UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GERONTOLOGIA

PATRÍCIA DA SILVA YOKOMIZO

Envelhecimento, aparência e significados entre idosas do Brasil e da Espanha

São Paulo

2017

PATRÍCIA DA SILVA YOKOMIZO

Envelhecimento, aparência e significados entre idosas do Brasil e da Espanha

Versão original

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências pelo Programa de Pós-graduação em Gerontologia.

Área de concentração:
Processos Educativos no Envelhecimento

Orientadora:
Prof.^a Dr.^a Andrea Lopes

Apoio:
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Processos 2015/12100-5 (Bolsas no país – Mestrado) e 2016/05161-0 (Bolsa de Estágio de Pesquisa no Exterior – Mestrado)

São Paulo

2017

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

Yokomizo, Patrícia da Silva

Envelhecimento, aparência e significados entre idosas do Brasil e da Espanha / Patrícia da Silva Yokomizo ; orientadora, Andrea Lopes. – São Paulo, 2017
195 f.

Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Gerontologia, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo
Versão original

1. Idosos - Aspectos sociais - Brasil. 2. Idosos - Aspectos sociais - Espanha. 3. Velhice. 4. Envelhecimento - Espanha. 5. Envelhecimento - Brasil. 6. Mulheres. 7. Educação informal. 8. Aparência física. I. Lopes, Andrea, orient. II. Título

CDD 22.ed. – 362.60981

Nome: YOKOMIZO, Patrícia da Silva.

Título: Envelhecimento, aparência e significados entre idosas do Brasil e da Espanha

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo do Programa de Pós-Graduação em Gerontologia.

Área de Concentração:
Processos Educativos no Envelhecimento

Aprovado em: _____

Banca examinadora

Prof.^a Dr.^a _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof.^a Dr.^a _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof.^a Dr.^a _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Para todas as mulheres envolvidas nesta pesquisa.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi desenvolvido com o apoio e incentivo de muitas pessoas e instituições. De modo geral, agradeço a todos pela sensibilização com a temática e por valorizar estudos que tratam dos nossos modos de ser e viver neste mundo.

Às Universidades de São Paulo e Complutense de Madrid, especialmente à Pós-graduação em Gerontologia e à *Facultad de Ciencias de la Información*, agradeço por me ajudarem a ampliar minhas possibilidades de atuação tanto acadêmica como profissional. Obrigada também por promoverem a internacionalização do ensino e pesquisas em suas instituições.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), agradeço pela confiança e oportunidade para realizar um estudo transcultural. O apoio não apenas financeiro, mas também científico foram essenciais. Acredito que este trabalho significa muito não apenas para mim, mas também para todas as pessoas que participaram da pesquisa. Obrigada a todos os profissionais da instituição envolvidos, em especial, ao (à) parecerista, e pela FAPESP ser uma fundação que acredita e investe no potencial de estudos socioculturais.

Às equipes do Projeto Samuel Rangel e do Instituto Paulista de Geriatria e Gerontologia (IPGG), em especial à Edima, Lea, Regina e Rosa: muito obrigada pelo entusiasmo e apoio. Sou grata pelo carinho e prontidão com que receberam o projeto e articularam o contato com as participantes. Acima de tudo, agradeço pela oportunidade de conviver, trocar experiências e aprender entre pessoas tão interessantes.

A la Agencia Madrileña de Atención Social (AMAS), la organización no gubernamental Solidarios para el Desarrollo y la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (UDP), especialmente a Ana, Mabel, Inma, Álvaro, Eva, Gloria, Rosa y Carlos: gracias por la disposición y ánimo con que recibieron a la investigación. Les agradezco por toda la ayuda en comprender un poco más de la cultura española y sus mayores. Muchísimas gracias por su constante apoyo y por hacer con que me sintiera muy a gusto y bienvenida en España.

Ao grupo de pesquisa Envelhecimento, Aparência e Significados (EAPS), do qual participo há oito anos, agradeço por me colocar e direcionar nessa trajetória de investigação. Obrigada pelas valiosas trocas e pelo constante suporte, científico e emocional. É uma honra ter desenvolvido mais um projeto com esse grupo e proposta tão fascinantes.

À professora Andrea Lopes, orientadora, coordenadora do EAPS, mestre e grande amiga, com imensa gratidão: muito obrigada! Sou grata por tudo que vem me ensinando

desde a graduação, sobre diversos temas e possibilidades de contribuir com as pessoas ao nosso redor. Este trabalho é mais um grande passo que demos juntas. Obrigada pela parceria, carinho, confiança, respeito e consideração que tem comigo, com meu trabalho e minha vontade de mudar o mundo. É um privilégio trabalhar com uma pessoa tão inspiradora, íntegra e dedicada.

A la profesora Paloma Díaz Soloaga, agradezco el apoyo y la confianza desde el comienzo de la investigación. Muchísimas gracias por su amabilidad, acogimiento y todas las conversaciones y orientaciones. Gracias también por ayudarme no solo en este estudio, sino en mi carrera académica y profesional. Estoy segura de que no podría haber elegido mejor persona para hacer parte de mi formación. Soy muy agradecida por la oportunidad de haberle conocido.

A Carolina y Simone, gracias por las conversaciones, las risas y los buenos ratos que hemos pasado. Agradezco por su acogimiento, ayudándome a conocer más de España, de Madrid, de la gente de ahí y sus costumbres. ¡Qué bien haber estado entre chicas tan majas! Muchísimas gracias por su amistad (aunque yo sea Barça).

À minha família, obrigada por me incentivarem em meus projetos e possibilitarem a realização de muitas conquistas. A concretização desse mestrado não seria possível sem o constante suporte de todos vocês. Agradeço especialmente à minha mãe, uma das mulheres que inspiraram esta investigação, pelo amor, exemplo, compreensão, força e companheirismo, que me ajudaram a tornar realidade mais este grande plano.

Às queridas participantes deste estudo: obrigada pela oportunidade de conhecê-las. Agradeço por compartilharem comigo um pouco de suas vidas e aparências. Obrigada pelo aprendizado sobre o envelhecimento e pelas dicas de moda e estilo. Eu reaprendi a me ver. Muito obrigada!

A todos, tenho imensa gratidão. Espero que este trabalho possa ser útil a diversas áreas do conhecimento, não apenas à Gerontologia, Moda ou Antropologia, ampliando o leque de possibilidades de envelhecer. Também desejo que este estudo sirva ao desenvolvimento de mais pesquisas, além de produtos, serviços, espaços e papéis oferecidos às pessoas idosas em diferentes países. Muito, muito obrigada a todos!

I don't see anything so wrong with a wrinkle. It's kind of a badge of courage" – Iris Apfel
(HARPER'S BAZAAR, 2015)

RESUMO

YOKOMIZO, Patrícia da Silva. **Envelhecimento, aparência e significados entre idosas do Brasil e da Espanha**. 2017. 195 f. Dissertação (Mestrado em Gerontologia) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Versão original.

