

Dossiê: INCLUSÃO SOCIAL E POLÍTICAS SOCIAIS
PARA MINORIAS: O PAPEL DAS PESQUISAS
NA ÁREA DE LETRAS E LINGUÍSTICA

ISSN: 1981-4755
Vol. 13 nº 24
1º Sem. 2012
p. 67 - 88

**A EXCLUSÃO DOS IDOSOS
NA MÍDIA IMPRESSA: O
QUE É DITO E O QUE É
SILENCIADO SOBRE ELES**

EXCLUSION OF THE ELDERLY
IN THE PRINT MEDIA: WHAT
IS SAID AND WHAT IS
SILENCED ON THEM

Eliane Righi de Andrade¹

¹ Participante do grupo de pesquisa Vozes (in)fames: exclusão e resistência, na Universidade de Campinas. Pós-doutoranda na mesma universidade, no programa de Linguística Aplicada. Doutora em LA e professora-pesquisadora da PUC-Campinas.

RESUMO: A proposta deste trabalho é discutir algumas representações de idosos que aparecem na mídia impressa (revista *Veja*), através da análise da materialidade linguística de recortes discursivos selecionados. Nosso objetivo é levantar questionamentos sobre a identidade do idoso na sociedade contemporânea, através do imaginário que é construído por esses meios de comunicação, numa perspectiva teórica dos discursos e dos estudos da identidade. Tal problemática se põe em relevância no momento em que a população envelhece e denega esse envelhecimento, em nome da busca de um imaginário da eterna juventude. Propomo-nos, com a análise, revelar um pouco do imaginário social do idoso veiculado por essa mídia e problematizar as identidades propostas aos idosos por esses veículos de informação, buscando desconstruir estereótipos e produzir novos olhares sobre a velhice, de forma a disseminar tal debate em outras instâncias discursivas, como o discurso pedagógico.

PALAVRAS-CHAVE: Representações do Idoso – Mídia impressa – Identidade.

ABSTRACT: This article aims to discuss the representations of elderly people that emerge from a Brazilian magazine (*Veja*), analyzing the linguistic materiality of selected discursive excerpts from different articles. Theoretically supported by the studies of identity and discourse, our aim is to question about the construction of the identity of old people in our contemporary society, considering the imaginary produced by print media. The relevance of this matter lies in the fact that the population is growing old and refuses to accept that, in the name of an eternal youth imaginary. With the analysis, we intend to reveal something about the social imaginary concerning the old people, problematizing the representations of identity which are presented by the media and deconstructing stereotypes, which can contribute to new perspectives of aging and to the debate on other discourse instances, such as the pedagogical discourse.

KEYWORDS: Representations of Old People – Print Media - Identity

Introdução e proposta do trabalho

A proposta deste artigo é apresentar e discutir algumas representações da velhice na mídia, selecionadas de textos de uma revista de grande circulação nacional (*Veja*), refletindo sobre o funcionamento do discurso sobre os idosos nessa mídia, a partir do imaginário social que se constrói e da exclusão daqueles que a grande mídia impressa não contempla.

Para nós, a necessidade de investigar as representações do idoso parte, primeiramente, da constatação de um envelhecimento significativo da população, apoiado em estudos estatísticos de longevidade. Considerando que a população envelhece, novas demandas sociais despontam, o que levou à criação do Estatuto do Idoso, aprovado em 2003. Paralelamente e como consequência desse novo quadro social, há um crescimento na circulação de discursos na sociedade que pretendem uma valorização da velhice, dentre eles, o da medicina, o da mídia e o pedagógico, que, particularmente, nos afeta, como educadores, de modo mais significativo.

No Estatuto do Idoso, inclusive, o Artigo 22 propõe a inserção de conteúdos, nos currículos das escolas, voltados à valorização dos idosos, como forma de lidar com a questão do envelhecimento e preparar os jovens ainda em seu processo formativo para produzir conhecimentos que se relacionem à velhice.

Ao considerar que a sociedade está imersa em discursos, os quais constituem os sujeitos, seus modos de dizer, pensar e agir no mundo, e que são responsáveis pela construção de sistemas simbólicos, que organizam sentidos compartilhados socialmente, sentimo-nos impelidos a estudar como a velhice é representada em um desses discursos, particularmente o da mídia, por acreditar que, na sociedade contemporânea, a informação é uma forma de poder-saber (FOUCAULT, 2004a; 2004b). Dessa forma, o discurso midiático contribui para a construção de um imaginário social que impõe, por sua legitimação social, certos sentidos.

Assim, propomo-nos, neste artigo, a rastrear, em reportagens da revista *Veja*, imagens que circulam sobre o velho, de modo a discutir as representações que são construídas e disseminadas por revista e como as mídias são meios de (re)produção de certos sentidos sobre a velhice.

