

Cidadania tem idade? Reflexões sobre o envelhecimento no Brasil¹

Maria Luiza Martins de Mendonça²

Resumo:

Este trabalho tem como objetivos refletir e contribuir para a discussão sobre as relações entre determinados grupos sociais, os processos de inclusão e sobre a cidadania, que, neste caso específico, trata da exclusão geracional, em especial das mulheres. A partir dos conceitos de representação, hegemonia e cidadania, entende-se que as políticas inclusivas existentes são insuficientes para assegurar a efetiva inclusão social dessa parcela da população. Isso porque, em uma concepção mais ampla de cidadania, que a entenda como algo em permanente construção, há de se considerar também que as políticas de representação, as condições que propiciam mudanças subjetivas e culturais e as possibilidades de expressão são necessárias para que diferenças socioculturais não se transformem em desigualdades.

Palavras-chave: *Mídia. Cidadania. Envelhecimento*

Cidadania e representação

Este trabalho é fruto de pesquisas da autora, que buscam investigar e avaliar as políticas de representação da velhice e dos processos de envelhecimento, em especial do envelhecimento feminino, no contexto da produção midiática brasileira contemporânea. A ideia é trazer para o campo da comunicação a reflexão e a discussão sobre um tema que tem sido estudado prioritariamente pelas áreas médicas e de assistência social e jurídica.

Os estudos realizados por outras áreas do saber têm sido conduzidos por uma maior preocupação com o bem-estar das pessoas idosas, com as formas mais adequadas de cuidar de sua saúde e de sua qualidade de vida, bem como com a proteção da integridade do indivíduo idoso. São trabalhos necessários e essenciais para fundamentar e justificar políticas públicas e ações concretas que tornem mais fáceis o cotidiano dessa parcela da população. Mas são insuficientes ao se considerar que a inclusão cidadã é um processo sempre incompleto e que assegurar determinados direitos sociais, civis e políticos é condição

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Cidadania” no XIX Encontro da Compós na UFRGS, em Porto Alegre, RS, em junho de 2011.

² Universidade Federal de Goiás. E-mail: mluisamendonca@gmail.com

necessária, mas insuficiente, para inserir, como cidadãos, todos os indivíduos de uma sociedade³.

Dados do IBGE informam sobre o aumento da longevidade no Brasil, crescimento que pode ser creditado a dois fatores complementares: a diminuição da taxa de natalidade e o aumento da expectativa de vida, graças ao avanço da ciência e da melhoria das condições de vida. Entende-se que envelhecimento e velhice não são apenas processos naturais, mas também construções históricas, sociais e culturais, em que as representações sociais não apenas definem como também apontam aos idosos os lugares sociais que lhes são destinados, determinam-lhes espaços específicos, indicam as expectativas de comportamento que deles se espera. Essa longevidade, entretanto, é experimentada diferentemente por homens e mulheres. Estudo realizado pela demógrafa Elza Berquó aponta a existência de um desequilíbrio numérico entre homens e mulheres, que tende a aumentar com o avanço da idade. Segundo a autora, essa situação resulta tanto de uma sobremortalidade masculina quanto de uma diminuição da mortalidade feminina relacionadas à gravidez e ao parto (BERQUÓ, 2006).

Essa diferença demográfica parece incidir diretamente sobre as relações afetivas e as possibilidades de construir uma vida matrimonial estável. Não sem justificativa a autora chama de “pirâmide da solidão” o gráfico com a composição das faixas etárias no Brasil. Assim, considera-se que homens e mulheres envelhecem diferentemente, mesmo que não acrescentemos a essa diferença aquelas que se originam na etnia, classe econômico-social e outras. Nessa idade as pessoas se deparam com as desvantagens estruturais e discriminações acumuladas ao longo da vida.

Assim, a partir da premissa que as representações midiáticas incidem sobre constituição das identidades, sobre os processos de subjetivação e sobre a construção de um imaginário sobre o envelhecimento, importa conhecer as representações que se fazem do processo de envelhecimento em uma sociedade em que a cultura hegemônica privilegia o jovem/ novo como naturalmente bom. (Ainda que não se pretenda realizar aqui um trabalho exclusivamente sobre mulheres, é impossível não dar-lhes maior dimensão, dada a dupla discriminação de recai sobre elas: a de gênero e a de idade.)