Nas últimas décadas, tem vigorado o discurso sobre a velhice como sinônimo de decadência, havendo ampla promoção de formas para combater o envelhecimento por meio do consumo de produtos e serviços que prometem juventude eterna, em especial, às mulheres. Nesse cenário, a aparência é colocada por diferentes educadores informais, principalmente as mídias e publicidade, como um recurso importante para envolvimento na vida social. **Objetivos:** investigar, caracterizar e comparar, no contexto da educação informal e do engajamento social, como idosas brasileiras e espanholas, de baixas renda e escolaridade, constroem suas aparências. **Justificativa:** possibilidade de analisar o potencial da aparência para a gestão do envelhecimento feminino em âmbito transcultural e, ainda, de elaborar um registro sobre os modos de compor o aspecto pessoal entre um público menos investigado em relação à temática. **Método:** pesquisa qualitativa, do tipo exploratória e descritiva, baseada em método etnográfico. Utilização das técnicas de observação livre e participante, conversas informais, entrevistas em profundidade, documentação e registro fotográfico. Uso de roteiro semiestruturado e caderno de campo. As participantes foram: 1) nove mulheres brasileiras e 11 espanholas de 80 anos ou mais; 2) moradoras a maior parte da vida, respectivamente, nas cidades de São Paulo e Madrid; 3) participantes da vida comunitária; 4) donas de casa na velhice; 5) de baixas renda e escolaridade; 6) sem comprometimento cognitivo. Aplicação de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. **Resultados:** constatou-se que a construção da aparência é realizada ao longo de toda vida. Tanto para brasileiras como para espanholas, os modos de compor e significar a apresentação pessoal relacionam-se com sua educação informal e seu envolvimento social. Os educadores informais mais presentes são, em especial, familiares, amigos e profissionais dos núcleos de convivência para idosos. Dentre os significados transmitidos através da aparência, para ambos grupos de participantes, os principais foram decência, naturalidade e feminilidade. Em geral, não foram notadas diferenças transculturais muito expressivas, quando se considera as variáveis idade, gênero, renda e escolaridade. **Considerações finais:** entende-se que a aparência é uma variável interessante aos estudos e ações em torno dos

modos de envelhecer e envolver-se em diferentes contextos sociais. Sugere-se prosseguir com investigações sobre a temática, relacionando-a com outras variáveis não exploradas neste estudo, como estado civil e geração, que também se mostraram pertinentes. **Apoio:** Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

Palavras-chave: Aparência. Velhice. Envelhecimento. Idosas. Educação informal. Engajamento social. Significados. Brasil. Espanha.

ABSTRACT

YOKOMIZO, Patrícia da Silva. **Aging, appearance and meanings among old women from Brazil and Spain.** 2017. 195 p. Dissertation (Master of Gerontology) – School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2017. Original version.

The discourse on old age has been in force in the last decades as a synonym with decadence, promoting widely ways to combat aging through the use of products and services that promise eternal youth, especially to women. In this context, the appearance is presented by different informal educators, mainly the media and advertising, as an important resource for engagement in social life. **Purpose:** to investigate, characterize and compare, in the context of informal education and social engagement, how Brazilian and Spanish elderly women, with low income and schooling, construct their personal appearances. **Originality/value:** analysis of the potential of appearance for the management of female aging in a cross-cultural context and elaboration of a register on the ways of composing the personal aspects among a group less investigated in relation to the theme. **Method:** qualitative, exploratory and descriptive research, based on ethnographic method. Use of free and participant observation, informal conversations, in-depth interviews, documentation and photographic records techniques. Use of semi-structured script and field notebook. The participants were: 1) nine Brazilian women and 11 Spanish women aged 80 and over; 2) living most of their lives, respectively, in São Paulo and Madrid cities; 3) participants in community life; 4) housewives in old age; 5) low income and schooling; 6) without cognitive impairment. Application of Free and Informed Consent Term. **Findings:** it was found that the construction of the appearance is accomplished throughout life. For both Brazilian and Spanish, the ways of composing and meaning personal presentation are related to their informal education and their social engagement. The most active informal educators are, in particular, family members, friends and professionals of the centers of coexistence for the elderly. Among the meanings transmitted through the appearance, for both groups, the main ones were decency, naturalness and femininity. In general, no significant transcultural differences were found considering the variables age, gender, income and schooling. **Conclusions:** it is understood that appearance is an interesting variable for studies and actions around the ways of getting older and getting involved in different social contexts.

It is suggested to continue with research on the subject, relating it to other variables not explored in this study, such as marital status and generation, which were also relevant. **Support:** São Paulo Research Foundation (FAPESP)

Keywords: Appearance. Old age. Aging. Elderly. Informal education. Social engagement. Meanings. Brazil. Spain.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: traje especial para primeira comunhão de uma participante espanhola	86
Figura 2: posturas consideradas de meninas em foto de uma participante brasileira.....	90
Figura 3: foto de uma participante espanhola que usava calças quando jovem	100
Figura 4: foto de casamento de uma participante espanhola	109
Figura 5: uma das brasileiras apresentando seu armário	115
Figura 6: presilha de cabelo de uma participante espanhola	126
Figura 7: colares de uma participante brasileira	129
Figura 8: penteado de uma espanhola, que foi ao cabeleireiro antes de participar de uma das entrevistas	148
Figura 9: participante brasileira que procura deixar combinações prontas em cabides.....	150
Figura 10: cesto, que funciona como uma espécie de bolsa, incorporado ao andador de uma das espanholas	162
Figura 11: detalhes do visual de uma das espanholas para o casamento do filho	168
Figura 12: participante brasileira com um traje que utilizava em eventos de dança do NCI que frequenta	170

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1: o fim da vida escolar	85
Ilustração 2: ser natural.....	87
Ilustração 3: roupa especial, mas decente	93
Ilustração 4: o que todo mundo está usando	97
Ilustração 5: na moda com as amigas	98
Ilustração 6: estreando a calça comprida.....	104
Ilustração 7: look versátil.....	112
Ilustração 8: modelos de penteado.....	128
Ilustração 9: estar à vontade	132
Ilustração 10: aparência para aproximar	135
Ilustração 11: aquisição a longo prazo	143
Ilustração 12: pérolas e batom para um dia especial.....	163
Ilustração 13: roupa de festa.....	167

LISTA DE PAINÉIS

Painel 1: fotos da infância da idosa que era considerada "moderninha"	89
Painel 2: algumas das participantes durante a juventude	97
Painel 3: trajes, de uma brasileira e uma espanhola, considerados femininos	100
Painel 4: fotos de brasileiras e espanholas na vida adulta.....	102
Painel 5: fotos de participantes espanholas e seus maridos em festas	108
Painel 6: fotos de participantes espanholas e seus filhos	111
Painel 7: fotos de algumas das participantes na velhice.....	114
Painel 8: variações de estampas de um mesmo modelo de camisa usado por uma brasileira ..	115
Painel 9: bolsas de participantes brasileiras	119
Painel 10: bolsas de participantes brasileiras e espanhola	120
Painel 11: broches de participantes brasileiras e espanholas.....	120
Painel 12: correntinhas usadas por participantes brasileiras e espanholas	120
Painel 13: brincos de participantes brasileiras e espanholas.....	121
Painel 14: relógios de participantes brasileiras e espanholas.....	122
Painel 15: óculos de participantes brasileiras e espanholas	122
Painel 16: sapatos de participantes brasileiras e espanholas	123
Painel 17: adornos de cabelo de participantes brasileiras e espanholas.....	127
Painel 18: colares e correntinhas de participantes brasileiras e espanholas.....	130
Painel 19: anéis de participantes brasileiras e espanholas	131
Painel 20: detalhes de óculos de participantes brasileiras	132
Painel 21: cosméticos utilizados pelas participantes do Brasil (Natura, Avon e Rugol) e da Espanha (Nivea e esmalte)	140
Painel 22: sapatos usados por brasileiras e espanholas, entendidos como confortáveis	146
Painel 23: algumas das participantes adeptas do cabelo curto e branco	155
Painel 24: mãos de participantes que usam e que não usam esmalte com frequência	156
Painel 25: colares religiosos utilizados por participantes católicas	164
Painel 26: espanholas, frequentadoras do mesmo NCI, que tinham em comum o uso de lenço no pescoço.....	166
Painel 27: participantes do Brasil e da Espanha fazendo uso de batom para sessão fotográfica da pesquisa	169

