximar o público do ambiente da conversa. Entretanto, mesmo entre as três, o debate com quarto participante não é recíproco pela não capacidade de resposta imediata desse outro pela própria estrutura do programa. As edições são gravadas e exibidas em uma temporalidade elástica. Nesse vazio, as avós inserem outros questionamentos, fazem suposições sobre a vida de quem pergunta e um chamamento por novas interações.

O *Youtube* oferece como reações da audiência na própria plataforma o “gostei”, “não gostei”, que são individuais; “compartilhar”, que também é pessoal e anônimo; e os “comentários”, que aparecem de modo público. Nesse último espaço os espectadores deixam observações sobre as respostas,

as apresentadoras, a composição do cenário, complementam informações e questionam sobre os resultados das indicações dadas, assim como relatam experiências relacionadas com a temática. No nosso recorte, não localizamos nessa seção mensagens dos participantes do programa. Por sua vez, as avós reagem a todos os comentários, comentam com *emojicons* e recados, como no exemplo a seguir (Fig. 1):

Figura 1 - Comentário de internauta na edição “diferença de idade relacionamento”



Fonte: Captura de tela/Avós da Razão.

Verificamos, dessa leitura do canal, uma ocorrência de mudanças nos *status* de Gilda Bandeira de Mello, Sonia Bonetti e Helena Wiechmann. De amigas, avós e velhas, como são representadas no programa, tornam-se também apresentadoras, *youtubers*, produtoras de conteúdo, influenciadoras, e, posteriormente, empreendedoras digitais. Também podemos observar, pela narrativa sobre si que mantêm nos vídeos da plataforma, nas entrevistas e palestras que a postura, as características e os comportamentos visibilizados na internet são coerentes com suas trajetórias. Ou seja, as avós não se tornaram pessoas ativas e humoradas com a idade avançada, mas construíram suas identidades ao longo da vida.

Além da temática do envelhecimento em geral, destacamos que o programa também visibiliza o envelhecer feminino, visto que na sociedade brasileira o etarismo (BUTLER, 1980), ou seja, a discriminação por idade, atinge principalmente mulheres. Segundo Motta (2011, p. 14), "as velhas também existem, e se destacam hoje, mais além da imagem tradicional de ranzinzas ou de doces avozinhas, como mais dinâmicas, saudáveis, livres, sexuadas e criativas do que as de sua geração em épocas anteriores". As três

apresentadoras mostram, assim, que o perfil de mulher idosa é heterogêneo, multifacetado e plural (MOTTA, 2011).

Desse modo, no canal, pelas temáticas e performances desenvolvidas, as três criam novas representações sobre o próprio envelhecer e do processo de envelhecimento. Pela interação dos jovens (13), em número superior ao dos velhos (5) no recorte analisado, podemos inferir que o papel das influenciadoras digitais maduras também é intergeracional, no qual há tanto uma preocupação da juventude com o próprio envelhecimento; quanto com o dos pais e demais familiares. A inclusão dos idosos nesses canais digitais, portanto, funciona como pontes de solidariedade intergeracional. Ou seja, o que seria uma ferramenta de exclusão geracional é agenciado com criatividade e inovação para a desconstrução de imaginários.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste artigo analisamos a performance dos influenciadores digitais maduros na Comunicação Mediada por Computador (CMC) pelo *Youtube*. Para tanto, observamos os elementos dessa interação no canal Avós da Razão. Nele, as *youtubers* empregam perguntas como fio condutor de um público diverso e disperso, em conversações atemporais. As respostas são baseadas em experiências e conhecimentos adquiridos nas suas vivências, sobretudo na velhice. Temáticas são postas sob a perspectiva dos mais velhos, inserindo novas formas de sociabilidades interconectadas. Nessas ambiências há a possibilidade de desempenho de novos papéis e da revolução comportamental dos idosos modernos. As plataformas são utilizadas, assim, como espaço de agenciamento.

A performance das *youtubers* maduras desconstroem, ao mesmo tempo, dois estereótipos. O primeiro deles é o da internet e das ambiências digitais como espaço de consumo e produção dominado pelas gerações mais jovens. A segunda ruptura de padrões está no próprio conteúdo e sua apresentação. As influenciadoras rejeitam conceitos retrógrados e conservadores no que se refere às temáticas polêmicas ou encaradas como *tabus* pela sociedade como a sexualidade. As respostas e discussões empreendidas por elas adotam uma perspectiva vanguardista, progressista e

mais aberta sobre as questões, muitas vezes superando o tradicionalismo e a inibição da juventude.

REFERÊNCIAS

BEYSSAC, Marie Louise Trindade Conilh; D'ÁVILA NETO, Maria Inácia. Espelhos sem molduras: o imaginário da natureza refletido sem fronteiras. In: MACIEL, Tania Barros; D'ÁVILA NETO, Maria Inácia; ANDRADE, Regina Gloria Nunes (Orgs.). *Fronteiras e diversidades culturais no século XXI: Desafios para o reconhecimento no estado global*. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2012.

BUTLER, Robert. Ageism: a foreword. In: *J. of Social Issues*, v. 36, n. 2, p. 8-11, 1980.

CARDOSO FILHO, Jorge Cunha; GUTMANN, Juliana Freire. Performances como expressões da experiência estética: modos de apreensão e mecanismos operativos. In: *InTexto*, v. 1, p. 104-120, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1807-8583201947.104-120>. Acesso em: 10 fev. 2021.

ENGELMANN, Deise C. *O Futuro da Gestão de Pessoas: como lidaremos com a geração Y?*. 2009.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Editora Vozes. Petrópolis, 1985.

IBOPE INTELIGÊNCIA. *O Brasil e os influenciadores digitais*. Disponível: <https://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/Influenciadores-digitais-ibope.pdf>. Acesso em: 5 de jul. de 2020.

INSTITUTO DE LONGEVIDADE MONGERAL AEGON. *15 influenciadores digitais maduros que você precisa conhecer*. Disponível: <https://institutomongeralaegon.org/longevidade-e-comportamento/influenciadores-digitais-maduros>. Acesso em: 5 de jul. 2020.

MARTINO, Luis Mauro Sá. *Teorias das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes*. Petrópolis: Vozes: 2014.

MINDMINERS. *Maduros e digitais: redes sociais, influenciadores e vida após os 50*. Disponível: <https://www.silvermakers.com.br/pesquisa>. Acesso em: 5 jul. 2020.

MOTTA, Alda Britto da. As velhas também. In: *Ex aequo*, Vila Franca de Xira, n. 23, p. 13-21, 2011.

RECUERO, Raquel. A conversação como apropriação na Comunicação Mediada pelo Computador. In: BUITONI, Dulcilia Schroeder; CHIACHIRI, Roberto. (Org.). *Comunicação, Cultura de Rede e Jornalismo*. 1ª ed. São Paulo: Almedina, 2012.

SALESFLOOR. *How Each Generation Shops*. Disponível:
<https://salesfloor.net/blog/generations-shopping-habits/>. Acesso em: 5 jul. 2020.

SCHECHNER, Richard. *Performance studies: an introduction*, second edition. New York-London: Routledge, 2006.

IDOSOS AMPUTADOS EM REABILITAÇÃO FÍSICA: REFLEXOS NA QUALIDADE DE VIDA

Marcus Vinicius Castro Witczak

Ariane Carla Lazzari

INTRODUÇÃO

Na medida em que envelhecemos, mudanças significativas acontecem tanto nos campos físico e psicológico, quanto social ou ambiental. Com isso, nos deparamos com oscilações entre perdas ou ganhos gradativos, sejam das funcionalidades e habilidades referentes às atividades simples, quanto àquelas que exigem agilidade e autonomia do sujeito. Então, consideramos o envelhecimento como um processo heterogêneo que transcorre para cada sujeito de forma singular e em intensidades diferentes, dependendo do contexto em que estão inseridos, dos fatores históricos, culturais, intelectuais e de personalidade (NERI, 2001).