Valorizar as formas de representação pressupõe que o sentido de representar extrapola a interpretação política que o aproxima da delegação de poder, ou seja, de estar no lugar de

alguém, mas que se estende aos sistemas de atribuição de sentidos dos quais a produção da mídia é emblemática. Longe de retratar fielmente as coisas do mundo, a linguagem constroi a realidade no momento mesmo em que a nomeia. A linguagem não apenas nomeia o mundo; ela o institui (SODRÉ, 2003, p.32) e a realidade é, ela também, um efeito de discurso, tanto um produto da representação quanto seu ponto de partida.

Convém lembrar que a representação não é neutra, e que é preciso compreendê-la tanto a partir da posição que os indivíduos ocupam em seu meio social e cultural quanto das políticas de visibilidade que a mídia adota e que são, simultaneamente, políticas de invisibilidade, posto que implicam escolhas sobre o que vai ser mostrado e como será mostrado. Dito de outra forma, as ideias que circulam sobre determinados temas não são apenas “reflexos” da realidade; são também a expressão concreta de uma relação social que deve ser inserida em um contexto histórico que a torna compreensível.

Embora não se possa traçar limites precisos entre imagem e representação, a força afetiva e emocional da imagem faz com que incida sobre a constituição de identidades, a motivação para comportamentos e formação da subjetividade. Segundo Woodward (2007, p 17)

Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. Por exemplo, a narrativa das telenovelas e a semiótica da publicidade ajudam a construir certas identidades de gênero.

Assim, o termo representação social refere-se à elaboração de comportamentos e à comunicação entre indivíduos na vida cotidiana; são as diferentes representações socialmente construídas que permitem compreender e explicar a realidade, definir as identidades, orientar e justificar os comportamentos e as práticas sociais (SÁ: 1996). A mídia atua, nas sociedades contemporâneas, como elemento importante na construção da realidade social, em especial dos conteúdos simbólicos acerca dessa realidade e da imagem que a sociedade e os diferentes grupos sociais fazem de si mesmos e dos outros. Eles apresentam e difundem ideias, imagens e representações de uma visão de mundo que indica as maneiras adequadas de comportar, de viver, a noção do correto e do impróprio, as expectativas que se podem ter, a diferença entre o possível e o utópico, enfim, atuam, ao lado de outras instâncias, como importantes construtores das subjetividades. A forma como se é mostrado na mídia, assim como a

inexistência para a mídia, são indicadores relevantes para compreender como a sociedade reconhece seus diferentes membros e grupos.

A possibilidade e a capacidade de modelar identidades e subjetividades fazem com que os sistemas de significados fornecidos pela mídia tanto reforcem valores quanto podem levar a formação de modelos novos. Não sem razão os grupos sociais que se reconheceram como sub-representados ou representados de forma negativa trataram de colocar em suas pautas reivindicativas a transformação dos termos de representação e das políticas de visibilidade. O aspecto político da representação já é conhecido e no caso específico do envelhecimento não são muitos os trabalhos que se debruçam sobre este tema. A questão permanece atual, uma vez que mudar os termos da representação significa mudar a percepção que se tem dos fenômenos sociais.

Portanto, a observação e a análise das imagens, das representações e dos modelos são perspectivas importantes para compreender que ofertas simbólicas são difundidas sobre um determinado grupo e ofertadas para a sociedade em geral. Em trabalhos anteriores³ privilegiei o envelhecer feminino e percebi que é comum o Brasil ser identificado como um “País jovem” e que, em uma cultura que reverencia a juventude e o novo como virtudes em si mesmas, envelhecer parece caminhar na contramão da sensatez. Os chamamentos midiáticos e estéticos reforçam essa valorização e, para a mulher comum, a relação entre representação e construção de autoimagem positiva pode ser muito mais difícil. Ao homem de “meia idade” são atribuídos valores desvinculados de sua imagem física, tais como maturidade, charme, poder, sucesso financeiro. Da mulher espera-se, ao contrário, que seja sempre jovem, bela e sedutora. Afinal, “no feminino a sedução se apóia essencialmente na aparência e nas estratégias de valorização estética”. (LIPOVETSKY: 2000, p.63).