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: relação de bases e periódicos consultados por áreas de concentração eleitas para investigação	78
Quadro 2: relação de combinações de palavras-chave com termos gerontológicos selecionados	79
Quadro 3: relação de combinações de palavras-chave com os termos engajamento social e participação social	79
Quadro 4: relação de combinação de palavras-chave com os termos significativo e significado	80
Quadro 5: relação de palavras-chave com o termo educação informal	80
Quadro 6: síntese da construção da aparência na infância	95
Quadro 7: síntese da construção da aparência na juventude	102
Quadro 8: síntese da construção da aparência na vida adulta	113
Quadro 9: síntese da construção da aparência na velhice	138
Quadro 10: síntese sobre o consumo para a aparência na velhice	153
Quadro 11: síntese sobre o engajamento social através da aparência	172

APRESENTAÇÃO

A presente dissertação trata-se de uma pesquisa realizada no âmbito do Mestrado em Gerontologia da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da Universidade de São Paulo (USP). Integra o conjunto de trabalhos produzidos pelo grupo de pesquisa Envelhecimento, Aparência e Significados (EAPS), coordenado pela orientadora da investigação, a Prof.^a Dr.^a Andrea Lopes, desde 2009. O grupo compõe o Núcleo de Estudos, Pesquisa e Ensino em Gerontologia (NEPEG), parte da EACH-USP. No mestrado, localiza-se na linha de pesquisa Processos Educativos no Envelhecimento.

A discente responsável pela pesquisa é membro efetivo e co-fundadora do grupo EAPS. Também é bacharela em Têxtil e Moda pela EACH-USP. Desde a graduação e a realização do trabalho de conclusão de curso, dedica-se ao estudo da temática aparência. Tem experiência como docente e coordenadora de curso técnico no campo da Moda. A pesquisadora é ainda artista visual, com formação complementar em ilustração e fotografia.

Em se tratando de uma pesquisa de caráter transcultural, estabeleceu-se uma parceria com a Universidade Complutense de Madrid (UCM) e com a Prof.^a Dr.^a Paloma Díaz Soloaga, supervisora do estágio de pesquisa no exterior, especialista no estudo de estereótipos femininos e meios de comunicação. Em relação à coleta de dados, também contou-se com o apoio do Instituto Paulista de Geriatria e Gerontologia (IPGG), do Núcleo de Convivência para idosos Projeto Samuel Rangel, do Centro de Mayores Los Cármenes e da organização não governamental Solidarios para el Desarrollo.

De início, contava-se com auxílio financeiro da Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), em razão de primeira colocação no processo seletivo. Posteriormente, tendo em vista que a CAPES não detinha de fomento para realização de pesquisa no exterior, foi solicitado apoio a outra instituição, de forma que o estudo passou a ser integralmente financiado até sua conclusão pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) – processos: 2015/12100-5 (Bolsa no país – Mestrado); 2016/05161-0 (Bolsa de Estágio de Pesquisa no Exterior – Mestrado). As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade dos autores e não necessariamente refletem a visão da FAPESP.

Essa dissertação é composta pelas contribuições e apontamentos fornecidos pela banca de qualificação, realizada em maio de 2016. O texto está estruturado por uma introdução que apresenta a problemática gerontológica e justificativa do estudo. Em seguida, são descritos os objetivos da pesquisa, o método e os procedimentos adotados. Então, é apresentada uma etnografia organizada em três partes, as quais discorrem sobre as categorias de análise encontradas e, respectivas, discussões teóricas. Por fim, tem-se as considerações finais, limitações do estudo e referências utilizadas, além do instrumento de investigação traduzido para língua espanhola e dos Termos de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) em português e espanhol, adicionados nos apêndices.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA	20
1.1. ENVELHECIMENTO E EDUCAÇÃO INFORMAL: ENSINO E APRENDIZAGEM NA VIDA SOCIAL.....	26
1.2. APARÊNCIA: CONCEITO, ASSOCIAÇÕES E USOS.....	41
1.3. CONSTRUÇÃO DA APARÊNCIA: CONTEXTO DE IDOSAS DE BAIXAS RENDA E ESCOLARIDADE.....	47
2. OBJETIVOS.....	68
3. MÉTODO	69
3.1. TÉCNICAS ETNOGRÁFICAS.....	70
3.2. LOCAL E PROCEDIMENTOS.....	71
3.3. PARTICIPANTES	73
3.4. INSTRUMENTO E TESTE PILOTO	74
3.5. QUESTÕES ÉTICAS	76
3.6. TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS.....	76
3.7. LEVANTAMENTO E REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	77
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	83
4.1. O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA APARÊNCIA: EDUCADORES INFORMAIS, TRANSFORMAÇÕES E SIGNIFICADOS.....	83
4.1.1. Infância: berço da aparência.....	86
4.1.2. Juventude: moda <i>versus</i> tradição na aparência	95
4.1.3. Vida adulta: aparência entre a casa e o trabalho	102
4.1.4. Velhice: aparência como reflexo dos modos de envelhecer	113
4.2. ESCOLHAS E CONSUMO PARA APARÊNCIA: COMPOSIÇÃO DO ACERVO	138
4.3. APARÊNCIA POR OCASIÃO: A PERFORMANCE NO PÚBLICO E NO PRIVADO	153
4.3.1. Aparência no ambiente privado: as roupas de ficar em casa	157
4.3.2. Aparência para o público: as roupas de sair	159
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	173
6. LIMITAÇÕES DA PESQUISA	177

REFERÊNCIAS	179
APÊNDICE A. GUIÓN SEMIESTRUCTURADO DE INVESTIGACIÓN	190
APÊNDICE B. TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	192
APÊNDICE C. TÉRMINO DE CONSENTIMIENTO LIBRE Y ESCLARECIDO	194

1. INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

O envelhecimento é um processo universal que acontece ao longo do curso de vida, decorrente de características, experiências, fatos e mudanças de naturezas biopsicossociais, tanto normativas, como não normativas (NERI, 2014). O envelhecimento também é entendido como uma constante construção de si realizada a partir das próprias vivências, oportunidades e ausências, as quais vêm a delimitar e orientar a dinâmica, os comportamentos e as práticas do envelhecer (LANGEVIN, 1998).

Desde o início do século XX, quando surgiram os termos Geriatria, designando uma nova modalidade médica, e Gerontologia, como novo campo científico (NERI, 2014), a complexidade com que o envelhecimento vem sendo percebido despertou diversos interesses de investigação. Entre eles, o prolongamento da expectativa de vida e as condições para melhor vivenciar suas etapas e desafios, considerando especialmente a heterogeneidade das trajetórias e perfis (DEBERT, 2004 b), os ganhos e as perdas.

Atualmente, grande parte das sociedades se deparam com significativo aumento da expectativa de vida (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2016). Entende-se por longevos o grupo de pessoas que sobrevive por mais tempo que a média estipulada em certo período e região. Assim, o termo longevidade compreende uma relação entre a prospecção de anos de vida e o potencial de compreensão das causas de morbidade e mortalidade de um determinado contexto (NERI, 2014).

Para Camarano (2013), o fato de estarmos vivendo mais se dá pela elaboração de suportes à condição física e mental da população, além de maior participação do velho na sociedade e de respectivos ganhos socioculturais como a possibilidade de realizar atividade econômica, a gratuidade nos transportes públicos e os descontos em atrações culturais e de lazer. O aumento da expectativa de vida e a longevidade são temas discutidos por diversos autores da Gerontologia e relacionados a aspectos e interesses de diferentes campos de conhecimento e intervenção, como a Saúde, a Psicologia e as Ciências Sociais.