Aspectos teóricos

Apoiamo-nos, neste trabalho, numa perspectiva discursiva, a qual procura realizar gestos de interpretação sobre a materialidade linguística, considerando que toda realização do discurso está inserida num contexto histórico-social que a determina. Dessa forma, os sentidos são historicamente condicionados, o que permite estabelecer certas regularidades. Por outro lado, Foucault (2004a, p. 165) afirma que é impossível controlar totalmente os sentidos, uma vez que o discurso está sujeito a um sistema de dispersão, de derivação dos sentidos, o que implica dizer que “as homogeneidades (e heterogeneidades) enunciativas se entrecruzam com continuidades (e mudanças) linguísticas, com identidades (e diferenças) lógicas”.

Embasamo-nos, ainda, em conceitos da análise do discurso e dos estudos da enunciação. Authier Revuz (2001) comenta sobre a não coincidência das palavras consigo mesmas, ou seja, não há um dizer que seja óbvio, um sentido que seja único, pois as palavras são porosas, abrindo espaço para a deriva de sentidos. Pêcheux (1988) comenta sobre a não transparência da linguagem, ou seja, a não fixação de sentidos, embora o enunciador tenha a ilusão de ser o produtor original de seu dizer e de ter o controle sobre os efeitos de sentido que ele provoca. Há sempre o caráter falho constitutivo da língua, que rompe com o que parece semanticamente estabilizado. É a presença do inconsciente que emerge na língua por suas falhas. Dessa forma, pensamos em nos utilizar dessa compreensão sobre a não transparência da língua/linguagem para questionar e desconstruir os sentidos que possam estar associados aos vários discursos hegemônicos constitutivos da identidade do sujeito contemporâneo, entre estes, o midiático.

Como afirma Foucault (2004a), há relações de domínio que devem ser consideradas na produção do discurso, o que

acarreta uma hierarquização de sentidos, pois há uma priorização de certos sentidos em detrimento de outros, que são silenciados. Estabelecemos, nesse ponto, uma articulação importante com um conceito crucial de nosso trabalho: a exclusão.

Pensemos, primeiramente, o conceito segundo a perspectiva da formação dos discursos, desenvolvida por Foucault (2002), em *A ordem do discurso*. Nesse texto, o autor explora os procedimentos de exclusão a que está sujeita a produção de qualquer discurso e, conseqüentemente, os grupos de indivíduos que são interditados, impedidos de usarem a palavra, por esses procedimentos. Dessa forma, há uma ordem do dizer a que estão submetidos os sujeitos, segundo as relações de poder em vigor. Ou seja, certos dizeres são mais aceitos que outros, dependendo de quem os enuncia. Considerando os discursos hegemônicos atuais, como o das ciências médicas e econômicas e o da mídia, podemos relacionar esses dizeres, em sua vontade de verdade, às representações do idoso que são disseminadas na sociedade, principalmente fazendo uso dos próprios meios de comunicação.

No estudo dos procedimentos de exclusão, Foucault trabalha, ainda, com a separação e a rejeição, trazendo a loucura como exemplo da aplicação desse procedimento. Segundo o autor, era por meio das palavras do louco que se reconhecia sua loucura (FOUCAULT, 2002, p.11), e, ainda que lhe fosse concebida a palavra, esta seria usada apenas para justificar sua separação e classificá-lo, mediante um saber produzido a partir de seu dizer. Dessa forma, justificava-se a criação e a existência de certas instituições para lidar com o louco. A palavra, portanto, só lhe era dada simbolicamente, reforçando, ainda mais, a sua segregação social.

Colocamo-nos a refletir, então, se esse procedimento de exclusão também não se aplica ao saber que é produzido sobre a velhice, principalmente pelos discursos hegemônicos

que circulam na sociedade. Uma vez que se privilegia, no discurso da mídia, como veremos na análise, um certo “velho”, que não corresponde à grande maioria da população idosa, essa não seria também uma forma de condenar outros idosos ali ausentes à segregação social, incentivando o isolamento desse idoso em instituições como asilos e casas de repouso, e, ainda, interditando o acesso e a produção de um dizer seu? Amparamos essa suspeita na observação de que muito se diz sobre o velho e o envelhecimento, porém, poucas são as oportunidades de que ele próprio assuma sua voz, como observaremos em alguns dos recortes discursivos trazidos para a análise.