Para a antropóloga brasileira, Mirian Goldenberg (2009), na cultura brasileira é comum encontrar a supervalorização do corpo e, a partir da disseminação de determinadas práticas relacionadas à construção de um corpo desejável e em conformidade com os padrões estéticos, a expansão de determinadas práticas transformam o que é “natural”, o corpo, em um corpo distintivo: “O” corpo. Pode-se dizer que ter “o” corpo, com tudo o que ele simboliza, promove nos brasileiros uma conformidade a um estilo de vida e a um conjunto de

³Ver, em especial, *Imagens do envelhecimento: como a mídia brasileira representa a mulher de meia idade*. Trabalho apresentado no congresso da IAMCR. Braga, 2010 e *O envelhecimento feminino na mídia: quem são essas mulheres?* Fazendo gênero 9, Florianópolis, 2010.

normas de conduta, recompensada pela gratificação de pertencer a um grupo de valor superior. “O corpo“ surge como um símbolo que consagra e torna visíveis as diferenças entre os grupos sociais”. Dessa constatação pode-se inferir, além da valorização do corpo como um capital, um sentimento de exterioridade em relação a ele que se revela em afirmações como: “o corpo que eu quero ter” “o corpo que desejo para mim”. Para “adquirir” este corpo é colocado à disposição das mulheres um imenso arsenal médico-farmacêutico-químico e de práticas físicas destinadas a educá-lo, reprimi-lo, transformá-lo, rejuvenescê-lo de maneira a (tentar) enquadrá-lo nos padrões estéticos atuais. Magreza e juventude se unem como ideais de beleza e projetos de vida.

A importância de um corpo permanentemente jovem e bem modelado incide não apenas nas representações midiáticas e na construção do imaginário, como também sobre a própria subjetividade das mulheres. Pesquisas veiculadas na grande mídia apontam tanto a insatisfação das mulheres com o seu corpo, sua aparência quanto as tentativas de modificá-lo. Insatisfação que aumenta proporcionalmente à idade. E a percepção da própria aparência interfere diretamente nas relações afetivas, na autoestima e numa presumida capacidade de atração e sedução.

Mas a mídia possui também um discurso sobre o envelhecimento, ambíguo e periférico. Existe, de um lado, um discurso gerontológico que privilegia a medicalização da velhice e pretende tratá-la como um problema para o qual pode oferecer soluções. Mais, saúde, mais qualidade de vida, infinitas prescrições sobre o que convém ou não às pessoas “maduras” destinadas a encontrar ressonância em um mercado de consumo em amplo crescimento. De outro, estão as pesquisas de caráter sócioeconômico que tratam de aspectos relacionados à atividade econômica, à produtividade do idoso e aos programas de previdência e de inserção social que oneram o estado e o contribuinte. De qualquer um dos ângulos, o envelhecimento é posto como um problema: é possível resolvê-lo por meio do consumo de certos produtos, serviços e da adoção de determinados comportamentos e abandono de outros. Por outro lado, trata-se de encontrar solução para o “problema” das aposentadorias e dos gastos públicos com saúde de pessoas idosas e sem recursos para os rejuvenescimentos oferecidos pela sociedade do consumo. Não sem razão podemos lembrar que “mais do que o conflito de gerações, foi a luta de classes que deu à noção de velhice sua ambivalência” (BEAUVOIR, 1990,p.263)

Essa ambiguidade dos discursos midiáticos vai além: se por um lado aponta as possibilidades de um envelhecimento “digno” e associado ao bem-estar, por outro ela está

associada a um “estilo de vida saudável” e a uma enorme gama de procedimentos cirúrgicos, técnicos, cosméticos, destinados a retardar e combater os efeitos mais visíveis do envelhecimento. Ao mesmo tempo, verifica-se uma responsabilidade pessoal pela qualidade do próprio envelhecimento, uma “privatização da velhice” (DEBERT,1999, p.55) que considera como responsabilidade pessoal a administração da própria aparência e como sinal de lassidão qualquer deslize ou desequilíbrio entre um hedonismo e uma permissividade nas maneiras e na constante vigilância e submissão do corpo às práticas destinadas à moldá-lo, conformá-lo às exigências das modas.