Além do estudo sobre o aumento da expectativa de vida, ao longo da primeira década do século XXI, pesquisas brasileiras envolvendo idosos investigaram também a autoimagem, a socialização, o tempo livre e lazer na velhice. Ainda segundo Moura e Souza (2012), o inte-

resse por esses temas visa a promoção de saúde física, social e psicológica entre os mais velhos. O alcance e manutenção desse conjunto de ganhos é considerado pelos autores como um desafio aos profissionais e indivíduos que envelhecem.

Segundo Moreira (2012), diante da expectativa de vida que hoje se alcança em diferentes partes do mundo, crescente e inédita na história da humanidade, cabe ressaltar que as condições para viver muito e bem constituem uma responsabilidade não apenas individual, mas também proveniente da oferta de recursos e oportunidades em rede, advindos da Educação, da Urbanização, da Habitação, da Saúde, do mundo do trabalho e da família. Tal observação corrobora o conceito elaborado por Debert (1999), denominado *reprivatização da velhice*, que compreende uma crítica à responsabilização pela dependência, fragilidade e estilos de vida na velhice apenas aos próprios indivíduos, culpabilizando-os, em muitos casos, por supostamente negligenciarem seus corpos e não serem capazes de envolver-se em atividades motivadoras. Nesse sentido, Baltes e Smith (2006) destacam a importância de empregar esforços coletivos e individuais no atendimento de demandas que antecedem a velhice, como forma de favorecer um equilíbrio entre perdas e ganhos que alcançam a última fase da vida, em decorrência dos modos e estilos de vida precedentes.

Recentemente e em muitas sociedades, as mulheres têm protagonizado o grupo com maior expectativa de vida (NERI, 2014). O fato engendra um conceito largamente estudado na Gerontologia, denominado feminização da velhice. De acordo com Neri (2007), no sentido sociodemográfico, a feminização da velhice envolve quatro processos correlatos: 1) a maior presença relativa de mulheres na população idosa; 2) a maior longevidade das mulheres frente aos homens; 3) o crescimento relativo do número de mulheres economicamente ativas; 4) o crescimento das mulheres como chefes de família.

Na primeira década do século 21, Baltes e Smith (2006) apontaram, em relação à população de Berlim, Alemanha, que as coortes de idosas desta localidade eram amplamente constituídas por viúvas, que viviam sozinhas ou institucionalizadas. Ainda no mesmo período, uma pesquisa brasileira da Fundação Perseu Abramo (2007) descreveu, igualmente, que entre os idosos do Brasil prevaleciam as mulheres e viúvas, neste caso, que viviam com filhos. Segundo Alonso (2015), o Censo brasileiro de 2010 aponta que a maior parte das idosas que residiam desacompanhadas se encontrava nas grandes cidades. Entende-se que esses locais dispõem de melhores e diversificados suportes sociais a esse segmento da população.

Comparativamente, para efeitos do presente estudo, também no mesmo período, dados semelhantes são apontados pela *Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España* (2012), em amplo levantamento socioeconômico e demográfico acerca dos idosos espanhóis. De acordo com a instituição, as mulheres eram maioria entre os velhos do país e, em geral, viviam sozinhas nas grandes cidades. As mais longevas frequentaram pouco as escolas em idades anteriores, especialmente pelas condições precárias consequentes do período da Guerra Civil Espanhola (1936-1939) e do regime fascista de Francisco Franco (1939-1977). Muitas não tiveram atividade profissional registrada e viviam da pensão de seus maridos.

Para Rodrigues e Justo (2009), boa parte dessa geração foi educada por meio de rígidas normas e padrões de comportamento. Os autores descrevem que, especialmente na vida de casada, estas idosas tiveram que conviver com preconceitos e desigualdades socioeconômicas, como a restrição ao mundo profissional ou à administração financeira do lar. Para os pesquisadores, isto as reduziu ao meio familiar e afazeres domésticos. Segundo Argimon et al (2011), usualmente, essa coorte de idosas se encontra influenciada por dois marcadores de identidade que podem estimular o isolamento social: 1) a idade cronológica, tratada como o avanço da decrepitude; 2) as tarefas, papéis e expectativas de gênero, que ocasionaram seu recolhimento no lar durante a maior parte da vida.

Desse modo, para Neri (2014, p. 177), “questões de gênero são fundamentais à compreensão da velhice”, posto que estão relacionadas com as diferenças entre homens e mulheres idosos no que tange a inúmeros, diversificados e complexos domínios, como estratégias de enfrentamento, papéis sociais, religiosidade, senso de autoeficácia, personalidade, autocuidado, laços sociais e relações de intimidade, entre outros. Visto em perspectiva, essas diferenças, ao longo da vida, relacionam-se e são muitas vezes fruto da influência de diversas variáveis socioeconômicas e aspectos culturais, como renda, escolaridade, valores e crenças.

Na primeira década do século XX, em um dos únicos estudos realizado com amostra nacional de idosos até o momento, Santos, Lopes e Neri (2007) apontaram que correlações socioeconômicas indicavam que a exclusão social de idosos no Brasil encontrava-se, principalmente, entre as mulheres longevas, negras, analfabetas e pobres. De acordo com as autoras, desde muito cedo, as atuais coortes de idosos estiveram expostas a uma combinação perversa da exclusão por renda, escolaridade e relações de trabalho. O advento da velhice aparece

como mais um infortúnio somado “ao vasto rol de carências a que grande parte desses brasileiros esteve exposta” (p. 78) ao longo da vida.

Para Rodrigues e Justo (2009), as condições de reclusão, desigualdade e exclusão social vivenciadas em períodos anteriores suscitam entre idosas do século XXI o desejo de explorar uma maior independência e autonomia na velhice decorrente, principalmente, da morte do marido e saída dos filhos de casa. Segundo os autores, o fato se contrapõe à ideia de maior proveito da vida durante a juventude, fase comumente associada à liberdade. Isso pode significar tornar possível “ultrapassar, justamente na velhice, as barreiras de gênero que as impediram de ter uma vida além do espaço doméstico e das obrigações de esposa e mãe” (p. 183) que, de alguma forma, as protegeram de inúmeros riscos e as ajudaram a viver mais.

Por outro lado, o estudo de Argimon et al (2011) investigou os significados de velhice atribuídos por mulheres idosas de Porto Alegre e evidenciou uma negatividade em relação ao envelhecer. As mulheres consultadas caracterizaram a velhice como um momento de solidão, baixa libido sexual, incapacidade, desesperança e declínio físico, cognitivo e estético. O efeito de discursos negativos sobre a velhice, baseados na lógica produtivista do tempo útil das pessoas e na concepção de que envelhecer é uma doença, é impactante ao ponto de, por vezes, pessoas afirmarem “sofrer de velhice” (VILHENA, NOVAES & ROSA, 2014, p. 260).

Portanto, ao vislumbrar diferentes determinantes da trajetória do envelhecimento, em especial, das mulheres, percebe-se que as formas de viver a velhice podem ser diversificadas em termos das condições materiais, dos suportes ou da visão subjetiva sobre o envelhecer (ABOIM, 2014). Em outras palavras, nesta, que é considerada a última fase do curso de vida, e em nenhuma outra fase, as experiências não são homogêneas. Transcorrem em acordo ou desacordo com variados aspectos biopsicossociais e dependem da vivência ou restrições de atribuições vinculadas ao gênero, idade, renda, escolaridade, estado civil, entre outros marcadores de diferença.

Em relação ao estudo da heterogeneidade do envelhecimento, Baltes e Smith (2006) apontam que a ciência contemporânea tem uma forte inclinação para a investigação em biociências, o que vem a caracterizar uma centralidade das temáticas de pesquisa nas enfermidades. Nesse sentido, Chow e Bai (2011) apontam que estudos têm sugerido que o bem envelhecer se daria através de: melhor memória e audição; menor chance de doenças cardio-

vasculares; menos sintomas depressivos; caminhar mais rápido; forte vontade de viver; e melhor sobrevida ao longo do tempo. Tais considerações vêm a configurar uma visão não apenas biológica como também psicológica do curso de vida, porém deixa à margem fatores de ordem sociocultural que, da mesma forma, se relacionam às compreensões e percepções do envelhecimento e suas dinâmicas.