Se considerarmos o Brasil não mais como um país de jovens e sim de população idosa, que demanda atenção e cuidados diários há, desse modo, a necessidade dos serviços especializados em saúde desenvolverem ações contínuas que venham a promover bem-estar psicossocial aos seus cidadãos, buscando desenvolver estratégias para envelhecer e viver com saúde e qualidade de vida.

Qualidade de vida, segundo o grupo da Organização Mundial da Saúde, é “a percepção do indivíduo de sua posição na vida, no contexto da cultura e sistema de valores nos quais ele vive e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações.” (WHOQOL GROUP, 1995¹ apud FLECK, et al., 1999, p. 199). Então, qualidade de vida é a

¹ The WHOQOL Group. *The World Health Organization quality of life assessment (WHOQOL): position paper from the World Health Organization.* Soc Sci Med 1995; 41:1403-9. Apud FLECK et al., 1999.

capacidade que o sujeito alcança para desenvolver o máximo de suas potencialidades, diante das expectativas individuais e coletivas, relacionadas “ao grau de satisfação encontrado na vida familiar, amorosa, social e ambiental e à própria estética existencial” (MINAYO; HARTZ; BUSS, 2000, p. 8).

É perceptível o quanto a qualidade de vida se apresenta nas diversas formas de expressão, em todas as sociedades, em diferentes culturas e contextos. Devido à sua relevância na vida das pessoas, iremos nos atentar em como esta vem sendo produzida e/ou percebida por idosos com deficiência física adquirida, ocasionada pela amputação.

Assim, é classificado como deficiente físico toda pessoa que vier a mostrar alguma alteração no domínio físico, neurológico ou sensorial, independente se o comprometimento dos seguimentos do corpo humano for parcial ou completo. Em conformidade com a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) (IBGE, 2015), é considerada deficiência física a “deformidade congênita ou adquirida; deficiência motora em decorrência de poliomielite ou paralisia infantil; ostomia; nanismo; paralisia permanente de um dos lados do corpo; paralisia permanente das pernas e/ou dos braços; amputação ou ausência da perna, braço, mão e/ou pé, entre outras alterações” (IBGE, 2015 p. 73).

Ainda conforme a PNS (IBGE, 2015), 1,3% da população do Brasil tem deficiência física, sendo o percentual para os homens 1,6% maior que o observado para as mulheres, que representam 1,0%. Com isso, no país, 0,3% da população nasceu com deficiência física, enquanto 1,0% a adquiriu em decorrência de doença ou acidente. Da população com deficiência física, 46,8% possuíam grau intenso ou muito intenso de limitações ou ainda não conseguia realizar as atividades habituais. Estimou-se que 18,4% dessa população frequentava algum serviço de reabilitação (IBGE, 2015).

Em concordância com tal dado, Resende e Neri (2005), autores conceituados na literatura, identificam nas pessoas adultas e idosas com deficiência física certo grau de incapacidade e independência para desempenharem as atividades básicas e instrumentais. Porém, apesar desses fatores, os domínios cognitivo e emocional podem permanecer preservados,

permitindo ao sujeito autonomia em suas tomadas de decisões, relacionadas à percepção que constroem sobre qualidade de vida.

As atividades da vida diária (AVD) são aquelas relacionadas aos cuidados básicos que a pessoa consegue realizar, como tomar banho, fazer suas necessidades e ter controle dos esfíncteres, se alimentar, andar, dentre outros. Já as atividades instrumentais da vida diária são as habilidades dos idosos em gerir sua vida, como fazer as atividades domésticas, preparar sua própria refeição, fazer compras, utilizar transporte e outras atividades relacionadas (COSTA; KYOSEN NAKATANI; BACHION, 2006).

A reabilitação fisioterapêutica é um recurso de extrema necessidade para os sujeitos com deficiência física adquirida, pois os auxilia a desenvolverem suas potencialidades e limitações adquiridas podendo atingir melhor independência funcional possível (BRASIL, 2013). Assim, ela proporciona “a restauração funcional ótima do indivíduo, sua reintegração à família, à comunidade e à sociedade, por meio da máxima independência nas atividades da vida diária” (DIOGO, 2003, p. 60). Quando o trabalho é desempenhado por uma equipe multiprofissional, direcionado por um projeto terapêutico singular, os resultados são alcançados em maior ênfase (HORI; NASCIMENTO, 2014).

Ainda, conforme o Estatuto da Pessoa com Deficiência Física, Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015, no Art. 14º em parágrafo único, preconiza: processo de habilitação e de reabilitação tem por objetivo o desenvolvimento de potencialidades, talentos, habilidades e aptidões físicas, cognitivas, sensoriais, psicossociais, atitudinais, profissionais e artísticas, contribuindo para a conquista da autonomia da pessoa com deficiência e de sua participação social em igualdade de condições e oportunidades com as demais pessoas. No processo de reabilitação física, a pessoa deficiente que necessita de atendimento deste cunho tem seus direitos segurados por lei (BRASIL, 2015).

Nesse contexto, tem-se a deficiência física adquirida, antes ou após a velhice, como algo que exerce um caráter subjetivo e objetivo para os idosos. Esses, além de enfrentarem o próprio processo doloroso decorrente das fases de recuperação biológica, passam pelo duplo estigma construído pela sociedade: ser velho e ser deficiente. Isto gera infinitas reações emocionais e

influência no modo de enfrentamento e mobilização de recursos internos para se adaptar à nova condição de vida. Então, para que essa adaptação ocorra de forma satisfatória, a rede de apoio, em especial a família, exerce o papel fundamental na recuperação do seu idoso, auxiliando ativamente no resgate da autoestima e independência. Com a participação da família nos cuidados prestados, o processo de reabilitação física e reestruturação psíquica se tornam mais efetivos, apresentando, assim, evolução contínua e positiva.

Considerando todos os aspectos da deficiência física adquirida pela amputação, as limitações e os desafios que esta impõe aos idosos, torna-se relevante analisar as percepções de idosos com amputações, usuários de um serviço de reabilitação física, sobre a sua qualidade de vida, compreendendo, então, o significado da própria amputação e as correlações às AVD. Assim, levantou-se a seguinte questão: quais são as percepções dos idosos amputados em reabilitação física sobre a sua qualidade de vida?

A fim de orientar o leitor, os passos seguintes deste escrito possibilitarão a discussão e reflexão sobre os aspectos referentes ao próprio processo de envelhecimento e os sentidos atribuídos à amputação e à deficiência física adquirida. As correlações acerca da percepção construída sobre qualidade de vida pelos idosos foram realizadas por meio dos instrumentos de pesquisa utilizados na coleta de dados e, posteriormente, a análise. Os resultados foram discutidos em categorias: domínio físico, domínio psicológico, domínio relações sociais e, domínio ambiental.

METODOLOGIA

A pesquisa é de natureza exploratória e tem como propósito investigar os significados atribuídos pelos idosos sobre qualidade de vida após a amputação. O estudo foi realizado no período de julho a agosto de 2019, no Serviço de Reabilitação Física da Universidade de Santa Cruz do Sul. Foram critérios de inclusão: pessoas com idade igual ou superior a 60 anos, com deficiência física adquirida por meio da amputação, em reabilitação física e sem nenhum déficit cognitivo. Após esse processo os pacientes foram pré-selecionados, conforme os agendamentos realizados no

sistema informatizado presente no serviço. Nele, os profissionais e alunos da equipe têm acesso para realizar as marcações dos pacientes de acordo com áreas e atividades a serem desenvolvidas. O estudo contemplou 43 idosos com amputação (67,4% homens e 32,6% mulheres), distribuídos nas seguintes faixas etárias: 20 pessoas entre 60 a 64 anos; 16 na faixa dos 65 aos 74 anos; por fim, apenas sete com idades variando entre 75 e 88 anos, ficando a média de idade igual a 67, 26 anos.