A exclusão também é discutida, neste trabalho, por um viés sociológico. Trazemos Bauman (1999; 2001) e Castells (2002) para dar suporte às nossas reflexões. Segundo o primeiro autor, a questão da produção da exclusão é um processo decorrente do capitalismo atual e, portanto, das condições econômicas e sociais a que estão submetidos todos e, particularmente, os menos privilegiados – é o caso de grande parte dos idosos carentes –, num mundo em que prevalecem os processos produtivos e de acumulação de bens. A exclusão, portanto, é basicamente econômica e, segundo Castells (2002), que também lida com essa questão, altamente articulada à formação de uma sociedade informacional, que condena populações inteiras à exclusão social. Bauman define essas populações excluídas como o “lixo humano” nas sociedades capitalistas ditas globalizadas.

Todo modelo de ordem é seletivo e exige que se cortem, aparem, segreguem, separem ou extirpem as partes da matéria-prima humana que sejam inadequadas para a nova ordem, incapazes ou desprezadas para o preenchimento de qualquer de seus nichos. Na outra ponta do processo de construção da ordem, essas partes emergem como “lixo”, distintas do produto pretendido, considerado útil. [...] o progresso econômico [...] exige a incapacitação, o desmantelamento e a aniquilação final de certo número de formas e meios de os seres

ganharem a vida - modos de subsistência que não podiam nem iriam ajustar-se a padrões de produtividade e rentabilidade em constante elevação (BAUMAN, 2004, p.148).

O autor refere-se, nesse trecho, às massas humanas em deslocamento em busca de condições melhores de vida ou apenas de subsistência, as quais foram segregadas do processo econômico dos países ricos. No entanto, tomamos tal apontamento em relação aos idosos carentes no Brasil, os quais também foram excluídos das prometidas benesses do sistema capitalista de produção, o que os obriga a viver em condições subumanas ou da caridade alheia, após trabalharem muitos anos e sua força de trabalho ter sido sugada pelo sistema produtivo.

Para Castells (2002, p. 194), as pessoas que são excluídas ingressam no que ele chama de "buracos negros" do sistema e vivem circunscritas a uma pobreza estrutural, que lhes destitui a cidadania e as estigmatiza. Ao se referir aos processos de segregação social das populações que vivem em guetos, em diferentes partes do mundo subdesenvolvido, as quais dificilmente terão condições de reverter tal isolamento econômico e social, pensamos na relação de separação espacial instituída aos idosos que vivem em asilos, por exemplo, cuja individualidade e subjetividade são, muitas vezes, subtraídas.

Relacionando a exclusão social com a constituição da velhice, Mannoni (1995, p. 17) observa que é exatamente a imposição de abandonar a vida ativa que marca, para o sujeito, a entrada na velhice. A autora afirma ainda que "os fatores econômicos, sociais, culturais não são estranhos ao modo pelo qual o envelhecimento será bem ou mal percebido. O limite entre o normal e o patológico não é, com efeito, fácil de estabelecer" (MANNONI, 1995, p. 17). Portanto, a construção da imagem de si de qualquer sujeito está associada ao modo como esse sujeito é visto pelo outro (sociedade). Dessa forma, o idoso também se vê pelo olhar da sociedade,

pelo que ela diz sobre ele.

Discutiremos, a seguir, como se caracteriza o discurso da mídia e de que forma esse discurso se reveste de credibilidade na sociedade, o que o coloca como um poderoso instrumento na construção e divulgação de certas representações sociais que marcam e identificam grupos.

O discurso da mídia

Segundo a enciclopédia *online* de comunicação (INTERCOM, 2010), “as mídias são entendidas como diferentes suportes técnicos dos processos comunicativos no interior da cultura, como meio de comunicação que se estende no tempo e espaço ultrapassando os contextos das simples interação face a face”. Caracterizadas como tradicionais ou digitais, as revistas se caracterizam por ser uma das formas convencionais de mídia impressa. Seu poder de alcance não está somente circunscrito a seus leitores habituais, mas também se estende a outras mídias, uma vez que as reportagens de grandes revistas, como as da *Veja*, em que nos baseamos para a constituição do *corpus* de análise, se propagam por outras mídias como a televisão, o rádio e a internet. Muitas das reportagens servem como instrumento de legitimação de informações e da construção de “verdades”, fundadas na pretensa objetividade do discurso jornalístico. Dessa forma, a sociedade legitima o que é dito pela revista e, ao mesmo tempo, a revista reforça sua hegemonia perante a sociedade, num jogo de poder-saber que se constrói pela via do simbólico.

Segundo Charaudeau (2006, p. 18), as mídias não são indiferentes aos distintos “jogos de poder social”, ao que acrescentaríamos que há uma efetiva construção de sentidos coletivos que são disseminados pela mídia, pois há valores (principalmente de natureza econômica) que fazem parte dessa lógica simbólica.