Os estudos das enfermidades e perdas que acometem os idosos são importantes, certamente, e não devem ser desmerecidos. A crítica e desafio são como pensar a complexidade, sem sobrepor hierarquicamente os determinantes envolvidos. Corroborando a proposta de Baltes e Smith (2006), em abordar perdas e também ganhos da velhice, coloca-se que é preciso dar atenção às constantes associações entre o avanço da idade e problemas, especialmente, de saúde. Trata-se, igualmente, de contemplar e investigar outros âmbitos do envelhecimento e da velhice para que não se resulte em papéis, espaços e imagens pré-determinadas, reducionistas, limitadas, excludentes e, possivelmente, apenas pejorativas e/ou positivadas dos mais velhos (ARGIMON et al, 2011).

Para Langevin (1998) as conotações negativas ou positivas sobre a velhice são passíveis de modificação e expressam relações sociais, valores e crenças que dominam determinada sociedade. A autora considera que as imagens de declínio e decrepitude do fim do curso de vida estavam fortemente presentes nas mentalidades de diferentes culturas do final do século XX, de forma que, neste período, segundo Cohen (1998), diversas literaturas científicas utilizavam um tom apocalíptico ao tratar sobre o envelhecimento. Tais desafios podem impedir a complexidade de abordagens mais complexas.

Além do declínio da saúde e da vitalidade física, para Aboim (2014) constituem temas privilegiados de análise da pessoa velha as condições materiais, a transição para a aposentadoria, a sexualidade, o isolamento familiar e social, entre outros aspectos psicosociais que tratam de dimensões da vida controladas por sistemas públicos de regulação etária. No caso da velhice avançada, no início do século XXI, Baltes e Smith (2006) apontaram que os dados científicos realçavam mais as perdas que os ganhos nas perspectivas de sobrevivência na longevidade. Desse modo, “a profusão de enunciados pedagógicos, no campo das práticas, que objetivariam uma melhor adaptação às chamadas perdas da velhice, acabam por ressaltá-las” (VILHENA, NOVAES & ROSA, 2014, p. 260). Ao expandir a discussão para a abordagem de ques-

tões sobre saúde e doenças, Patricio et al (2008) colocam que é necessário considerar os diversos componentes do envelhecimento, que interagem e são interdependentes, de forma que sejam incorporados aos estudos biomédicos os aspectos socioambientais e vice-versa.

Em sociedades capitalistas, segundo Delboni et al (2013), o velho, em geral, perde valor social ao passo que detém de relativo menor poder na produção e no consumo de bens. Para Featherstone (1998), é a partir das perdas do controle sobre o corpo e da capacidade de seguir uma conduta considerada jovem que ocorre a estigmatização e desvalorização das pessoas que passam a ser entendidas como velhas. Para esse autor, a imagem proposta pela aposentadoria dita ativa, que prevê a manutenção do corpo em acordo com um modelo jovial, é fruto da cultura de consumo e acessível a certos grupos, que dispõem de tempo e dinheiro para adquirir esta fórmula de inserção social. Desse modo, é nesse sistema econômico, que a velhice vem a ser percebida como fonte de recursos *versus* de ônus. No amplo escopo desse tipo de sociedade e das relações sociais que engendra, as velhices devem ser pensadas em sua integralidade.

Delboni et al (2013) afirmam que enquanto no Oriente o idoso possui maior valor e respeito por sua experiência e sabedoria, no Ocidente, supostamente mais inserido na cultura de consumo, é sinônimo de perda das capacidades e da beleza. No entanto, Chow e Bai (2011) colocam que, com a modernização, a China, por exemplo, tem vivenciado a queda de valores tradicionais, como o respeito ao velho, fato que afirmam ocorrer também em outras sociedades orientais.

Mediante esse debate, percebe-se que a própria literatura científica consultada explicita diferentes perspectivas quanto a performance da velhice e seu status em determinadas culturas. Torna-se necessária, assim, atenção aos valores vigentes em determinados contextos e períodos históricos e também às típicas caracterizações ou generalizações estabelecidas quando se pensa o paradigma da heterogeneidade e universo simbólico.

Cohen (1998), em investigação sobre o cenário da Gerontologia na Índia no final do século XX, observou forte tendência em valorizar o conhecimento estrangeiro, especialmente norte-americano, em detrimento da cultura local, de modo que não se consideravam definições alternativas para a velhice e o envelhecimento. Nesse contexto, o autor reforça a necessidade de atentar para a obsessiva negação das diferenças, especialmente socioculturais, uma vez que implica na dissolução das diferentes maneiras de vivenciar o curso de vida.

Dessa forma, cabe investigar mais sobre os *modus operandi* do envelhecimento e da velhice em sua complexidade, através, inclusive, dos demais recursos de gestão do curso de vida, tais como gênero, educação, relações sociais e familiares, participação social, entre outros aspectos socioculturais e emocionais. O estudo de variados fatores relacionados às estratégias e modos de envelhecer é interessante à medida que favorece o reconhecimento da heterogeneidade do envelhecimento e possibilita levantar os seus sentidos e a relevância de múltiplas variáveis neste processo, em diferentes tempos e contextos, especialmente quando relacionadas.

A Educação, em suas diferentes modalidades, é um dos cenários em que são abordados e difundidos modos e estratégias de envelhecer. Recurso social cada vez mais central e institucionalizado, compreende distintas formas de aprendizado para e na vida em sociedade. Vem a constituir, assim, um importante contexto relacional no que tange à investigação a respeito da construção simbólica de significados e papéis que podem proporcionar engajamento ou isolamento social ao longo da vida.

1.1. ENVELHECIMENTO E EDUCAÇÃO INFORMAL: ENSINO E APRENDIZAGEM NA VIDA SOCIAL

Atualmente, em relação aos recursos disponíveis para participação social do idoso, o Brasil e a Espanha contam com serviços de suporte e atenção, tais como núcleos de convivência, Universidades Abertas à Terceira Idade, oportunidades de ação voluntária, entre outros. Apesar dos prejuízos sociais associados às mulheres velhas, são elas que têm ocupado de modo incisivo esses espaços. O fato ocorre não só por serem maioria na velhice, mas porque, com frequência, tais espaços ofertam atividades consideradas tradicionalmente femininas pelas atuais coortes de velhos. É comum a estes meios a intenção de proporcionar um ambiente de convívio e interação, fortalecendo a socialização na velhice (DEBERT, 2010), além da educação para o envelhecimento. Mesmo assim, Neri (2014) chama a atenção que, em termos de políticas sociais, sobretudo em países onde a desigualdade ainda prevalece, questões da velhice precisarão coexistir com soluções estruturais, visando combater a pobreza, desemprego e exclusão. Tais fatores configuram desafios e demandas que os próprios idosos se encontram envolvidos.

Um dos mecanismos de gestão do envelhecimento, que administra questões acerca da vida em sociedade, é a Educação. Esta é dividida em três modalidades: 1) a formal, que compreende o sistema de ensino oficial e obrigatório; 2) a não-formal, que abrange e organiza conteúdos também trabalhados na modalidade formal, porém de maneira mais flexível e menos rígida, não fornecendo graus ou diplomas oficiais; 3) e a informal, que não é organizada e ocorre durante toda vida de acordo com as relações sociais mais espontâneas, sendo fruto especialmente dos meios de comunicação, leitura, família, amigos, igreja e/ou vizinhos (PINHEIRO, 2009; GOHN, 2006, GASPAR, 2002).