Realizou-se o levantamento do número de idosos amputados atendidos, efetivamente no Serviço, no período delimitado para contrastar com total de entrevistados. Assim, pode-se verificar quantos não responderam à entrevista de coleta de dados. Isso é demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1- Dados cruzados dos participantes *versus* não participantes por atividades

Atividade	Grupo											
	Pesquisados				Não pesquisados				Total			
	Idade		Desvio padrão		Idade		Desvio padrão		Idade		Desvio padrão	
n	Média	Mediana	Desvio padrão	n	Média	Mediana	Desvio padrão	n	Média	Mediana	Desvio padrão	
Atendimento fisioterapêutico de feridas	2	65,00	65,0	7,071	2	71,50	71,5	7,778	4	68,25	68,0	7,136
Entrega de prótese transfemural	1	65,00	65,0	.	0	.	.	.	1	65,00	65,0	.
Pré e pós-protetização	4	72,25	72,5	10,720	0	.	.	.	4	72,25	72,5	10,720
Próteses e órteses	29	66,41	64,0	6,478	3	66,33	63,0	8,505	32	66,41	64,0	6,525
Reavaliação	3	68,67	70,0	7,095	2	70,00	70,0	7,071	5	69,20	70,0	6,181
Triagem	4	66,25	64,5	6,076	4	75,50	78,0	6,403	8	70,88	70,5	7,605
Total	43	67,00	65,0	6,768	11	71,27	75,0	7,254	54	67,87	65,0	7,018

Fonte: Tabela gerada pelo SPSS, com base nos dados da pesquisa

Para a coleta de dados foi escolhido o instrumento *Quality of Life-bref* (WHOQOL-BREF), desenvolvido pela Organização Mundial da Saúde (OMS) para avaliar a qualidade de vida e os cuidados de saúde. Segundo Fleck (2000), este é composto por quatro domínios – Físico, Psicológico, Relações Sociais e Meio Ambiente – e é constituído por 26 perguntas, sendo as questões 1 e 2 sobre a qualidade de vida de forma geral. As respostas seguem uma escala de *Likert* de um a cinco, por meio de quatro tipos de classificação (dependendo do conteúdo da pergunta): intensidade, capacidade, frequência e avaliação, sendo que quanto maior a pontuação, melhor a qualidade de vida. Com isso, desenvolveu-se um subitem no instrumento, contendo questões sociodemográficas e socioeconômicas com

a finalidade de traçar um perfil desse grupo de participantes. O questionário foi aplicado de forma individual, destacando-se que não existiam respostas certas ou erradas. O tempo da aplicação dos questionários variou para cada idoso, dependendo muito do grau de entendimento deste.

Para obter resultados precisos, os dados coletados foram organizados em uma planilha do Excel (versão 365) e, em seguida, transportados e analisados no software *Statistical Package for the Social Science* (SPSS s22) conduzido por um profissional *expert* no programa, assim, convertendo as questões necessárias do instrumento. O programa gerou dados em tabelas e gráficos, trabalhou-se com as médias obtidas e porcentagens. A discussão transcorreu em categorias, conforme os domínios estabelecidos pelo WHOQOL-BREF. As facetas foram analisadas individualmente, apresentando somente aquelas com mais relevância que, assim, justificassem a média de qualidade de vida de cada domínio.

Conforme as Resoluções nº 466/12 e nº 510/16 do Conselho Nacional de Saúde, a pesquisa foi submetida à apreciação e aprovada pelo Comitê de Ética da Universidade de Santa Cruz do Sul.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Reabilitação Física é um Projeto de extensão universitária, conveniado com o Sistema Único de Saúde. Atualmente, presta atendimento para três Coordenadorias Regionais de Saúde, incluindo o total de 43 municípios. De acordo com o regulamento do próprio serviço, a assistência é destinada para pacientes com deficiência física. Conveniado com o SUS, são oferecidos dispositivos ortopédicos, como órteses, próteses e equipamentos que desempenham a função de auxiliares na locomoção. O serviço dispõe de equipes multiprofissionais responsáveis por prestar assistência especializada, proporcionando aos pacientes atenção humanizada de maneira que eles reabilitem-se fisicamente de forma integral. Devido à magnitude dos atendimentos prestados e do envolvimento dos pesquisadores nesse Serviço, foi possível desenvolver este estudo e escrito. Assim, em um primeiro momento, será realizada a caracterização do grupo pesquisado.

Dentre o público, as etiologias que ocasionaram a amputação foram as seguintes: trombose, 41,9%, trauma, 20,9%, diabetes, 14%, infecção generalizada, 9,3%, entupimento de veias, 7%, diabetes e trombose, 4,7% e tumor no tornozelo, 2,3%. Houve a predominância do trauma e das patologias vasculares, cada uma com suas especificidades. Conforme salienta Monteiro e colaboradores (2018, p. 41), as causas de amputações encontradas em seu estudo são, “vasculares/diabética, 76,67%, seguida pela amputação traumática, 16,67% e amputação infecciosa, 6,67%”. E Garlippe (2014, p. 42), destaca a causa vascular, 49,7%, traumática, 40,9% e tumor, congênita e complicação cirúrgica, 9,4%. O mesmo ressalta que isto ocorre, principalmente, pela maior exposição dos homens a fatores agravantes, sobretudo em situações cotidianas.

Os autores supracitados afirmam que o amplo predomínio do gênero masculino é perceptível e assemelha-se com achados na revisão da literatura brasileira. Podemos mencionar Garlippe (2014) que abrange em seu estudo a faixa etária de 18 – 64 anos e Monteiro e colaboradores (2018), delimitam o perfil de 60 – 70 anos ou mais. São distintas as idades apresentadas pelos autores, contudo, ambas demonstram a representatividade de homens com deficiência física adquirida, em específico pela amputação.

Pode-se ressaltar, também, que o público masculino idoso procura menos por serviços de saúde em relação/comparação às mulheres. O que está intrinsecamente relacionado a fatores históricos, vindo da concepção de ideal de homem, assim, é um processo dinâmico e complexo. Dessa forma, as patologias existentes acabam por se agravar, na maior parte dos casos, esses sujeitos procuram por recursos somente quando o processo de dor se torna insuportável, o impossibilitando de desempenhar atividades diárias (GOMES; NASCIMENTO; ARAÚJO, 2005).

Ainda caracterizando o perfil dos respondentes, realizou-se o cruzamento entre idade e tempo de amputação, constatou-se que 48,8% dos entrevistados adquiriram a deficiência física com 60 anos ou mais (Tabela 2).

Tabela 2- Aquisição da amputação após os 60 anos

	Frequência	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Menos de 60 anos	22	51,2	51,2
60 a 86 anos	21	48,8	100,0
Total	43	100,0	

“normal”, sem patologias associadas, as percepções de qualidade de vida entre domínios e saúde diferem significativamente de idosos que envelhecem com deficiência física adquirida.

Em concordância, o estudo desenvolvido por Valença e colaboradores (2017), evidencia o quanto a vida antes da perda do membro era ativa, não era encarada com limitações e dependência, principalmente, na realização das atividades de vida diária. As atividades laborais, como o trabalho (informal ou formal) que antes eram desempenhadas “normalmente”, após a deficiência surgiram complicações na capacidade funcional. Assim, ocasionando a perda de um papel social em seu todo. Consequentemente, ocorreu a decadência na qualidade de vida. Os sujeitos que eram responsáveis e autônomos por suas ações, agora, deparam-se com a necessidade do outro em suas rotinas cotidianas básicas.

Por fim, os dados socioeconômicos apontam que a renda familiar tem média salarial igual a R\$ 2.173,91. Esta se constitui de tal forma, pois 93% dos respondentes são aposentados, e/ou recebem algum benefício/auxílio, os outros 7% além da aposentadoria exercem atividades remuneradas. Destes, 53,5% recebem até dois salários-mínimos e 46,5% até seis salários mínimos (considerando que, em 2019, o salário mínimo era de R\$ 958,00). A média de pessoas por domicílio foi de (m=2,77), desses, 20,9% residem em casa alugada e 79,1% possuem casa própria. A discussão de tais apontamentos distribuiu-se entre os domínios descritos a seguir.