Fora do alvo do mercado, que descobriu um enorme potencial de consumo de artigos e serviços destinados esse segmento, permanece a invisibilidade, a inexistência social de que a mídia é apenas o exemplo mais aparente, que coloca as pessoas, principalmente as mulheres que estão vivenciando plenamente o “processo de envelhecimento”, mas ainda não podem ser classificadas no segmento Terceira Idade, numa espécie de “limbo” social (e talvez) subjetivo com o qual, por vergonha ou medo, as mulheres relutam em se identificar. Se não podem mais se identificar com os modelos de juventude que povoam o imaginário do que seja belo e desejável, tampouco querem se identificar como velhas ou idosas. Essa “crise de identificação” remete ao reconhecimento do Outro, que segundo Alain Touraine

só pode ser reconhecido como tal se for compreendido, aceite e amado como Sujeito, como trabalho de combinação, na unidade de uma vida e de um projeto de vida, de uma acção instrumental e de uma identidade cultural que deve ser sempre destacada de formas historicamente determinadas de organização social”. (1997, p.228)

Esse Outro, nas sociedades midiáticas, não é apenas o Outro com quem se convive ou se encontra esporadicamente: o Outro é aquele que tem o poder da representação, de dizer quem é, qual a sua posição social, suas possibilidades e impedimentos. Mas o Outro é, ao mesmo tempo, aquele que exclui e o terreno em que acontece a exclusão, a arena privilegiada para articular as lutas para inserção social e reconhecimento. Para Beauvoir, (1990, p.361).

Nada nos impõe interiormente a necessidade de nos reconhecermos na imagem que nos foi fornecida pelos outros e que nos amedrontava. É por isso que é possível

recusa-la verbalmente, e recusa-la também através de nosso comportamento, sendo a própria recusa uma forma de assunção.

Entretanto, para que isso possa acontecer é preciso que exista um Sujeito capaz de lutar contra a lógica do mercado e da mídia e de rebelar-se contra as exigências de uma ordem social e cultural históricas.

Campo simbólico e transformação cultural

O reconhecimento da luta contra a discriminação da pessoa que envelhece está presente na formulação de políticas públicas, por exemplo, nas ações da Secretaria de Direitos Humanos⁴ que considera que políticas em defesa do idoso incluem também retirá-los da condição de invisibilidade e reconhecer seus direitos e obrigações no sentido de assegurar-lhes o exercício de uma cidadania plena. Isto é, a incorporação do plano simbólico nas políticas públicas é um passo importante para diminuir o estigma de que é alvo.

Para essa compreensão muito contribuíram os estudos sobre as minorias sociais, étnicas, culturais, que proliferaram na segunda metade do século passado. Contribuíram, no plano teórico, para o deslocamento da luta estritamente política de questões relativas ao exercício de direitos e a construção da cidadania da luta estritamente política para a esfera da cultura e da comunicação. Essa passagem coloca os processos simbólicos no centro mesmo dos embates, uma vez que se compreendeu que as lutas contra as desigualdades e pelos direitos são um processo que não se encerra quando certos direitos formais são obtidos, nem quando é assegurado o acesso a certos tipos de bens e serviços.

Quando se reconhece que as desigualdades e os estigmas estão inscritos também na cultura e na subjetividade, é também nessa esfera que se exerce uma violência simbólica, que, para Bourdieu (1999, p 7), é aquela “violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento”. O autor considera também que a relação de dominação de qualquer tipo é “exercida em nome de um princípio simbólico conhecido e reconhecido tanto pelo dominante quanto pelo dominado, de uma língua (ou uma maneira de falar), de um estilo de

⁴ Órgão ligado diretamente à Presidência da República.

vida (ou uma maneira de pensar, de falar ou de agir) e, mais geralmente, de uma propriedade distintiva, emblema ou estigma, dos quais o mais eficiente simbolicamente é essa propriedade corporal inteiramente arbitrária e não predicativa que é a cor da pele”. Ou o mesmo o aspecto da pele, se poderia dizer. Em qualquer dos casos, as lutas sociais, além de se travarem no campo político-legal, mostram ser tão ou mais necessárias no campo cultural. Será apenas a partir do momento em que os ganhos obtidos na conquista por direitos forem incluídos na vida cotidiana, em que comecem a fazer parte das práticas sociais e culturais dos indivíduos, que se pode reconhecer que houve, verdadeiramente, uma transformação. O campo simbólico, no qual circulam os discursos que constroem a subjetividade, é também o campo no qual se desenrola uma disputa de sentidos que é parte da luta política e de um processo cultural e histórico para a fixação dos sentidos em uma coletividade.