Para Dib (1988), a educação informal complementa as demais modalidades com conteúdos que são aprendidos ao longo da vida de modo não sistemático. Geralmente, neste âmbito, não há controle das ações educativas realizadas. Em acréscimo, Gaspar (2002) coloca que a educação informal ocorre por meio de interações socioculturais, procedendo, muitas vezes, sem que seus participantes tenham consciência deste processo cotidiano. Segundo a atual política de envelhecimento ativo formulada pelo *International Longevity Centre – Brasil (ILC-Brasil)*, a aprendizagem informal ou experiencial ocorre em todas as idades e em diversos cenários, especialmente em casa, no trabalho e nas atividades de lazer (CENTRO INTERNACIONAL DE LONGEVIDADE, 2015).

De acordo com Vitorino, Miranda e Witter (2012) a educação informal era o modo de aprendizagem das sociedades primitivas. Nestas, o conhecimento era passado de pais para filhos e tinha como objetivo preparar as novas gerações para sobreviver, reunir grupos e organizar a vida social. Mais adiante, a educação dos indivíduos passou a ser dividida e institucionalizada, ficando para as escolas o ensino sobre os padrões e demandas básicas da sociedade, enquanto para as famílias caberia a formação moral, ética e religiosa.

Em relação aos espaços educativos, Gohn (2006) descreve que, no caso informal, estes são demarcados por referências como nacionalidade, localidade, idade, sexo, religião e etnia. Para a autora, a educação informal serve, principalmente, à socialização dos indivíduos, desenvolvendo hábitos, atitudes, comportamentos, modos de pensar e se expressar em acordo com valores e crenças de grupos que se frequenta ou pertença. Assim, a educação informal compreende diversos recursos e agentes que ensinam sobre a vida em sociedade, o pertencimento e os modos de inserção e isolamento social.

Embora em diferentes campos do conhecimento sejam encontrados estudos relacionados às mídias, à família ou aos amigos, poucos definem ou identificam a modalidade. Talvez, em parte, pelo subjacente reconhecimento de que a educação ocorre também na informalidade ou, ainda, por não haver abrangente levantamento e estudos de todos os possíveis educadores e educandos do cotidiano, se é que essa dicotomia existe.

Para Gohn (2006), os métodos básicos da educação informal são a vivência e a reprodução do conhecimento que se tem, bem como dos modos como as informações foram apreendidas e codificadas. No estudo de Elias e Scotson (2000), que analisaram uma pequena região da Inglaterra e como se estabeleciam ou marginalizavam os indivíduos da localidade, os autores apontam que a fofoca, por exemplo, pode constituir um forte mecanismo para a discriminação, no caso, dos residentes e bairros. Os mexericos, feitos a partir de encontros informais com amigos ou familiares, funcionaram como um ensinamento não convencional sobre os papéis, normas, expectativas, punições, comportamentos e alocação de cada indivíduo no referido espaço.

A educação sobre regras, posturas e atribuições sociais também pode ser encontrada nos diferentes tipos de mídias. De acordo com Martins e Martins (2016), as mídias ou meios de comunicação são ferramentas de difusão de informações e mensagens. As autoras descrevem que esses recursos são geridos pela indústria cultural e, ao longo de anos, vêm transformando comportamentos individuais e formas de socialização. Nesse sentido, Monteleone, Witter e Gama (2015) destacam a grande responsabilidade conferida às mídias, tendo em vista seu potencial para influenciar opiniões e atitudes, não somente da população leiga, mas também de profissionais.

Em relação ao envelhecimento, a *Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España*, que investigou como o aumento da expectativa de vida e o progressivo envelhecimento da população eram tratados por diferentes mídias espanholas, descrevem que, em geral, tais temas alternam entre dois opostos: 1) o da conquista e 2) o do problema social. (UNIÓN DEMOCRÁTICA DE PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE ESPAÑA, 2009). A conquista dizia respeito à população do país viver cada vez mais, principalmente as mulheres. Quanto ao problema social, eram tratadas as condições precárias ou de dependência na velhice. Ainda organizou-se uma discussão sobre o pagamento de aposentadoria a tantos idosos, tendo em vista

que o número de jovens e adultos trabalhadores para manter a previdência era cada vez menor.

Delboni et al (2013) apontam que os meios de comunicação têm propagado a visão de decadência do velho e do consumo como conquista de valor e apreciação do status em torno do conceito de *juventude eterna*. Nesse contexto, os autores afirmam que a estética juvenil vem ganhando significativo espaço à medida que se relaciona com a “garantia de felicidade” (p. 204).

Segundo Ferreira et al (2014 b) e Monteleone, Witter e Gama (2015) diversas mídias são atualmente mediadoras da adesão cada vez maior do idoso ao universo do consumo, dispondo possibilidades e formas de associação, uma vez que, em geral, criam e apresentam um compromisso com uma imagem mais jovem e vigorosa. Assim, o idoso, visto como segmento homogêneo, vem despontando como um público potente para o mercado de diversos produtos. No entanto, os autores colocam que o olhar para o velho na atualidade ocorre mais devido a seu rendimento seguro, o que vem a torná-lo protagonista em ações mercadológicas, do que propriamente à promoção de bem-estar e atendimento as suas demandas específicas e variadas.

Entre as décadas de 1970 e 1990 ocorreram significativas mudanças nas representações do velho na televisão e na publicidade brasileira. Até a década de 1980, os idosos detinham de pouco espaço nos meios de comunicação, tendo em vista a larga adesão ao culto da jovialidade. Quando surgiam nesses meios, eram representados essencialmente pela ênfase em estereótipos de dependência física e afetiva, insegurança e isolamento social. Foi a partir dos anos 1990 que, gradativamente, a participação do velho na mídia cresceu e com o uso de imagens mais positivas, tais como de símbolo de poder, riqueza, perspicácia e prestígio social. Ainda de acordo com Ferreira et al (2014 b), o fato relaciona-se ao cenário da economia, ao aumento da população idosa e aos consumidores da dita terceira idade. Em acréscimo, Debert (2003) coloca que o sexismo está presente nos estereótipos positivados e criados em torno da velhice, posto que em imagens apresentadas pela publicidade os homens, em geral, ocupam as posições de poder, enquanto as mulheres desempenham papéis secundários.

Em relação à terceira idade, a publicidade tem assimilado o termo como distintivo de um público idoso cujos valores e práticas são subversivos, que procuram competir com e pelos papéis e posições, até então, atribuídos exclusivamente aos jovens (FERREIRA et al, 2014 b).

Para Debert (2004 a), o termo terceira idade foi criado para substituir as ideias negativas em torno da velhice, especialmente no mercado, oferecendo um quadro mais positivo do envelhecimento e possibilitando a abertura de espaços para novas experiências, antes próprias apenas da juventude.

De acordo com Malheiros Junior e Freitas (2012), a velhice, que outrora foi concebida como período de sucessivas perdas, passou a ser entendida como um momento a ser aproveitado com a introdução do conceito de terceira idade. Para os autores, os discursos de diversos meios midiáticos têm reforçado a adesão de práticas para rejuvenescimento, características do referido modelo de velhice, como uma forma de inserção social. A mentalidade construída acerca da terceira idade implica, assim, na formação de uma relação dicotômica entre idosos que conseguem e querem aderir a este ideal positivado e os que não participam deste grupo, ou seja, os entendidos como velhos, seja por falta de acesso ou identificação.