QUESTIONÁRIO WHOQL-BREF

É válido contextualizar a carência de estudos que demonstrassem a qualidade de vida de idosos amputados, usando o instrumento WHOQOL-BREF. O questionário continha duas questões gerais de qualidade de vida. Na primeira, em uma escala de avaliação (0 – 25), os participantes tiveram a

média de (m=17,01). A maior porcentagem de respondentes concentrou-se entre “nem ruim nem boa” com 30, 2% e “Boa”, 44, 2%.

Os resultados gerais dessa questão foram altos em comparação com a investigação de Lourenço (2017) com participantes de idade mediana de 61 anos, demonstra o escore geral da qualidade de vida em pessoas ativas (m=13,67) e insuficientemente ativas (m=12,31), de forma a sugerir que os indivíduos ativos apresentam uma melhor qualidade de vida. Os resultados apontados pelo autor diferem parcialmente das características desta pesquisa, pelos escores baixos e mediano. Com isso, podemos justificar que os participantes deste estudo sejam ativos ou não, tiveram uma média muito significativa e acima do esperado para idosos.

Na segunda questão, a satisfação com a própria saúde apresentou média de (m=16,13). Dos entrevistados, 25,6% afirmaram estar “nem satisfeito, nem insatisfeito” e 37,2% “satisfeito”. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a palavra saúde é conceituada como sendo “o estado do mais completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de enfermidade” (Universidade de São Paulo, 2019). Em achado na literatura, na percepção dos participantes (45 idosos; cinco adultos) em relação ao conceito da palavra saúde, primeiramente atribuindo o conceito, “a ausência de doença, 24% passando pelo bem-estar físico, 40%, e chegando à ideia de que saúde é ter bem-estar físico, psíquico e social, 36%” (NOVAES; BRITO; PINTO, 2015, p. 427).

Denota-se que as percepções gerais de saúde e qualidade de vida estão intrinsecamente relacionadas e são influenciadas pelas percepções construídas acerca dos domínios. Com isso, as categorias foram analisadas em uma escala de 0 – 100, compreendendo que, na avaliação do WHOQOL-BREF, quanto mais próxima a média for de 100, melhor será a qualidade de vida. Os domínios em que os idosos demonstraram melhor QV foram “relações sociais” (m= 72,58) e “meio ambiente” (m=72,53), com resultados aproximados, seguido do domínio psicológico (m=70, 25). Já o domínio “físico” demonstrou menor índice de qualidade de vida, com média de (m=57,31), escore abaixo dos demais (Tabela3).

Tabela 3- Média entre domínios

	n	Média	Mediana	Desvio padrão
Domínio Físico (0 - 100)	43	57,31	57,1	20,292
Domínio psicológico (0 - 100)	43	70,25	70,8	17,947
Relações sociais (0 - 100)	43	72,58	66,7	21,309
Meio ambiente (0 - 100)	43	72,53	71,9	13,801

Fonte: Tabela gerada pelo SPSS, com base nos dados da pesquisa.

Então, para analisar as discrepâncias na qualidade de vida entre os domínios, sucedeu-se a análise individual das facetas, para compreender estes e demais fatores associados à percepção da qualidade de vida. Tal discussão será apresentada a seguir.

DOMÍNIO FÍSICO

O domínio físico apontou resultados acima da média, mas quando comparado aos demais, o índice elucidou menor qualidade de vida dos entrevistados. Tal resultado era esperado devido às características do público analisado. Dessa maneira, examinaram-se as facetas para compreender quais tiveram menores avaliações, dentre estas, os percentuais relevantes para a discussão.

Salienta-se que, além dos próprios aspectos da idade, quando os sujeitos chegam à velhice com alguma deficiência física adquirida, existem alterações não esperadas para um envelhecimento considerado normal. As particularidades fisiológicas da amputação influenciam como cada idoso percebe o seu corpo físico no todo e nas correlações realizadas sobre qualidade de vida.

A primeira faceta desse domínio era sobre dor ou desconforto. Quando os idosos foram questionados em que medida sentiam esses sintomas, 20,9% avaliaram como “bastante”, 18,6% “mais ou menos”, 16,3% “muito pouco” e 32,2% não sentem “nada” desses sintomas. Esperava-se que os idosos apresentassem uma porcentagem maior de dor e desconforto pela própria condição que a amputação impõe. Contudo, quando analisada a necessidade de algum tratamento médico para levar a vida diária, os resultados indicaram que 44,25% necessitavam “extremamente” e 23,3%

precisavam “bastante” de medicação. Levantamos a hipótese de que os idosos sentem menos dor e desconforto pelo acompanhamento médico e pelo tratamento medicamentoso. Outro aspecto levantado por Regis (2019) é o tempo de amputação e uso de prótese, que acarreta no aumento da capacidade funcional e autonomia, consequentemente, diminuindo a dor e melhorando a qualidade de vida do sujeito.

Concomitante, segundo Souza Filho e colaboradores (2016) os amputados, na maior parte dos casos, sentem a dor do membro fantasma. Ou seja, a ilusão de que o membro ainda existe, tal dor fundamenta-se em fatores fisiológicos e psíquicos, podendo ocorrer de modo ocasional ou contínuo. Essa é uma seqüela comum para as pessoas que passam pela perda parcial ou total de um membro. Passando a serem complexos os meios de trabalhar com esses sintomas, já que são intensos e comprometem significativamente a qualidade de vida dos pacientes acometidos.

Desse modo, a medicalização normalmente é um recurso procurado para o alívio imediato dos sintomas, principalmente quando os pacientes referem sentir muitas dores, desconfortos no coto, a sensação do membro fantasma, até mesmo outros fatores associados. Na literatura, encontra-se o uso de farmacológicos como cetamina e morfina (intravenoso), sendo esta a curto prazo e da medicação oral de morfina a longo prazo, tendo uma excelente eficácia em pacientes com dores extremas (MCCORMICK et al., 2014 apud MALPHETTES, SANTOS, 2018).

Além disso, é importante destacar que pacientes idosos, usuários de algum medicamento, geralmente necessitam de tratamento para outras patologias associadas. Em estudo geral desenvolvido sobre medicalização entre idosos, os mais utilizados pertenciam à classe dos cardiovasculares, seguido do uso de medicamentos para o sistema nervoso central (NEVES et al., 2013).

Se a dor fantasma interfere diretamente na mobilidade, a sua ausência favorece uma vida proporcionalmente ativa com qualidade e melhor aceitação da prótese. Por isso, a escolha do nível da amputação deve ser cautelosa e bem avaliada, buscando manter o máximo do seguimento preservado. O que intervirá na concepção de qualidade de vida. Então, quanto mais alta for a seção da mutilação, sobretudo acima do joelho, o

paciente irá manifestar insegurança e maior dependência na deambulação (REGIS, 2019).

Diante dessas considerações, os idosos foram questionados sobre quão bem eram capazes de se locomover/mobilidade. Dentre os percentuais relevantes, 37,2% indicaram “nem ruim, nem bom” e 46,6% distribuídos entre “bom” e “muito bom”. Contudo, todos os entrevistados, expuseram ser amputados de membros inferiores, não havendo distinção entre os tipos de seção. Devido à avaliação, é possível analisar que as práticas de atividades físicas colaboram para a melhora na qualidade de vida, pois grande parte dos participantes já passaram ou ainda estão em processo de reabilitação física. Em estudo realizado com pacientes amputados, praticantes e não praticantes de atividades físicas, demonstrou-se que o índice de capacidade locomotora é superior para aqueles que praticavam algum tipo de exercício, melhorando a percepção de qualidade de vida (REGIS, 2019).

A mobilidade também influencia na qualidade que esses sujeitos realizam suas atividades cotidianas. Neste, 14,0% dos idosos mencionam estar “Insatisfeito”, 20,9% “nem satisfeito, nem insatisfeito” e 60,4% avaliaram estar “satisfeito” e “muito satisfeito”. Com a amputação, a pessoa acometida, depara-se com restrição no convívio social e envolvimento em atividades específicas, que são cotidianas, como dificuldades de desenvolverem o próprio cuidado, mobilidade pessoal, até mesmo na independência fora de casa, em contextos que não estão habituados e adaptados às suas necessidades (BIFFI et al., 2017). Porém, quando o amputado tem segurança em sua marcha e autonomia com seu dispositivo protético, desenvolve mecanismos de regulação que se enquadram às suas demandas, podendo, até mesmo, realizar atividades complexas que entram nas atividades instrumentais da vida diária.