Num sistema capitalista como o nosso, além da mídia exercer, sim, um poder sobre a opinião pública, a informação é um bem que pode ser negociado e que tem um valor agregado a seu poder de troca. Assim, transpondo um pouco dessa reflexão para nosso trabalho, as imagens “vendidas” do idoso pela revista têm um poder de atrair possíveis consumidores para produtos e serviços destinados a eles; e, nessa cadeia de relações, a revista vende seu espaço e sua credibilidade – associada a seu poder de disseminação e convencimento – a anunciantes que pretendem vender seus produtos a esse público consumidor.

Como, muitas vezes, o discurso capitalista aparece mesclado ao discurso jornalístico², essa lógica do consumo nos é transmitida de maneira quase naturalizada, sem que os sujeitos se deem conta de que estão sendo incentivados a consumir, a agir ou a pensar de certa forma. É o que podemos caracterizar como formas de agenciamento, recorrendo às palavras de Foucault (2004c). Segundo o autor, o modo como os discursos se transformam em práticas (discursivas e não discursivas), como estabelecem formas de ser e de ver o mundo, está em relação estreita com as formas de agenciamento do sujeito, que são produzidas com o auxílio de diferentes dispositivos, denominados tecnologias de si. Por esses mecanismos, é possível administrar as subjetividades de forma mais homogênea, permitindo que as pessoas sejam governadas mais facilmente e que seus desejos estejam circunscritos a certas demandas.

Partindo dessas reflexões teóricas, procuraremos, metodologicamente, trabalhar com uma análise que dialogue com as condições de produção dos dizeres trazidos, buscando

² No Brasil, a concessão de direitos à exploração de meios de comunicação é dada pelo governo, mas as empresas são, na grande maioria, conglomerados particulares que visam, como qualquer outra empresa, ao lucro.

inscrever sentidos a partir da materialidade linguística que revelem algo do funcionamento dos discursos – com suas regularidades e rupturas de sentido – sobre as representações dos idosos que emergem nas reportagens da revista.

Sobre o *corpus*

A seleção de recortes discursivos que trazemos foi realizada a partir de consulta ao acervo da revista *Veja*, disponibilizada digitalmente, que inclui o período de 2001 até 2011. Utilizamos-nos para a pesquisa nas reportagens algumas palavras-chave que fazem parte do núcleo semântico desejado – a velhice –, tais como *velho*, *idoso*, *velhice*, *aposentadoria*, *pessoa velha*, *terceira idade*. Dessa forma, chegamos a algumas reportagens que possuíam um potencial relevante para rastrear representações do idoso.

Embora abranja um período muito longo, a seleção de reportagens não se demonstrou muito vasta. Houve a necessidade de vasculhar algumas edições especiais da revista, as quais não se encontravam digitalizadas no acervo, mas às quais tivemos acesso exclusivo (também digital), por sermos assinantes da revista na época. Alguns dos recortes foram selecionados de uma dessas edições (*Especial: A melhor idade*), e, por não se encontrarem na forma impressa, não aparecem paginados. No entanto, achamos de grande importância trazê-los para a análise, pois muitos elementos sobre as representações da velhice afloram dos recortes de reportagens dessa edição.

Procedemos, pela natureza breve deste trabalho, à análise de apenas alguns recortes discursivos, considerando os excertos selecionados como representativos na construção de alguns gestos de sentido, que sugerem possíveis interpretações para a compreensão do imaginário sobre o idoso que circula na sociedade. Essas imagens são construídas e compartilhadas socialmente e, por esse motivo, influenciam a

formação das identidades e o modo dos sujeitos agirem no mundo. Dispusemos os recortes cronologicamente, ainda que busquemos, na análise, um atravessamento dos dizeres, revelando a presença do interdiscurso no fio narrativo.

Buscando representações do idoso nas reportagens das revistas

O primeiro recorte que propomos para a discussão foi extraído de uma entrevista concedida à *Veja* por um médico gerontologista (Alexandre Kalache). A reportagem – *Um mundo mais velho* – ocupou as páginas amarelas da edição. Focaremos, na análise, o jogo discursivo de posições entre o repórter e o entrevistado, no trecho que segue.

Recorte I

Veja – Como evitar que o dinheiro destinado à saúde dos idosos sacrifique os gastos no atendimento a gestantes e crianças?

Kalache – Trinta anos atrás, os médicos precisavam de muito treinamento nas áreas de obstetrícia e pediatria, porque havia uma massa enorme de mulheres tendo filhos. Agora, as demandas são outras. Continuar com aquele modelo antigo, do centro de saúde feito para a criança, é perder a perspectiva de que o mundo está em transformação. Um hospital que atenda ao idoso beneficia a todos. É um lugar com facilidade de acesso aos quartos, sinalização clara, profissionais bem treinados, uma sala de espera confortável e banheiros adequados. (*Veja*, Páginas Amarelas, Edição 6.7.2005, p.14.)