Para Monteleone, Witter e Gama (2015) a publicidade apresenta o consumo como uma promessa de distinção e, ao mesmo tempo, participação, de forma que “o consumidor utiliza o produto para se sentir especial e único e, ao mesmo tempo, o consome porque outros estão consumindo, fazendo assim parte de um grupo” (p. 932). Em estudo de edições da revista *Veja* dos anos de 2004 e 2014, com análise de 127 imagens de idosos, os autores observaram a existência de uma dualidade nos anúncios publicitários: o idoso equiparado ao jovem por meio do consumo em oposição ao velho estigmatizado, figura a ser evitada através de tratamentos estéticos antienvelhecimento. Nas imagens investigadas, enfatizava-se o idoso ainda envolvido em atividades produtivas. Notou-se um mascaramento e idealização de estados físicos e funcionais de idosos com o fim de gerar interesse mercadológico por diversos produtos e serviços. Os pesquisadores concluem que, em razão do valor conferido à inserção no mundo profissional, o qual, geralmente, requer boas condições de saúde, disposição e vigor, a publicidade tem omitido e fantasiado realidades da velhice que não pertencem aos preceitos do mercado de trabalho produtivista.

Para Dias, Paúl e Watanabe (2014) é necessário observar que muitas das construções sociais relativas ao declínio e à finitude “parecem ser naturalizadas e associadas à velhice” (p. 141). Os autores realizaram uma análise de comentários divulgados nas mídias em relação ao filme francês *Amour* (2012) e à notícia sobre o suicídio de Walmor Chagas (2013). Percebeu-se que as representações da velhice, quando associadas à ideia de sofrimento e dependência

irreversíveis, são argumentos que justificam a morte dos mais velhos como saída digna e sensata.

Em relação ao cinema, Domínguez (2013) coloca que a produção cinematográfica pode, também, operar como um recurso de intervenção psicossocial interessante ao tratamento e rompimento de preconceitos sobre o idoso e outros grupos sociais. Para Santana e Belchior (2013), o cinema auxilia na construção de críticas sobre a realidade e pode favorecer a heterogeneidade de papéis socialmente atribuídos ao velho.

Domínguez (2013) investigou as imagens de envelhecimento ativo encontradas em todos os filmes lançados mundialmente no ano de 2012. Das 359 produções cinematográficas do período, apenas 15 estabeleciam alguma relação com idosos, sendo a maioria originária dos Estados Unidos e Espanha (cinco cada). Foi percebido um maior interesse pelo tema do envelhecimento e da velhice no cinema europeu. Das atividades desempenhadas por idosos nos filmes, a menos presente é a sexual; enquanto as mais destacadas, segundo a autora, são comumente atribuídas à velhice (baile, caminhada, natação, pesca e bocha) e reforçam estereótipos ao supor um rol limitado de atividades que os velhos podem desempenhar. Domínguez coloca, ainda, que as projeções se dividem entre o cômico e o dramático e que, nesse contexto, o humor e o olhar positivo por vezes ajudam a “potencializar um espírito crítico onde os preconceitos possam ser valorizados sem culpa, com uma distância facilitadora” (p. 24).

Ainda sobre o cinema, Santana e Belchior (2013) analisaram filmes lançados entre os anos de 2000 e 2012 no Brasil que tinham como protagonista um personagem velho. A respeito das principais vivências do processo de envelhecimento e dos modos de viver a velhice, são abordados a falta de projetos de vida, a frustração pela não realização de sonhos e as dificuldades frente às mudanças e perdas.

Por outro lado, segundo Omelczuk e Monteiro (2014), encontra-se também um olhar mais atual e ressignificado, distante dos estereótipos clássicos, na produção cinematográfica franco-alemã *E se vivêssemos todos juntos* (2012). Para os pesquisadores, o filme apresenta o modo como os idosos, por eles mesmos, vivem a sexualidade e convivem com as transformações físicas, psicológicas e afetivas.

Já no universo dos seriados de televisão (TV), amplamente protagonizados por jovens, Mascio (2013) comenta que a construção e segregação de personagens ocorrem através dos

figurinos. A autora explica que, nas séries televisivas, a roupa define o destaque e o pertencimento (ou exclusão) a um grupo da trama e é a partir dela que o público elege seus ícones de estilo a serem seguidos e copiados para a vida real. Em outras palavras, o figurino dos personagens deve valorizar a produção de TV e, ao mesmo tempo, produzir um efeito de realidade, que permita ao espectador tomar a série como veículo de inspiração e instrução para a compor a própria aparência. E neste cenário, os velhos, que pouco aparecem, são menos requisitados como referências, ficando para os mais jovens o papel de modelo a ser seguido.

Em relação às revistas, Cristófol-Rodríguez e Méndiz-Noguero (2015) sinalizam que o conteúdo informativo de tais publicações tem se relacionado estreitamente com os interesses da publicidade, a fim de apresentar realidades palpáveis por meio do consumo. Os autores mencionam a criação, no âmbito da língua espanhola, de termos como *publirreportaje*, que consiste em uma mistura de publicidade e reportagem informativa, e *edutainment*, combinação entre educação e entretenimento. Em um estudo de revistas femininas da Espanha, os referidos pesquisadores perceberam uma forte presença das marcas de moda nestes veículos. Estas, segundo eles, necessitam desse tipo de mídia para difundir não apenas seus produtos, mas também seus valores, símbolos e ícones. As revistas, por outro lado, dependem do investimento publicitário para circular. Do espaço ocupado pela publicidade nas publicações consultadas, a maior parte advém do setor de Moda (68 %), seguido pelo da Beleza (22,14 %). Nota-se, ainda, que a adesão das marcas ocorre segundo o perfil econômico e da faixa etária do leitor alvo – em geral, de classe média ou alta e no máximo de meia idade.

A respeito de imagens difundidas por anunciantes de marcas de moda, Collete (2015) realizou um estudo sobre o uso da figura sexualizada da personagem bíblica Eva pela publicidade em revistas de moda. A autora explica que a caracterização é uma ferramenta poderosa para incitar a imaginação dos leitores, que podem visualizar os personagens como pessoas reais e imaginar-se como um deles. No caso, a constante construção de uma imagem erotizada de Eva, como uma mulher indiscutivelmente desejável, pretende a venda de variados produtos de moda e beleza e de um conceito de feminilidade. Nos anúncios consultados, as mulheres que retratam Eva são jovens e têm seus corpos bastante expostos, na intenção de criar uma imagem de objeto de desejo sexual. Collete defende que a publicidade não cria, mas sim redireciona necessidades e desejos preexistentes. Segundo ela, trata-se de “um espelho dos

nossos próprios valores culturais” (p. 10) e, por isso, compreende-se, facilmente e muitas vezes sem crítica, as mensagens transmitidas pelos anúncios.

Mais além, nos discursos publicitários, Brown (2015) comenta o paradigma da falsa publicidade em um estudo sobre a manipulação de imagens e sua regulamentação, especialmente nos Estados Unidos. A autora levanta a questão da busca pela perfeição inatingível nas fotografias dos anúncios. Brown comenta, ainda, que no Brasil houve uma tentativa sem sucesso de anexar por lei o aviso “atenção: imagem retocada para alterar a aparência física da pessoa retratada” (p. 93) em anúncios publicitários. Em Israel, as propagandas foram regulamentadas quanto às mudanças produzidas por computação gráfica e Índice de Massa Corpórea (IMC) limiar, a fim de garantir modelos de imagem saudável. Em reconhecimento do caráter instrutivo das propagandas, a autora considera que estas devem ser responsabilizadas por enganar consumidores sobre benefícios de um produto e induzi-los a um erro, como o de acreditar em uma imagem irreal e, portanto, inalcançável.

Dessa forma, entende-se que as mídias são agentes sociais informais presentes e cada vez mais relevantes à educação, aos processos de ensino e aprendizagem próprio das relações cotidianas. No cinema, em jornais ou revistas, dentre outros meios de comunicação, é possível perceber o potencial de tais veículos para legitimar comportamentos, discursos e ações (SANTANA & BELCHIOR, 2013), reais ou imaginadas, para o bem ou para o mal, em termos de promoção da exclusão ou inclusão social.