Além de o trabalho ser significativo na vida das pessoas, a qualidade de vida está muito relacionada às posições e papéis que ocupamos e desempenhamos, seja no ambiente de trabalho ou no seio familiar. A identidade é construída pelos sujeitos por meio do trabalho e em relação ao outro, motivo pelo qual estar em constante produção e desenvolvimento é como um objetivo para uma vida bem-sucedida. Com isso, no momento que se perde uma posição anteriormente ocupada, seja pela presença de

doenças e outros fatores determinantes, a pessoa desenvolve sentimentos de inatividade e sujeição (FARBER, 2012).

Em nível de avaliação, a capacidade para o trabalho apresentou fatores negativos: 72,1% dizem estar “muito insatisfeito”, “Insatisfeito” e “nem satisfeito, nem insatisfeito”. Conforme caracterização do público entrevistado, não é correto afirmar que a aposentadoria e o envelhecimento sejam um entrave para manterem-se trabalhando, mas que sim, após a aquisição de uma deficiência física, esse se tornou um impedimento para uma posição no mercado de trabalho.

DOMÍNIO PSICOLÓGICO

O domínio psicológico encontrou-se em um patamar de avaliação acima da média para qualidade de vida, próximo das relações sociais. Porém, ao serem questionados com que frequência tinham sentimentos negativos como mau humor, desespero, ansiedade e depressão, 14% responderam que tinham “frequentemente”, 32,6% “muito frequentemente” e 34,9% identificaram ter “sempre” esses sintomas.

Junto da amputação, o indivíduo passa por uma seqüência de comportamentos emocionais e, em alguns casos, as pessoas acometidas vêm a desestruturar-se psicologicamente com a perda do membro, desenvolvendo mecanismo de defesa, como fuga de enfrentamento (SABINO; TORQUATO; PARDINI, 2013).

A amputação é encarada por cada sujeito considerando todos os aspectos subjetivos, a forma que lidam com as perdas, as relações que estabelecem e sua história de vida. Com isso, qualquer sentimento envolvendo lutos vai ocasionar transformações profundas para os indivíduos que vão vivenciando o luto. As modificações acontecem tanto no campo psíquico como no físico. É uma etapa de mudanças recorrentes, vendo constantemente seus limites e possibilidades confrontados, deparando-se com mudanças a todo o momento. A amputação desperta uma série de sentimentos e reações, por vezes, muito contraditórias. Como esse processo é vivenciado de forma muito singular, cada indivíduo vai desenvolvendo alternativas para ressignificar o seu sofrimento, superando

gradativamente as dificuldades (COUTINHO; MOURA, 2004² apud RODRIGUES, 2011).

Em vista disso, apesar de os sentimentos negativos denunciarem uma frequência expressiva, os idosos mostram recursos de enfrentamento. Quando questionados em que medida a vida tem sentido, a intensidade prevaleceu entre 28% “mais ou menos” e “bastante”, destacando-se o resultado de 53,5% “extremamente”. No que se refere ao quanto estavam satisfeitos consigo mesmos, englobando particularidades como espiritualidade e crenças pessoais, avaliam como “satisfeito” 37,2% e 39,5% “muito satisfeito”. Levantamos a hipótese de que há recursos internos para o enfrentamento dos sintomas relacionados à ansiedade, mau humor e depressão, por parte dos idosos.

Com o próprio envelhecimento, a aparência física passa por transformações. A autoimagem construída após a amputação dependerá dos conceitos e valores adotados pelos idosos. A imagem é estruturada a partir da representação mental que temos de nosso corpo, desenvolvida dentro de um contexto cultural (MATSUO et al., 2007). A amputação causa uma modificação na aparência física que é permanente, o que influencia na concepção de corpo idealizado e qualidade de vida. Contudo, a percepção desenvolvida pelos idosos amputados, sobre a capacidade em aceitar a sua imagem, apontou que 25,6% classificam como “médio”, 23,3% “muito” e 39,5% aceitam “completamente”. Os idosos apresentam capacidade razoável de aceitação da aparência física.

O resultado correlaciona-se com o estudo desenvolvido com pessoas amputadas, e os significados culturais que esses atribuíam ao seu corpo, indicando, assim, a necessidade de os indivíduos familiarizarem-se com o novo, demandando tempo e persistência individual. A protetização é recurso que adquiriu caráter singular, resgatando a funcionalidade perdida e reconstruindo a estética corporal, em que, novamente, perceberam-se de

² COUTINHO, M.I.S.T. & MOURA, R.J. In: Pedrinelli, A. (Org). *Tratamento do paciente com amputação*. São Paulo: Editora Roca, 2004. Apud RODRIGUES, 2011.

forma integral, com mais visibilidade e valorização (PAIVA; GOELLNER, 2008).

DOMÍNIO RELAÇÕES SOCIAIS

O domínio relações sociais destacou-se, dentre os demais, com resultados acima da média. Isso se deve ao fato de as facetas terem avaliações com percentuais mais elevados, aumentando expressivamente a avaliação de modo geral. Nisto, a saúde e a qualidade de vida estão intrinsecamente relacionadas, concomitante à rede de apoio na qual o idoso está inserido, garantindo-lhe uma vida com qualidade e participação ativa.

Entre a rede de apoio pode-se mencionar o cuidador, pessoa responsável por prestar os cuidados necessários com aquele que tem necessidade de suporte, seja familiar ou por terceiros. Ele exerce um papel ativo na vida do sujeito, vivendo frequentemente a vida da pessoa cuidada. As funções exercidas se designam a fornecer o auxílio para a realização das atividades da vida diária (quando necessário) como os cuidados pessoais, higiene e alimentação, até atividades práticas (MASUCHI; ROCHA, 2012). A autonomia e a independência, principalmente se o cuidador for um familiar, é estimulada e fortalecida diariamente, propiciando significativa melhora na qualidade de vida do sujeito e autoestima. Com esse apoio, consegue dar-se conta de novas possibilidades, desenvolvendo mecanismos de enfrentamento e adaptação à sua realidade atual, aceitando melhor a deficiência.

Com tal consideração, à questão de avaliação da satisfação com as relações pessoais (amigos, parentes, conhecidos e colegas) os idosos responderam estar 25,6% “satisfeito” e 58,1% “muito satisfeito”. No que se refere ao suporte/apoio que recebem, 23,3% estão “satisfeito” e 60,5% “muito satisfeito” com suas relações. Além do apoio e das relações familiares, as redes de sociabilidade estabelecidas pelo sujeito, como amigos e vizinhos, são fundamentais para reestruturação e adaptação às suas novas demandas. Mas, também, quando não há estas redes o idoso permanece em isolamento e sofrimento psíquico (HOLANDA, et al., 2015).

Em concordância, Figueiredo (2016) caracteriza as redes sociais pessoais de idosos, destacando a família como primordial na rede de apoio, seguido de amigos. No decorrer do envelhecimento a restrição ao contexto familiar correlaciona-se ao fato da impossibilidade/dificuldade de manter algumas relações sociais ativas, ocasionado, por vezes, em perdas de papéis sociais que eram exercidos em sociedade, até mesmo nas atividades laborais. Ainda de acordo com o autor, a rede de referência dos idosos desempenha atributos funcionais, sendo os principais “o apoio emocional, material e instrumental, o apoio informativo, companhia social, acesso a novos vínculos e a reciprocidade de apoio” (FIGUEIREDO, 2016, p. 15). O estudo também indicou que idosos com maior participação social e vínculos familiares consistentes apresentam melhores princípios de satisfação com a vida e qualidade de vida, vivendo ativamente em comunidade.