Primeiramente, observamos que o repórter recorre ao verbo “sacrificar” para indicar os custos dos programas de saúde destinados aos idosos, o que revela, portanto, sua posição contrária em relação a esses programas. Em contrapartida, ao assumir a palavra, o médico chama de modelo antigo os programas destinados apenas às mulheres grávidas e crianças, ressaltando, com isso, uma mudança estrutural modernizadora – que aparece, implicitamente, se opondo a *antigo* no seu dizer –, a qual estaria ocorrendo na sociedade

e que foi ignorada pelo jornalista.

No discurso do médico, a melhoria para o serviço prestado ao idoso significaria uma melhoria para todos (melhor acesso aos quartos; pessoal bem treinado; sala de espera e banheiros melhores). Dessa forma, o dizer do médico desliza de uma esfera mais particularizante (mulheres ou crianças) para a coletiva (é algo que seria bom para todos).

Observamos duas posições discursivas se digladiarem em relação aos serviços de saúde oferecidos aos idosos: enquanto o médico ressalta a situação anterior como um modelo a ser superado, o repórter, na questão, coloca sua posição contrária a uma política de saúde destinada aos idosos (que classifica como “gastos”), explicitando sua opção em privilegiar outros grupos sociais.

Dessa forma, pode-se concluir que é dado à vida da criança (nascida ou por nascer) um valor maior, representação que se repete na sociedade (afinal, o velho já viveu muito, já produziu o que tinha de produzir!). Perpassa em seu dizer a imagem de que o velho é um peso para a sociedade (pois causa “gastos”), discurso que aparece associado ao discurso econômico capitalista, cujo valor de algo ou alguém é medido pela capacidade de produção e de troca. O médico, no entanto, inverte esse valor em sua fala: oferecer um cuidado melhor ao idoso é oferecer uma vida melhor a todos, o que rompe com a regularidade discursiva – o senso comum – sugerida no dizer do repórter.

O recorte a seguir faz parte do conjunto de reportagens da edição especial da revista *Veja*. Havia seções separadas, nomeadas como “beleza”, “saúde”, “lazer”, “sexo” etc. Retiramos os recortes 2, 3, 4 e 5 dessa edição, focando-nos na articulação entre o discurso jornalístico e o que chamaríamos de discurso científico. Vejamos o primeiro deles:

Recorte 2

Sabe-se que o envelhecimento é um processo biológico que pode ser controlado. Há uma série de estudos afirmando que um estilo de vida saudável é uma das chaves da longevidade. Confira alguns deles (*Veja Especial*, Seção Saúde, 31.8.2005.)

Observamos que o envelhecimento é apresentado como um fato inexorável da vida – o que não nos é desconhecido –, mas que a reportagem sugere poder ser controlado; esse dizer é sustentado por um discurso atribuído genericamente às ciências (há uma série de estudos afirmando isso). Tais estudos confirmariam para o cidadão comum, portanto, que a vida saudável é a resposta para uma vida longa. No entanto, ter uma vida longa não implica em controlar o envelhecimento, que é, por natureza, incontrolável. Percebemos, nesse momento, um escape no dizer que revela a não transparência da língua: a velhice não está sob controle, por mais que as ciências queiram afirmar isso.

Ao propor, no final do excerto, que se “confira alguns deles”, o leitor é levado a pensar que a revista trará tais estudos (confira alguns *deles*). O que faz, no entanto, é listar um conjunto de “dicas” (como veremos no recorte seguinte) – algumas com menções a publicações científicas –, articulado a um dizer que se pretende cientificista:

Recorte 3

14. MANTENHA A MENTE ATIVA. Pesquisas mostram que a doença de Alzheimer tem maior incidência entre as pessoas com baixo nível de instrução. Estudo publicado no *New England Journal of Medicine* relaciona a leitura, os jogos de cartas e de tabuleiro e as palavras cruzadas com a redução do risco de demência em pessoas com mais de 75 anos. (*Veja Especial*, Seção Saúde, 31.8.2005.)

Notamos, novamente, a utilização de uma generalização (*pesquisas mostram*) para sustentar o dizer da reportagem, que simplifica, populariza, um dizer identificado como científico. Nesse caso, apela-se para uma publicação científica

para legitimar e dar força a esse enunciado, o que dá força de verdade ao dizer. Além disso, emerge ainda, nesse dizer, um discurso (amparado pelas ciências, por meio da publicação citada) que afirmaria que as doenças degenerativas da memória afetam mais pessoas intelectualmente desprivilegiadas.