Novos espaços, novas possibilidades

Se a mídia hegemônica trata de maneira inadequada o envelhecimento e a velhice, abusa dos estereótipos e da percepção de que existem apenas como segmento de mercado, existe um movimento ainda pequeno, mas significativo que se volta para os interesses específicos de indivíduos em processo de envelhecimento.

Há pelo menos quatro sítios na internet que merecem ser lembrados: O Portal do Envelhecimento; o Observatório Nacional do Idoso (mantido pela Fiocruz) e o Olhe-Observatório da Longevidade (PUC/SP) e o Portal da Terceira Idade, cujo *slogan* é Informação é cidadania. Todos eles mantêm reportagens, pesquisas, programas de esclarecimento de dúvidas (a maioria das consultas giram em torno de ajudas públicas para problemas de saúde) e novas maneiras de conceber a velhice e o processo de envelhecimento. Entretanto, com exceção do Portal da Terceira Idade, são sítios direcionados prioritariamente para pesquisadores e profissionais de várias áreas do conhecimento que lidam com idosos, embora possuam *links* que possibilitam a expressão do próprio idoso.

Interessa ressaltar que as notícias podem ser postadas por qualquer pessoa interessada em contribuir para a formação de uma rede de solidariedade entre famílias, gerações, pesquisadores e formadores de opinião. A intenção é renovar concepções e práticas sociais destinadas a promover mudanças de atitudes e estimular a inclusão social e o exercício da cidadania da pessoa idosa.

Em uma outra direção existem as redes de relacionamento, das quais as duas mais populares são as salas de bate-papo “mais de 50” do UOL e o sítio Maisde50 (www.maisde50.com.br). As salas de bate-papo não fogem muito de um modelo de sociabilidade superficial e esporádica, embora haja frequentadores mais assíduos, segundo o relato da pesquisadora Sara Goldman (2002, p 4). São comuns também nessas salas, ataques e grosserias contra os “velhos”, em especial no que diz respeito à sexualidade e à aparência física, numa demonstração explícita do preconceito ainda existente.

O Maisade50 oferece reportagens e matérias assinadas por profissionais que abordam questões relacionadas ao processo de envelhecimento, como saúde, vida sexual, afetos, perdas de todos os tipos, tratamentos de saúde com uma linguagem bastante acessível e um planejamento visual muito agradável. Além disso pode-se fazer parte de uma rede de relacionamento não anônima, mediante o pagamento de uma taxa anual. Esta rede é também presencial e promove a organização de eventos e viagens em grupo. Desnecessário dizer que a presença feminina é numericamente bastante superior à masculina, numa evidente comprovação da feminização da velhice⁵.

Estes não são os únicos sítios direcionados aos indivíduos de mais de 50 anos. A Internet tornou-se também uma estratégia mercadológica para atingir esse segmento de mercado. De acordo com a PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio) divulgada pelo IBGE em setembro de 2010 mais de seis milhões de pessoas acima dos cinquenta anos acessam a Internet, ritmo de crescimento superior aos das outras faixas de idade. Complementando, a revista *Veja vida digital*, publica uma reportagem que aponta os brasileiros de meia-idade como os usuários mais ativos da Internet. Segundo o Instituto de Pesquisa Marplan, citado na matéria, 80% dos internautas com mais de cinquenta anos são pertencentes às classes A e B. Ainda na mesma reportagem é mostrado o resultado de uma pesquisa realizada pelo sítio de pesquisas www.diga-me.com.br sobre o perfil desse usuário da Internet: 100% dizem acessar a rede todos os dias; 51% já fizeram ao menos uma compra; todos possuem computador em casa e são os que possuem os melhores equipamentos. Todos esses dados são superiores aos revelados pelos usuários mais jovens.

⁵ Por não ser o foco principal neste trabalho, não se irá aprofundar nessa questão, mas não se pode deixar de mencionar que a observação dos cursos oferecidos, dos artigos postados, das indicações de como comportar-se que as tradicionais distinções entre as atividades e maneiras de ser do universo masculino e feminino são mantidas.

