

Envelhecimento, idadismo e a invisibilidade dos idosos na mídia

Entrevista com Laura Hurd Clarke

por Maria Collier de Mendonça¹ e Gisela G. S. Castro²

Doutora em sociologia da Universidade da Colúmbia Britânica, Laura Hurd Clarke pesquisa as experiências de homens e mulheres durante o processo de envelhecimento. É autora de Facing Age: women growing older in an anti-ageing culture³ e artigos em periódicos de gerontologia social, sociologia do envelhecimento, estudos femininos e outros campos.

Esta entrevista foi conduzida em Vancouver, como parte das atividades do grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo (GRUSCCO), liderado pela prof. dra. Gisela G S Castro no PPGCOM ESPM, São Paulo e dialoga com o tema do Simpósio Internacional Comunicação, Consumo e Modos de Envelhecimento, evento que abriu a programação do COMUNICON 2016.

REVISTA CMC. Como você chegou ao assunto do envelhecimento em uma cultura anti-idade como seu tema de pesquisa?

CLARKE. Na minha infância, meus avós foram uma parte muito importante da minha vida. Quando estava na faculdade de sociologia, eu me interessei pelo tema do envelhecimento. O conceito de idadismo⁴ realmente me tocou. Quando terminei o mestrado em serviço social,

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP; Business School São Paulo Ltda, BSP, Brasil.

E-mail: mariacmendonca@gmail.com

² Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM. São Paulo, SP, Brasil.

E-mail: gcastro@espm.br

³ Rowman & Littlefield, 2010.

⁴ Preconceito que gera atitude discriminatória contra pessoas em função da idade.

trabalhei com idosos em um hospital por alguns anos. Pude ver de perto a discriminação contra as pessoas mais velhas. Essa experiência me motivou a cursar o doutorado. Fiz pesquisas qualitativas em um centro para idosos, onde investiguei experiências subjetivas dos idosos na luta contra o idadismo e a perda do seu valor social. Quando fui escrever sobre os resultados da pesquisa, só encontrei dois estudos publicados sobre o tema. Minha orientadora e eu percebemos então que este seria o tema da minha pesquisa de doutorado.

REVISTA CMC. Como foi a experiência de escrever *Facing Age*?

CLARKE. Escrever o livro foi um desafio maravilhoso. Eu era professora assistente e estava apresentando um trabalho no encontro anual da Gerontological Society of America quando conheci Tony Calasanti, pioneira nas pesquisas nessa área. Tony me convidou para escrever para a coleção “Envelhecimento e Diversidade”. Espero que tenha contribuído para o debate de forma significativa.

REVISTA CMC. Houve alguma mudança na maneira como o envelhecimento era encarado no Canadá no passado recente e na atualidade?

CLARKE. Um dos tópicos do meu livro trata do quanto mudou o significado atribuído às rugas ao longo dos anos devido à cultura de consumo e ao idadismo. Quando comecei a pesquisa de doutorado, as mulheres não falavam das rugas como falam atualmente. Hoje, tendem a reproduzir mensagens da cultura de consumo sobre a aparência envelhecida do rosto como algo indesejado e pouco atraente. Com a chegada e o crescente uso de preenchedores injetáveis, as linhas de expressão passaram a ter uma conotação ruim em função das mensagens de *marketing* dos produtos disponíveis. As pessoas internalizam tais mensagens e começam a ver e a interpretar suas rugas e o envelhecimento de seus corpos de uma forma diferente.

A pressão é crescente sobre homens e mulheres para ostentar uma aparência de juventude, emoldurada numa narrativa do envelhecimento bem-sucedido que foi adotada por gerontólogos, companhias farmacêuticas e pela cultura de consumo em escala global. Para ser bem-sucedido, você deve ter uma aparência jovem e esbelta. Não se pode demonstrar nenhum sinal de mudança no rosto com a passagem do tempo. Espera-se que você seja *ageless*: alguém sem idade definida.

Depender dos outros é hoje entendido como uma coisa ruim e aparentar a idade que se tem significa ser pouco atraente. Essas construções culturais estão se estabelecendo de maneira insidiosa, levando a que se evite a interdependência entre as pessoas e a que se enxergue o envelhecimento de uma forma cada vez mais negativa.

REVISTA CMC. Comente sobre o seu projeto atual, *Older Men, Ageism and the Body: Everyday Embodiment in Later Life*.

CLARKE. Eu havia estudado a imagem corporal das mulheres e os problemas relacionados ao ideal do corpo perfeito no corpo imperfeito. Percebi que os homens haviam sido deixados de lado, o que me levou a investigar as experiências cotidianas masculinas do envelhecimento. Comecei analisando as representações dos homens mais velhos nas revistas masculinas. Esse estudo foi publicado no *Journal of Aging Studies*.⁵ Atualmente, estou analisando as entrevistas que realizei com homens mais velhos. Os problemas relacionados à imagem corporal estão crescendo entre os homens e também os distúrbios de alimentação e o consumo de produtos de cuidados pessoais. A cultura está mudando. A pressão sobre os homens para cuidarem da aparência e buscarem o corpo ideal aumentou. O patriarcado oprime mais as mulheres, mas precisamos mudar esse sistema inteiro para todos.

⁵ Hurd Clarke, L.; Bennett, E. V.; Liu, C. Aging and masculinity: Portrayals in men's magazines. *Journal of Aging Studies*, 31(4), p. 26-33, 2014.

REVISTA CMC. Quais são as principais diferenças entre homens e mulheres no que diz respeito ao envelhecimento e ao idadismo?

CLARKE. O idadismo atinge as mulheres com maior força. Elas são mais oprimidas por questões econômicas estruturais, por exemplo. No Canadá, a camada social mais pobre é composta por mães solteiras, seguidas pelas mulheres mais velhas. Existem fatores estruturais que afetam as mulheres e resultam do idadismo. As mulheres vivem mais do que os homens e são definidas por sua aparência. Curiosamente, em minhas entrevistas recentes com homens mais velhos, eles também concluem que o idadismo é mais duro com as mulheres do que com eles próprios.

REVISTA CMC. Comente sobre a invisibilidade dos mais velhos na mídia e os estereótipos na sua representação?

CLARKE. Os homens mais velhos continuam a ser sub-representados pela mídia. As mulheres mais velhas são também altamente sub-representadas. Contudo, é interessante ver que os homens tendem a ser representados mais positivamente. Na América do Norte, de um modo geral, os adultos mais velhos têm sido representados de formas mais positivas, embora ainda estejam ausentes das produções midiáticas. Invisíveis, mas, mesmo assim, mais positivamente representados, sobretudo os homens mais velhos. Não acho que devemos subestimar o poder da invisibilidade. Este é um grande problema que eu gostaria de mudar.

Sobre as autoras

Maria Collier de Mendonça – Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (2014). Realizou estágio de doutorado sanduíche na York University, em Toronto, Canadá (2013). É pesquisadora do grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo (GRUSCCO), liderado pela prof. dra. Gisela Castro na ESPM-SP, além de professora na Business School São Paulo (BSP) e no COGEAE-PUC-SP (Semiótica Psicanalítica).

Gisela G. S. Castro – Docente e pesquisadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP, onde lidera o grupo CNPq de pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo (GRUSCCO). Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2003) e pós-doutora em Sociologia pelo Goldsmiths College (University of London, 2014), com bolsa Fapesp.

Data de submissão: 15/04/2016

Data de aceite: 20/06/2016