Estabelece-se, no texto, uma identificação implícita dos que leem, jogam ou fazem palavras cruzadas com pessoas mais inteligentes (com nível de instrução melhor); no entanto, nenhuma informação é trazida (pelo menos na reportagem da revista) que nos permita inferir tais conclusões ou que sustente tais afirmações (a não ser a breve e incompleta referência ao *journal*). Perguntamo-nos (e isso é silenciado) se não haveria pessoas com instrução menor que praticariam tais atividades: estas estariam a salvo da demência? Como um possível efeito de sentido desse dizer, não poderíamos pensar em uma condenação prévia aos mais desfavorecidos pela demência na velhice?, o que talvez nos remeta ao diálogo com o primeiro recorte estudado, propondo uma relação de sentido de que os idosos poderiam escolher uma velhice mais sadia e, assim, despenderiam menos gastos com a saúde.

O recorte a seguir lida com a questão do trabalho na velhice e foi extraído da mesma edição especial da revista.

Recorte 4: Com o envelhecimento da população mundial, sair do mercado aos 60 anos se tornou prematuro. Estar no auge da vida e vestir o pijama passou a ser um baque para a maioria dos profissionais. Sobre tudo daqueles que trabalham desde a juventude. É uma mudança que inclui redução da renda e sensação de ociosidade e de perda de importância social, o que abala profundamente a autoestima. Aposentar-se com um padrão de vida próximo ao dos tempos da ativa é um sonho cada vez mais distante para trabalhadores do mundo inteiro. (*Veja Especial*, Seção Trabalho, 31.8.2005.)

Nesse recorte, sugere-se que o idoso está “no auge de sua vida”, o que aparentemente aparece como uma inversão

no pensamento trazido no recorte I (que analisamos anteriormente), no qual os idosos consumiam os serviços médicos de outros grupos sociais, o que lhes conferia um caráter de improditivos ou “parasitas” sociais aqueles a quem Bauman (2004) chama de “lixo social”.

No entanto, percebemos que o recorte frisa o grupo de idosos que continua na ativa, ou seja, que continua a trabalhar e a produzir e, principalmente, a consumir, pois são aqueles que desejam manter um padrão de vida semelhante aos tempos da vida ativa. Como um efeito de sentido possível, podemos concluir que, para ser considerado um cidadão na sociedade contemporânea, o idoso precisa não só trabalhar, mas continuar tendo renda e sendo um consumidor em potencial, o que exclui desse discurso os idosos que não fazem parte desse grupo privilegiado por viverem em condições mínimas de existência (aqueles que dependem dos serviços sociais e de saúde e que consomem as riquezas produzidas pelos cidadãos ativos economicamente), como conferimos no primeiro recorte, na fala do jornalista.

Muito usual também é a imagem do idoso improditivo caracterizada com pijamas (pudemos encontrá-la em outras reportagens não citadas aqui pela brevidade do artigo). Essa imagem aparece associada à ociosidade, nunca a um estado de debilidade física, por exemplo, como no caso de pessoas idosas doentes. A ociosidade, nesse último caso, não é marcada por um discurso de escolha, mas de impossibilidade, o que a reportagem ignora.

Generalizar que, profissionalmente, se está no *auge* aos 60 anos não é algo que condiz com todas as classes sociais e trabalhadoras, muito menos com certas profissões menos reconhecidas socialmente, como, por exemplo, aquelas que fazem uso da força física. De que idoso fala a reportagem quando se refere ao abalo da autoestima? Decerto, não estaria se referindo aos subempregados crônicos, que nunca tiveram sua dignidade garantida nas atividades profissionais que

exercem.

Finalmente, levantamos o termo “sonho”, que pode ser entendido, na reportagem, como um sonho único de todos idosos. Esse sonho caracterizado pela revista aparece associado primeiramente à vida econômica, o que implica em transformar o sujeito num mero consumidor e seu desejo numa demanda de consumo. O prestígio (*a perda de importância social e da autoestima*) está articulado, apenas, ao *status* econômico. Não se menciona durante a reportagem o quanto a experiência adquirida ao longo dos anos poderia constituir a autoimagem do idoso, essa sim contribuindo para uma melhor autoestima. Dessa forma, percebemos que aquilo que o dizer silencia nem por isso deixa de produzir sentidos (ORLANDI, 2007).

Foquemos nossa atenção em mais um recorte:

Recorte 5: Beleza: Nem precisa de bisturi

Cirurgia plástica agora só em último caso. No mercado, há um arsenal de tratamentos estéticos eficazes para dar fim às rugas e à flacidez facial em poucos minutos. O que você deve saber sobre (*Veja Especial, Seção Beleza, 31.8.2005.*)

Esse recorte, extraído da mesma edição e que corresponde ao *lide* da reportagem sobre beleza – a qual aparece na sequência –, expressa um pouco do imediatismo e da ênfase no mundo das aparências, características próprias da sociedade contemporânea do espetáculo, definida por Debord (1997).