Não resta dúvida, portanto, que a mídia digital tem potencialidade para alterar as políticas e estratégias de visibilidade dessa parcela da população, inclusive possibilitando a autoexpressão, ou seja, a representação nos próprios termos da pessoa. Entretanto, restam a exclusão digital e a exclusão econômica como entraves para a utilização da rede como meio de expressão, de informação e de socialização. Além, obviamente, da discriminação proveniente de uma cultura em que juventude é sinônimo de beleza e de virtude, de um bem.

Velhices

É forçoso reconhecer que há diferentes formas de envelhecer e de conceber o processo de envelhecimento. A parcela da população brasileira situada acima de 50 anos, embora não possa ser considerada “velha” em sua totalidade, não pode se identificar com modos de ser próprios de faixas etárias mais jovens. Mas também é impossível pretender qualquer tipo de homogeneidade para essa faixa etária, atravessada por diferenças de ordem econômica, sociocultural e de gênero, cada qual atuando sobre os campos de possibilidades das pessoas de forma distinta. Para os indivíduos do sexo masculino das classes mais abastadas, por exemplo, envelhecer pode ser sinônimo de poder, charme, solidez econômica. Para a mulher, pode significar solidão.

Dessa forma, torna-se visível o fato de que as clivagens sociais tendem a se aprofundar nessa etapa da vida, o que leva à suposição de que também se acentua a distância entre as diferentes “velhices” experimentadas pelos indivíduos, determinada pelo poder aquisitivo e, sobretudo, pelo gênero. De todas as maneiras, as representações que se fazem na mídia tendem a homogeneizar homens e mulheres e segundo os tradicionais papéis a eles atribuídos, bem como os padrões de comportamento deles esperados.

Sabe-se que as políticas de visibilidade são, simultaneamente, políticas de invisibilidade. À medida que os modos de produção, distribuição e circulação de produtos midiáticos dirigem e educam os olhares para que as escolhas pessoais recaiam sobre determinadas formas de identificação, estas se tornam importantes referências para os processos subjetivação e construção de identidades, excluindo outras possibilidades. Os conteúdos apresentados pelos meios de comunicação sobre esses indivíduos e/ou para eles, inspiram identificações, atuam como modelos de comportamentos, apontam aqueles desejáveis, mostram o que é possível, importante, descartável; enfim, dão os parâmetros e os moldes da inclusão social. Pode-se observar também que os padrões mais recorrentes são

aqueles relacionados ao consumo de bens e serviços destinados à preservação “qualidade de vida” e da boa aparência, em que se equipara saúde com bom aspecto físico, envelhecimento dissimulado. Seguindo essa lógica, a inclusão/exclusão acontece tendo como um de seus balizadores a capacidade de consumo. É também pelo viés do consumo de determinados tipos de produtos e pela disseminação de determinadas práticas corporais que se pode avaliar as cada vez mais ousadas incursões do mundo midiático na vida dos indivíduos classificados na faixa etária dos 50 anos.

Entretanto, o que se quer frisar aqui é que não é suficiente apenas identificar e/ou criticar a forma como se é mostrado na mídia, as políticas de representação, os jogos de visibilidade/invisibilidade midiática, ainda que sejam indicadores relevantes para a compreensão do modo como a sociedade retrata, reconhece ou ignora seus diferentes membros e grupos. Além disso, as políticas de visibilidade possuem a capacidade de atribuir aos diferentes atores sociais, individuais ou coletivos, valores simbólicos e relevância social que lhes outorgam reconhecimento e legitimidade. Dessa forma, pode-se perceber a importância de se contrapor, à produção midiática hegemônica, outros conteúdos e formas alternativas de expressão no sentido de construir uma nova cultura que seja capaz de se contrapor à visão de mundo cristalizada fornecida pelos meios tradicionais.