Outro ponto a ser contextualizado, é a faceta referente ao grau de satisfação dos idosos com a vida sexual. As ponderações permearam entre “muito insatisfeito” e “muito satisfeito” expondo o mesmo número de idosos respondentes em diferentes polaridades de classificação, alcançando a margem de 52,4%. No quesito, “nem satisfeito, nem insatisfeito” e “satisfeito”, o resultado encontrou-se igualmente distribuído, indicando 38% das avaliações. Observa-se o quanto os idosos distribuíram-se nas respostas, conotando uma percepção indesejada da vida sexual.

Segundo estudo desenvolvido por Oliveira (2016) com pacientes com deficiência física, a sexualidade é uma das peças fundamentais da dimensão humana. Após uma lesão, geram-se inúmeras expectativas, anseios e frustrações, o corpo começa a ser percebido e analisado a partir de outra dimensão. “Importa também saber entender e aceitar algumas especificidades, questões próprias do enredo sexual circunscrito a partir dos corpos lesionados” (OLIVEIRA, 2016, p. 129).

A sexualidade não se constitui apenas no ato da prática/penetração, mas em toda uma constituição fisiológica de trocas de carinho, afeto, amor e o fortalecimento do companheirismo. Os participantes desta pesquisa sinalizam, nos relatos, a emergência de conhecer as suas potencialidades sexuais, encarar os seus limites, se experimentando sexualmente como sujeito em uma nova condição de vida. A experiência de cada indivíduo é

muito singular, assim, os pontos sensitivos e libidinais também são variados (OLIVEIRA, 2016).

A partir desta contextualização, podemos levantar hipóteses em conformidade à avaliação realizada pelos idosos. A deficiência física, seja ela congênita ou adquirida (amputação), não é necessariamente um impedimento para uma vida sexual ativa. Porém, com o próprio envelhecimento algumas limitações ocorrem em relação ao desempenho sexual; o uso de variedades de medicações também é um componente marcante que pode causar a impotência.

DOMÍNIO AMBIENTAL

O domínio ambiental também discorreu com percentuais acima da média, aproximando-se da dominação anterior. Na constituição deste, o acesso aos serviços de saúde, na percepção dos idosos, teve avaliações satisfatórias: 27,9% responderam estar “satisfeito” e 53,5% “muito satisfeito”. A rede de apoio do deficiente físico, seja a família ou terceiros (amigos e vizinhos), possibilita maior acesso aos serviços de saúde, auxiliando a pessoa na locomoção (HOLANDA, et al., 2015). Conseqüentemente, quando os idosos encontram ajuda/apoio nos serviços de saúde e em suas relações pessoais, aumenta a aquisição das informações para se desenvolverem enquanto cidadãos.

Com isto, quando os idosos são questionados sobre o quanto as informações que necessitam estão disponíveis no dia a dia, em uma escala de capacidade, 23,3% responderam “médio”, 20,9% “muito” e 39,5% “completamente”. Nota-se que os cuidadores desses idosos (a família como principal agente), desempenham um papel de extrema importância, facilitando o encaminhamento para especialidades e agendamentos de consultas, com isso, direcionando os tratamentos adequados e buscando os direitos jurídicos para seu familiar. Outro fato que fortalece a dimensão da rede de apoio, destacado em pesquisa realizada, é o apoio informacional, designado a orientações de adaptação no domicílio, com o uso da prótese,

formas de habituar-se ao dispositivo ortopédico para realizar as atividades diárias (CRUZ et al., 2015).

Além do comprometimento da rede de apoio, estes têm direitos previstos no Estatuto da Pessoa com Deficiência Física. É importante destacar a Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015, em suas disposições gerais, ao que concerne o Art. 3º, acessibilidade é: possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias (BRASIL, 2015).

Devido a isso, pressupõe-se que os deficientes tenham a possibilidade de usufruir desses bens com facilidade, porém, nem sempre se deparam com tais direitos. Quando os participantes avaliam os meios de transporte aos quais têm acesso, 27,9% dizem estarem “satisfeitos” e 67,4% “muito satisfeitos”. Em concordância com as respostas, ficou visível nos relatos dos idosos a opinião em relação ao meio de transporte ofertado pelos serviços de saúde para locomoção dos pacientes. Entretanto, viam-se praticamente impossibilitados de se locomoverem com o transporte público, como o ônibus, desse modo, caracterizando as barreiras encontradas na acessibilidade.

Ainda em concordância, a dificuldade de se locomover fisicamente, torna-se uma das principais causas que impedem os sujeitos de participarem socialmente de grupos (HOLANDA, et al., 2015). Além do mais, a falta de acessibilidade dos locais públicos para pessoas portadoras de deficiência física também é um empecilho, já que nem sempre o sujeito estará acompanhado. Citando como exemplos, calçadas inapropriadas, falta rampas de angulação, falta de locais públicos adaptados, como banheiros e, principalmente, a falta de conscientização das pessoas sobre as necessidades de um sujeito com deficiência física. Esses são alguns dos impedimentos para que esse público possa acessar determinados ambientes (CRUZ et al., 2015).

Segundo a Organização das Nações Unidas, ter alguma deficiência aumenta o custo de vida, comprometendo um terço da renda, em média (ONU, 2018). Agravando a situação quando o sujeito se encontra na velhice, a aposentadoria, na maior parte dos casos, é o único meio de sustento para

ele e a família. Os resultados ressaltam a avaliação insatisfatória dos idosos no que se refere aos seus recursos financeiros. As respostas ficaram distribuídas da seguinte maneira: “muito pouco” 27,9%, “médio” 32,6% e 20,9% “completamente”. A renda não dá conta das necessidades que estes precisam para se manter.

Com a perda do poder aquisitivo e da capacidade para o trabalho, a aposentadoria ainda é um meio para a sobrevivência de várias famílias no Brasil (BRASIL, 2016). Agregado a isto, envelhecer com deficiência física ocasiona perdas em posições e papéis desempenhados no sistema familiar (VALENÇA, 2017). Porém, se este idoso é o provedor da família, devido a sua aposentadoria, a visão de posição ocupada dentro do seio familiar ressignifica essa contextualização.

Apesar dos recursos financeiros serem reduzidos, 14% referem estar “satisfeito”, enquanto 69,8% estão “muito satisfeito” com as suas condições de moradia. Este dado pode justificar-se pelo fato de a maior parte dos idosos terem casa própria e elas serem adaptadas conforme as suas necessidades. Com isto, quando os idosos foram questionados em que medida tinham oportunidades de desenvolver atividades de recreação/lazer, as respostas que apresentaram maiores porcentagens foram: 55,8% “muito pouco” e “muito”, 18,6% “médio” e 16,3% “completamente”. Podem ser realizadas algumas correlações, uma delas deve-se às condições de acessibilidade e escassos recursos financeiros disponíveis para estes sujeitos. De acordo com os relatos na aplicação do questionário, voltou-se muito às atividades de lazer para fora do lar, sejam estas ofertadas em espaços livres, de domínio público, destinados à saúde e participação de grupos, desenvolvidos na comunidade geral.

Equivalente às relações alcançadas num estudo desenvolvido por Novaes, Brito e Pinto (2016) com idosos e adultos com mobilidade reduzida, quanto ao acesso aos espaços públicos para atividades físicas e de lazer, contextualizaram os espaços públicos ofertados pela comunidade local como inadequados para as suas necessidades e para a promoção de qualidade de vida, não ofertando equipamentos adaptados para a acessibilidade. Porém, também denotam que, mesmo o acesso sendo precário, são espaços de extrema importância para a socialização, ou seja,

para atividades de lazer, melhorando proporcionalmente a qualidade de vida. Cada vez mais se tem a necessidade de ferramentas que instiguem a participação comunitária e espaços oferecidos pelo poder público, que proporcionem participação dos cidadãos, essas acessíveis a todos em suas diversas condições físicas, tornando-se grandes agentes de promoção da saúde e qualidade de vida.

CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo compreender as percepções de idosos com amputações, usuários de um Serviço de Reabilitação Física, sobre a sua qualidade de vida, compreendendo, então, o significado da própria amputação em seus aspectos objetivos e subjetivos, a partir da aplicação do WHOQOL-BREF, do questionário sociodemográfico e socioeconômico. O estudo contemplou 43 idosos com amputação, sendo 29 homens e 14 mulheres com idade variando entre 60 anos e 88 anos. Verificou-se que a amputação acometeu principalmente pessoas do gênero masculino, constando que estes procuram menos os serviços de saúde em relação às mulheres e por estarem diariamente mais expostos às situações agravantes. Nisto, evidenciou-se a etiologia vascular e a amputação traumática, assemelhando-se com os achados na literatura.

Conforme a análise dos dados coletados evidenciou-se que a qualidade de vida apresentou melhor média em relação à percepção de saúde, com resultados acima do esperado, se comparado a outros estudos. No domínio “relações sociais”, a família se destaca na rede de apoio que auxilia na busca pela autoestima, autonomia e independência. No que se refere ao domínio “meio ambiente”, evidencia-se a falta de acessibilidade para pessoas com deficiência física, sobretudo nos locais públicos. Além disso, a renda obtida com a aposentadoria se mostra insuficiente em relação ao custo de vida dos idosos amputados. Já no domínio “psicológico”, apesar do alto percentual de sentimentos negativos, os idosos encontram-se em construção da aceitação com o novo corpo, atribuindo novos sentidos à perda no membro. O domínio “físico” foi o que apresentou a menor média em relação à qualidade de vida em função das próprias limitações impostas

pela amputação. Nesse domínio, chamam a atenção dois fatores: o uso de medicação para reduzir as dores físicas; e quanto maior o tempo de amputação, mais mobilidade o idoso desenvolve, resultando em melhor adaptação e independência para as tarefas cotidianas.

Assim, o estudo demonstra que, entre todos os processos clínicos, subjetivos e objetivos que envolvem esses sujeitos acometidos, a reabilitação física e o dispositivo ortopédico (prótese) são recursos efetivos na vida desses sujeitos, uma vez que restauram a funcionalidade integral do sujeito, proporcionam espaços para o desenvolvimento de potencialidades já existentes e de novas habilidades a serem adquiridas. No entanto, para uma análise mais ampla, o estudo apresenta algumas limitações como o tamanho da amostra e a carência de estudos que demonstrassem a qualidade de vida de idosos amputados, usando o instrumento WHOQOL-BREF. Para a ampliação desta análise, indica-se a realização de mais estudos que apliquem este e outros instrumentos de pesquisa entre diferentes populações, grupos de idosos, cidades e com amostras maiores.

REFERÊNCIAS

BIFFI, Rubiani Ferracin et al. Levantamento dos problemas do dia a dia de um grupo de amputados e dos dispositivos de auxílio que utilizam. *Revista de Terapia Ocupacional da Universidade de São Paulo*, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 46-53, 2017.

BRASIL. Lei n.º 13.146, de 6 de julho de 2015. *Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência. Estatuto da Pessoa com Deficiência*. Recuperado em 22 maio de 2016, de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm.

BRASIL. *Estatuto do Idoso* / Ministério da Saúde - 3. ed., 2. reimpr. - Brasília: Ministério da Saúde, 2013. Disponível em http://bvsm.saude.gov.br/bvs/publicacoes/estatuto_idoso_3edicao.pdf.

COSTA, Efrain C.; KYOSEN NAKATANI, Adélia Y.; BACHION, Maria M. Capacidade de idosos da comunidade para desenvolver Atividades de Vida Diária e Atividades Instrumentais de Vida Diária. *Acta paulista de enfermagem*, São Paulo. v. 19, n. 1, jan-mar, 2006.

CRUZ, Daniely Monteiro et al. Redes de apoio à pessoa com deficiência física. *Ciência y enfermería*. Concepción, v. 21, n. 1, p. 23-33, abril, 2015.

DIOGO, Maria José D.'Elboux. Satisfação global com a vida e determinados domínios entre idosos com amputação de membros inferiores. *Revista Panamericana de Salud Pública*, v. 13, p. 395-399, 2003.

FARBER, Sonia Sirtoli. Envelhecimento e elaboração das perdas. *A terceira idade*, São Paulo, v. 23, n. 53, p. 7-17, março, 2012.

FIGUEIREDO, Mafalda Liliana Gomes; *Participação Social e Redes Sociais Pessoais de Idosos*. 2016. 41p. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) - Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra, 2016.

FLECK, Marcelo et al. Aplicação da versão em português do instrumento de avaliação de qualidade de vida da Organização Mundial da Saúde (WHOQOL-100). *Revista de Saúde Pública*, São Paulo, v. 33, p. 198-205, abr. 1999.

FLECK, Marcelo et al. Aplicação da versão em português do instrumento abreviado de avaliação da qualidade de vida "WHOQOL-bref". *Rev. Saúde Pública*. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 178-183, abr. 2000.

GARLIPPE, Luiz Armando. *Estudo epidemiológico dos pacientes com amputação de membros inferiores atendidos no Centro Regional de Reabilitação de Araraquara, Estado de São Paulo, Brasil*. 2014. 84p. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Medicina Social da Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo/USP, 2014.

GOMES, Romeu; NASCIMENTO, Elaine Ferreira do; ARAUJO, Fábio Carvalho de. Por que os homens buscam menos os serviços de saúde do que as mulheres? As explicações de homens com baixa escolaridade e homens com ensino superior. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 565-574, mar. 2007.

HOLANDA, Cristina Marques de A. et al. Redes de apoio e pessoas com deficiência física: inserção social e acesso aos serviços de saúde. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro. V. 20, n. 1, p. 175-184, jan. 2015.

HORI, Alice Ayako e NASCIMENTO, Andréia de Fátima. O Projeto Terapêutico Singular e as práticas de saúde mental nos Núcleos de Apoio à Saúde da Família (NASF) em Guarulhos (SP), Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva* [online], Rio de Janeiro, v. 19, n. 08, pp. 3561-3571, ago. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa nacional de saúde 2013: ciclos de vida. Brasil e grandes regiões* / IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento. - Rio de Janeiro: IBGE, 2015. 92 p. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94522.pdf>>.

- LOURENÇO, Rafael Pinto. *Nível de atividade física, excesso de peso e qualidade de vida em amputados de membro inferior atendidos nas unidades básicas de saúde de Aracaju-SE*. 2017. 59p. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Federal de Sergipe, 2017.
- MALPHETTES, Virginie. *Efeito da terapia de espelho no tratamento da dor fantasma em pacientes amputados*. 2018. 17p. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Fisioterapia) - Universidade Fernando Pessoa. Porto, 2018.
- MASUCHI, M.; ROCHA, E. Cuidar de pessoas com deficiência: um estudo junto a cuidadores assistidos pela estratégia da saúde da família. *Revista de Terapia Ocupacional da Universidade de São Paulo*, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 89-97, abr.2012.
- MATSUO, Renata Frazão et al. Imagem corporal de idosas e atividade física. *Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 37-43. 2007.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza; HARTZ, Zulmira Maria de Araújo; BUSS, Paulo Marchiori. Qualidade de vida e saúde: um debate necessário. *Ciência & saúde coletiva*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 7-18, 2000.
- MONTEIRO, Helen Cristina et al. Perfil dos pacientes amputados de membros inferiores atendidos por um centro de referência: estudo clínico e epidemiológico. *Revista FisiSenectus*, Chapecó, v. 6, n. 1, p. 38-47, jan-jun. 2018.
- NERI, Anita Liberalesso. Paradigmas contemporâneos sobre o Desenvolvimento Humano em Psicologia e em Sociologia. In: A. L. Neri (Ed.). *Desenvolvimento e envelhecimento: Perspectivas biológicas, psicológicas e sociológicas*. 3. ed. São Paulo: Papyrus, 2001. p. 11-35.
- NEVES, Sabrina Joany Felizardo et al. Epidemiologia do uso de medicamentos entre idosos em área urbana do Nordeste do Brasil. *Revista de Saúde Pública* [online], São Paulo, v. 47, n. 04, pp. 759-768, 2013.
- NOVAES, Ianca Vieira; BRITO, Soraia Silva; PINTO, Paula Sanders Pereira. Espaços públicos: promoção de saúde, qualidade de vida e acessibilidade para idosos e pessoas com mobilidade reduzida. *Seminário Estudantil de Produção Acadêmica*, Salvador, v. 15, 2016.
- OLIVEIRA, Everton Luiz de. “*Pô, tô vivo, véio!*”: história de vida e sexualidade de pessoas com deficiências físicas. 2016. 174p. Tese (Doutorado em Educação Especial) – Universidade Federal de São Carlos, Centro de Educação e Ciências Humanas, 2016.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. *A ONU e as pessoas com deficiência*. Disponível em <https://nacoesunidas.org/acao/pessoas-com-deficiencia>. Acesso em 10 de setembro de 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *Constituição da Organização Mundial da Saúde*. Biblioteca Virtual de Direitos Humanos – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: www.direitoshumanos.usp.br/index.php/OMS-Organiza%C3%A7%C3%A3o-Mundial-da-Sa%C3%BAde/constituicao-da-organizacao-mundial-da-saude-omswho.html.