A revista apresenta os procedimentos estéticos como a solução para um problema (*rugas e flacidez facial*), ou seja, envelhecer é um problema; se assim não fosse, não haveria a necessidade de não se parecer velho e procurar pela ajuda estética. Vejamos as marcas linguísticas que marcam um discurso de excesso e de apelo à aparência: *arsenal* de tratamentos; *dar fim* às rugas; e de instantaneidade: *em poucos*

minutos.

Se pensarmos que o tema é “beleza” nessa reportagem, não seguir os padrões ditados afasta os indivíduos do conceito de beleza desejado e disseminado pela revista. A beleza está intrinsecamente articulada à ideia de ser jovem e, portanto, só se é belo na juventude, o que não permite pensar em outros possíveis sentidos para a beleza (como, por exemplo, aquela própria a cada idade), pois a revista homogeneiza um conceito atrelado à aparência e à estética da juventude.

Quando a revista propõe a plástica como o último recurso para salvar a beleza, vende-se a ilusão de que ela é um produto acessível a todos e com poder de restaurar a beleza, através dos avanços estéticos das ciências, o que produz o efeito de sentido de que as ciências tudo podem; não haveria limite, nem impossibilidade. Portanto, vende-se a ilusão de uma não temporalidade do ser, de que tudo é possível, independente das condições que nos circunscrevem a uma determinada realidade. Há um sentimento, portanto, de democratização da plástica para alcançar uma beleza, que é única.

Encerramos nosso trabalho analítico com a discussão do recorte 6, a seguir. A reportagem é parte integrante de uma seção denominada *Especial*, com o título de *Longevidade*, e foi publicada em 2009.

Recorte 6: O jeito sem idade de ser

Com essa espécie de democracia da juventude, produtos e serviços antes direcionados exclusivamente ao público adolescente ou jovem começam a ganhar adeptos entre os mais velhos. A carioca Mara Lúcia Sarahyba, de 52 anos, mãe da modelo Daniella Sarahyba, de 25, é uma típica representante dos sem-idade. Mara e Daniella, apesar da diferença de geração, compram roupas nas mesmas lojas, costumam viajar juntas e não raro frequentam as mesmas festas. “Minha mãe é jovial e ativa, o que faz dela uma ótima companhia para qualquer hora”, afirma Daniella. “Temos algumas peças idênticas no guarda-roupa, apesar de a Dani policiar os meus decotes, conta a mãe. “Os ageless rompem com o padrão convencional em que o comportamento é ditado pela faixa etária”, disse a VEJA a inglesa

Ruth Marshall, da consultoria internacional WGSN, especializada na análise e previsão de tendências de consumo. (Veja, Especial Longevidade, 15.7.2009, p.62-63)

Começando pelo título da reportagem, a revista propõe um “jeito sem idade de ser”, que parece já consagrado na expressão inglesa *ageless*, também citada no excerto. Esse modo de ser é legitimado pelo discurso da *expert* em tendências de consumo, que vem validar o discurso da revista. Notamos que a revista traz a opinião (que legitima o “fato” jornalístico) de uma pessoa da área econômica, especificamente do consumo, que reforça algumas das nossas interpretações sobre o idoso-consumidor nas nossas discussões anteriores. Ao erigir a geração dos pais como os “sem idade”, a revista elege, na verdade, o padrão de consumo do jovem para esse grupo (*compram roupas nas mesmas lojas, costumam viajar juntas*) e de seus costumes (*não raro frequentam as mesmas festas*).

Procura-se, na reportagem, criar uma simetria nas relações entre pais e filhos, que é reforçada nas palavras da filha: *minha mãe é jovial e ativa; temos algumas peças idênticas no guarda-roupa*, ou, até mesmo, subjugar a geração mais velha à responsabilização/cuidado dos filhos: *apesar de a Dani policiar os meus decotes, conta a mãe*.

Nesse caso, associamos essa tentativa de homogeneizar as gerações como um processo que não é natural, mas criado pelos discursos da mídia e do consumo, uma vez que a diferença entre gerações, ainda que conflituosa, remete ao trabalho civilizatório de uma geração transmitir a outra seus valores, ainda que estes sejam, posteriormente, questionados. Segundo Dufour (2005), sem essa transmissão geracional, fica comprometido o processo de inserção das gerações mais jovens no mundo do simbólico, processo esse que se sustenta na autoridade delegada às gerações precedentes, as quais se responsabilizariam por essa introdução dos jovens ao mundo social e às suas regras. Observamos no excerto, que há uma

inversão de valores, com a filha “policinando” os decotes da mãe, por exemplo.