Por suas características tecnológicas particulares, os novos meios eletrônicos parecem ser um locus privilegiado para assegurar, ao menos em tese, no momento atual, a existência de possibilidades de liberdade de expressão e autonomia aos sujeitos individuais e coletivos. Assim, de uma subjetividade modelada pelos padrões mercantis da mídia tradicional e por outras instituições sociais autoritárias, poderia haver um salto qualitativo em direção à capacidade individual de refletir sobre a própria inserção no mundo e de se sentir responsável pela condução de seu devir histórico. É óbvio que não se fala aqui daqueles idosos já de alguma forma desabilitados para essa tarefa, mas de indivíduos “em processo de envelhecimento” que possuem as condições objetivas de contribuir para as necessárias mudanças culturais. Mudanças que devem incluir a diluição das diferenças geracionais de maneira a permitir o encontro enriquecedor entre experiências diferentes. Isso não significa excluir o envelhecimento do horizonte, negá-lo como destino década um, pois excluir não é resolver. A oferta de produtos e serviços associados a estilos de vida destinados a ocultar, retardar ou disfarçar o envelhecimento é um procedimento idealista dissimulador de uma realidade mostrada como indesejável que em muito contribui para agravar o fato de que

raramente se chega à esta fase da vida sem experimentar sentimentos de rejeição, inadequação, solidão e desvalorização social.

Assim é que novos atores políticos estão convocados a incluir em sua pauta de reivindicações, agora, a transformação de práticas dominantes, a substituição de práticas tradicionais fundadas em mercantilismo e formas variadas de exclusão, por uma nova cultura, mais igualitária e democrática, capaz de forjar uma nova subjetividade. Apenas dessa maneira a conquista de direitos não se dissocia da construção cultural nem prescinde de transformações na subjetividade, tal como é moldada em nossas sociedades.

A existência desses espaços de contradiscursos embora ainda insuficientes são imprescindíveis para permitir um outro tipo de visibilidade e representação digno dos indivíduos, independentemente da idade ou da aparência física. Trata-se de vozes ainda dispersas, cujas articulações com grupos ou movimentos ainda não estão disseminadas e fortalecidas, mas revelam-se necessárias para inclusão social e simbólica desses indivíduos. Conteúdos que expressem relevância, cidadania e equivalência entre os indivíduos, apesar de suas diferenças e singularidades, são elementos-chave para inserir no imaginário coletivo representações positivas do processo de envelhecimento, dissociando o “envelhecer bem” da capacidade de recusar ou disfarçar o processo, tanto física (não parecer velho) quanto psicologicamente (sentir-se jovem). Além disso possibilitam que tornem-se sujeitos de processos de mudanças que passam, inevitavelmente, pelos discursos dos meios de comunicação. Ainda assim, a conquista de direitos sociais e culturais não é suficiente para preencher vazios existenciais e nem para recuperar a autoestimas abaladas por tantos anos de exclusão e discriminação por conta da aparência física e da idade. Mas pode propiciar a convivência generosa entre diferentes e ajudar a construir uma sociedade mais igualitária em que intercâmbios culturais sejam fonte de enriquecimento mútuo.

Referências

- BEAUVOIR, Simone. **A velhice: Realidade incômoda**. S. Paulo: DIFEL, 1990.
- BERQUÓ, E.: *Pirâmide da solidão?* In: www.cebrap.org.br/imagens acessado em 16 de outubro de 2010.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1999.
- DEBERT, Guita G. **A reinvenção da velhice**. S. Paulo: Fapesp/Edusp, 1999.
- GOLDENBERG, Mirian. **Coroas: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade**. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- _____. (org.) **O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira**. Barueri, S.P.: Estação das letras e cores, 2009.
- GOLDMAN, Sara. Internet e envelhecimento: um estudo exploratório das salas de bate-papo. www.portaldoenvelhecimento.org.br. Acessado em 6 de fevereiro de 2011.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. S. Paulo: Cia das Letras, 2000.
- TOURAINÉ, Alain. **Iguais e diferentes: poderemos viver juntos?** Lisboa, Instituto Piaget, 1997.
- WOODWARD, K.. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: SILVA, Thomaz Tadeu (org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- www.veja.abril.com.br/especiais/digital3/pesquisa.htm Acessado em 25 de janeiro de 2011.
- www.maisde50.com.br último acesso em 09/02/2011
- www.portaldoenvelhecimento.org.br último acesso em 09/02/2011
- www.observatorionacionaldoidoso.fiocruz.br último acesso em 09/02/2011
- www.portalterceridade.com.br último acesso em 09/02/2011
- www.olhe.org.br acessado em 05/02/2011