PAIVA, Luciana Laureano; GOELLNER, Silvana Vilodre. Reinventando a vida: um estudo qualitativo sobre os significados culturais atribuídos à reconstrução corporal de amputados mediante a protetização. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação*, Botucatu, v. 12, p. 485-497, 2008.

REGIS, Marco Aurélio. Comparação da qualidade de vida em pessoas com amputação praticantes e não praticantes de atividade física. 2019. 49p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Educação Física) - Bacharelado do Centro de Desportos da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

RESENDE, Marineia Crosara; NERI, Anita Liberalesso. Atitudes de adultos com deficiência física frente ao idoso, à velhice pessoal e a pessoas com deficiência física. *Estudos de Psicologia*, Campinas, vol.22, n.2, pp.123-131, abr-jun. 2005.

RODRIGUES, Luciana Moreno. *Uma psicanalista em uma equipe multidisciplinar*: atendimento a pacientes com amputação em reabilitação com prótese. 2011. 103p. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, 2011.

SABINO, Stephanie Di Martino; TORQUATO, Richelle Maitê; PARDINI, Adriana Cristina Guimarães. Ansiedade, depressão e desesperança em pacientes amputados de membros inferiores. *Acta Fisiátrica*, São Paulo, v. 20, n. 4, p. 224-228, dez. 2013.

SOUZA FILHO, Luiz Fernando Martins et al. Tratamento da dor Fantasma em Pacientes Submetidos à Amputação: Revisão de Abordagens Clínicas e de Reabilitação. *Revista Brasileira de Ciências da Saúde*, v. 20, n. 3, p. 241-246, 2016.

VALENÇA, Tatiane Dias Casimiro et al. Repercussões sociais da aquisição de uma deficiência física na vida de idosos. *Revista Kairós Gerontologia*, São Paulo, 20(1), pp. 41-55, janeiro-março, 2017.

VALENÇA, Tatiane Dias Casimiro. *Envelhecer com deficiência física*: Memória e Representações Sociais de pessoas idosas. 2017. 165 f. Tese (Doutorado em Memória: Linguagem e Sociedade) - Universidade estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2017.

SOBRE OS AUTORES E AS AUTORAS

Ariane Carla Lazzari é psicóloga, graduada pela Universidade Santa Cruz do Sul. Pós-graduanda em Neuropsicologia e Psicologia Organizacional pelo Centro Educacional Dom Alberto. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9677456848995050>.

Glauber Soares Junior é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica (PPGED) - área de concentração Família e Sociedade - pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), atuando na linha de pesquisa Trabalho, Consumo e Cultura. Possui graduação em Tecnologia em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais - Campus Muriaé. Durante a graduação, atuou em projetos de extensão, bem como, desenvolveu pesquisas que foram publicadas em anais de eventos e periódicos. Possui interesse nas áreas de: Moda; Têxteis; Sustentabilidade; Arte; Artesanato; Cultura; Famílias; Gênero, e demais pesquisas que propiciam ligações interdisciplinares / multidisciplinares. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9649333341548747> | E-mail: glaubersoares196@hotmail.com.

Ítalo José de Medeiros Dantas é mestrando em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design (PPGDESIGN/UAD/CCT) da Universidade Federal de Campina Grande na linha de pesquisa Informação, Comunicação e Cultura. Especialista em Comunicação, Semiótica e Linguagens Visuais pela Universidade Braz Cubas (2021) e graduado em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (2019). Interesses acadêmicos e profissionais na área de Design com ênfase em Moda e Comunicação. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3950194171500432> | E-mail: italodantasdesign@hotmail.com.

Josenildo Soares Bezerra é graduado em publicidade e propaganda pela Universidade Potiguar (1999), mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2006) e doutor em Estudos da Linguagem pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2014). Membro fundador da RELAIIP - Red Latinoamericana de investigadores en Publicidade/Colômbia.

Professor do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia - PPGEM. Coordenador do CORPOLÍTICA: grupo de estudos interdisciplinares, práticas discursivas e política dos corpos. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3081353090677062> | E-mail: soares.bezerra@gmail.com.

Marcella Silva Mousinho Machado é graduada em jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1631473619397679>. | E-mail: marcella.machado@academico.ufpb.br.

Marcelo Santana dos Santos é professor assistente da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia desde 2010. Tem experiência na área de Filosofia, com ênfase em Filosofia Política, atuando principalmente nos seguintes temas: tempo, temporalidade, modernidade, democracia, poder, violência, ética, autonomia, corpo, corporeidade e gênero. Desenvolve desde 2010 o conceito de Subjetividades Compartilhadas. Professor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. Doutorando do Programa de Pós-graduação em Filosofia da UFBA. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0414956386536017> | E-mail: macellus@hotmail.com.

Marcus Vinicius Castro Witzak é psicólogo e professor adjunto do Departamento de Ciências da Saúde e do Mestrado Profissional em Psicologia, pesquisador no Laboratório Interativo de Criatividade e extensionista comunitário no Serviço de Reabilitação Física, todos na Universidade de Santa Cruz do Sul. Mestre em Psicologia Social e Institucional pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2001). Doutor em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2009). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6730770090790476> | E-mail: marcus@unisc.br

Marília Diógenes Moreira é mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), na linha de produção de sentido, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2019). Bacharel em Comunicação Social, na habilitação de Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2018). É membro dos grupos de pesquisa CORPOLÍTICA: Grupo de

Estudos interdisciplinares, práticas discursivas e política dos corpos (UFRN); e Observatório de Tendências em Publicidade (OBTEP/UFRN).

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3987306680791889> | E-mail: madiogenes3@gmail.com.

SOBRE OS ORGANIZADORES

Débora Pires Teixeira é doutora (2017-2019), mestra (2007-2009) e graduada em Economia Doméstica (2001-2005) pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Especialista em Gestão Estratégica e Qualidade pela Universidade Cândido Mendes - UCAM (2009). Professora adjunta do Departamento de Economia Doméstica e Hotelaria da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ, com foco de atuação em História da Moda e da Indumentária, Processo de Produção do Vestuário, Indústria de Confecção, Artesanato Têxtil, Velhice e Mídia.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2910697556921693> | E-mail: deborapite@gmail.com.

Fabiano Eloy Atílio Batista é doutorando e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica (PPGED) - área de concentração em Família e Sociedade - pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Possui graduação em Tecnologia em Design de Moda, pela Faculdade Estácio de Sá - Juiz de Fora/MG. Graduação em Licenciatura em Artes Visuais, pelo Centro Universitário UNINTER. Tem interesse nas áreas: Moda e Design; Arte e Educação; Relações de Gênero e Sexualidade; Mídia e Estudos Culturais; Corpo, Juventude e Envelhecimento, dentre outras possibilidades de pesquisa num viés da interdisciplinaridade. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0058785649666554> | E-mail: fabiano.batista@ufv.br.