Há, portanto, uma “adolescentização” dos pais, que vivem os mesmos desejos dos filhos, transformados em demandas de consumo, as quais são criadas para satisfazer ambos (as viagens comuns, as mesmas festas e roupas). Nesse caso, a nomeação “sem idade” não nos parece adequada, pois procura-se um padrão dos “sempre jovens” e não dos “sem idade”. Dizer que o comportamento não é mais ditado pela faixa etária é uma falácia, pois é constituído exatamente dos valores do jovem ou daqueles que se sentem jovens (ou que se colocam nessa posição). Podemos dizer, ainda, que é um comportamento que passa a ser determinado exclusivamente pelos padrões de consumo. Dessa forma, não cabe nesse contexto da reportagem o termo velhice ou envelhecimento. Há um silenciamento do que seja esse outro processo de envelhecer longe das luzes do consumo e da sociedade do espetáculo.

Encerramos essa breve análise com a reflexão sobre a expressão “democracia da juventude”, que aparece logo no início do texto. Como a língua é um jogo de associações entre significantes, não pudemos deixar de pensar em outra expressão que circula no discurso da mídia: a ditadura da beleza, que deslizaríamos para a ditadura da juventude. Esta nos parece mais apropriada à escravização da sociedade aos padrões estéticos do jovem, que nada tem de democrático, mas sim de imposto, sem que o sujeito se dê conta de que está sendo agenciado por demandas que passam a reger sua conduta, seus gostos e desejos, seu modo de ser e agir no mundo, também contribuindo para a construção de estereótipos identitários.

BUSCANDO ALGUMAS CONCLUSÕES

Gostaríamos de levantar primeiramente, fruto da análise deste trabalho, que a temática da velhice é, geralmente, tratada pela revista como algo à parte, já que são reportagens ou edições especiais, o que revela certa segregação ou hierarquização dos dizeres/reportagens.

Observamos a predominância do tema “velhice” focada nas questões estéticas, ou seja, ao pretender falar do velho, a revista propõe modelos exatamente para não se ficar velho, portanto, é uma forma de silenciar a verdadeira velhice, se assim pudermos nomear o processo natural a que todos estamos submetidos. Não enxergar isso, portanto, é uma forma de ignorar a própria natureza humana; é uma forma de atribuir aos processos desenvolvidos pelas ciências – geralmente, de intervenção estética – superpoderes. Esses poderes, no entanto, são adquiridos (e adquiríveis) como produtos que estão a serviço de tamponar uma falta – a da juventude. Criam-se demandas compartilhadas, que dão a (falsa) sensação de identidade entre grupos sociais singularmente diferentes. Promovendo isso, divulga-se um padrão de consumo e de comportamento semelhante, que anula as diferenças.

Como fazer, então, que essas representações pré-concebidas do idoso, que se constroem na rigidez do pensamento dualístico (velho X jovem; beleza X não-beleza; produção X inatividade; “pijama” X “decote”, por exemplo), não habitem o imaginário de nossas crianças nas escolas, numa lógica disjuntiva tão excludente? Como podemos dar início ao estudo da velhice na escola sem preconceitos forjados nos meios (TV, revistas) em que as crianças estão imersas muito antes de frequentarem as escolas? À educação cabe, parecidos, o papel de desconstrução das imagens estéreis do idoso, vinculadas pela mídia, e a reflexão sobre o papel desse discurso na formação das identidades futuras.

Finalizo esse trabalho com uma passagem que, para

mim, me motiva a pensar sobre a velhice de forma menos enviesada, mais direta e, por que não dizer, menos traumática e hipócrita. De manhã, a mãe carrega o filho (que vai para a escolinha) no elevador. A criança, de dois ou três anos, encara a mãe e, tocando em seu rosto, diz: “Mãe, você tem um monte de ruga!”. Imediatamente, beija-a e diz: “Mãe, você é linda!”

Referências

AUTHIER-REVUZ, J. (1998). *Palavras incertas*. Campinas: Editora da Unicamp, 2001.

BAUMAN, Z. (1998). *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

_____. (2000). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

_____. (2003). *Amor líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CASTELLS, M. (1996). *Fim do milênio: a era da informação*. SP: Paz e Terra, 2002.

CHARAUDEAU, P. (2005). *Discurso das mídias*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

DEBORD, G. (1992). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUFOUR, D.-R. (2003). *A arte de reduzir as cabeças*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2005.

FOUCAULT, M. (1971). *A ordem do discurso*. 8. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

_____. *Microfísica do poder*. São Paulo: Graal, 2004a.

_____. *Ditos e Escritos V*. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2004b.

_____. (1969). *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária. 2004c.

INTERCOM. *Enciclopédia Intercom de Comunicação*. Vol. I. SP: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.fundal.gov.br/geral/ascom/Enciclopedia.pdf>>.

MANNONI, M. *O nomeável e o inominável: a última palavra da vida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

ORLANDI, E. P. *As formas do silêncio*. 6. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

PÊCHEUX, M. (1975). *Semântica e discurso*. Campinas: Editora da Unicamp, 1988.