Nesse sentido, Côrte (2013) considera importante reconhecer que os meios de comunicação, embora muitas vezes criticados negativamente por pesquisadores e mesmo pelo público, servem também para denúncias, campanhas e mobilizações da população, inclusive no que tange ao idoso. Em estudo do contexto brasileiro, a autora aponta exemplos positivos transmitidos em telenovelas nacionais que abordaram temas relevantes, como a violência doméstica, a importância das campanhas de saúde e passe livre da pessoa idosa no transporte público. Para Côrte, quando bem utilizada, as mídias podem contribuir com a diminuição de atitudes discriminatórias em relação aos idosos e ao “longeviver” (p. 10) e, ainda, “ser benéfica na informação e formação de novos conceitos que sejam base de uma vida mais digna para todos” (p. 7).

Em síntese, no levantamento e a revisão de literatura científica realizados, obteve-se que, dos possíveis agentes da educação informal, os mais estudados são as mídias. Nota-se

que os meios de comunicação constituem alvo de interesse de diferentes áreas do conhecimento. Em razão de seu potencial na atualidade para envolver, conceituar e transformar, positiva ou negativamente, o pensamento sobre questões envolvendo públicos diversos, é centro também de árduas críticas pela propagação de imagens reducionistas, idealizadas e preconceituosas, especialmente do velho. No entanto, percebe-se autores que relativizam seu caráter manipulador e mercantilista, ampliando o debate. Ainda, nota-se que as mídias, se comparadas às produções científicas, muitas vezes, problematizam mais prontamente e com maior comoção questões da velhice e do envelhecimento, além de elaborar conteúdos em formatos mais acessíveis a diferentes camadas da população.

Embora as mídias sejam as mais discutidas pelos estudos levantados, recentes trabalhos científicos também apontam outros possíveis e influentes agentes da educação informal. As políticas públicas, por exemplo, segundo Vasconcelos e Seffner (2015) também constituem um “território de ensino” (p. 284). No caso das políticas de saúde, os autores comentam que estas funcionam como uma forma de educação dos corpos, realizada por meio de práticas pedagógicas formais e informais, que buscam inscrever identidades, formas e limites no alcance de um ideal corporal.

De acordo com Góis Junior e Silva (2016), no final do século XIX e início do século XX, no Brasil, a fim de prevenir e controlar epidemias, foi introduzida a educação higiênica no currículo de instituições escolares. Segundo os pesquisadores, o interesse pela educação do corpo era tamanho que foram realizados altos investimentos no ensino sobre saúde e higiene. Médicos, enfermeiras, dentistas e professores de ginástica passaram a integrar o ambiente de escolas, que contavam ainda com o crescente oferecimento de educação física. Com a diversidade de educadores, surgiram confrontos entre perspectivas ensinadas tanto nas escolas como em ambientes informais, como a família e a religião, gerando centenas de hibridismos na formação sobre o cuidado do corpo.

A família também configura um papel reconhecido na educação informal, talvez menos investigada em termos de educação para o envelhecimento e velhice como as mídias. Elias e Scotson (2000) apontam que no meio familiar ocorre a aprendizagem de valores sociais, como a decência e a moral. Neste estudo sobre formas de pertencimento e exclusão social em uma pequena cidade do Reino Unido, conforme já citado, os autores verificam que os ensinamentos transmitidos através de gerações visavam fortalecer a identidade e o status das famílias e

seus membros. Além disso, a aprendizagem informal tinha em vista manter, ao longo dos tempos, as dinâmicas de discriminação de grupos superiores e inferiores. A instrução sobre os espaços e papéis sociais era introduzida a partir da infância, de forma que os códigos de conduta, baseados nas tradições locais, se aprendia desde cedo.

Ademais da família, as relações de amizade também podem ser vistas como possíveis educadoras informais para o engajamento social. Em um recente estudo sobre o Tinder, rede virtual para relacionamentos amorosos, Beleli (2015) apresenta o uso deste recurso e a construção de visibilidade por mulheres entre 35 e 48 anos que buscam um parceiro. Segundo a autora, as entrevistadas tomaram conhecimento do aplicativo através de mídias e das amigas. Para aprender performances que lhe conferissem um relacionamento duradouro, recorreram também a livros de autoajuda. Neste outro recurso de educação informal, dentre outras lições, se ensinava que o intercuro sexual no primeiro encontro é proibitivo para o alcance de um compromisso afetivo.

Em relação à visibilidade, as entrevistadas comentam que, tanto para elas quanto para os possíveis parceiros, a apresentação fotográfica é muito importante no estabelecimento dos *matches* (encontros). Da mesma forma, as fotos são relevantes ao entendimento dos interesses e do investimento realizado para uma relação. De acordo com as participantes, um bom perfil do Tinder compreende fotografias tecnicamente bem produzidas, que demonstrem um cenário atraente e condizente com a personalidade do retratado, além de um trato fino na aparência pessoal. Por fim, Beleli conclui que a escolha de parceiros ocorre também por meio de atributos associados à compatibilidade econômica, educacional e cultural.

Gomes e Lopes (2014) e Henning (2014) tratam igualmente sobre como se dão as relações e trocas que se estabelecem nas redes virtuais homossexuais masculinas, em termos de relacionamentos de amizade e homoerotismo. Os pesquisadores exploram como os modelos entendidos como positivos de envelhecimento impactam nesse universo e na composição da aparência, delineando as subseqüentes categorias organizadoras das diferenças. Estas, por sua vez, sustentam formas de educar para negociar e ocupar diferentes espaços, performances e papéis sociais entre os homens mais velhos, especialmente nas relações intergeracionais homoafetivas que estabelecem a partir do ambiente virtual.

Assim, os estudos levantados demonstram que os meios de comunicação, a publicidade, as políticas públicas, os amigos, a leitura e a família são relevantes à construção de papéis, espaços, visibilidade e integração social. Contudo, é importante retomar que existem outros inúmeros possíveis educadores informais a serem reconhecidos e investigados em termos de sua influência sobre diferentes públicos.

Nesta perspectiva, a educação informal trata-se, em síntese, de um conjunto de agentes e ensinamentos que vão além dos currículos institucionais e dizem respeito à vivência e trocas em sociedade. Pode-se dizer, ainda, que esta modalidade de ensino e aprendizagem é formulada a partir das relações, códigos e valores socioculturais e, uma vez que depende desse tipo de experiência, aponta o nível de inserção ou exclusão de um indivíduo em determinada cultura. Goffman (1985) reforça esse argumento, ao apontar que as expressões individuais, sejam gestos, falas ou mesmo roupas, são influenciadas pelas relações estabelecidas no cotidiano. Em outras palavras, a educação informal caracteriza um contexto em que podem ser investigadas formas de estabelecer ou não oportunidades de engajamento social ao longo da vida.

Embora ainda não possua uma definição clara e unânime, o termo engajamento social pode ser entendido como “participar de atividade social e interagir com o outro, sejam indivíduos ou instituições e coletivos de diversos níveis, como a família e os amigos, gerando transformação e produção de sentido” (ARAÚJO & LOPES, 2013). Considera-se que seu estabelecimento desempenha papel importante ao longo do processo de envelhecimento, pois propicia sentimento de pertencimento e é capaz de atribuir significados e valores a uma pessoa e sua vida ao longo do tempo (RUBINHO & LOPES, 2014).

A política do envelhecimento ativo formulada pelo ILC-Brasil (CENTRO INTERNACIONAL DE LONGEVIDADE, 2015) aponta quatro pilares de promoção da resiliência ao longo da vida, sendo: 1) saúde; 2) aprendizagem ao longo da vida; 3) participação; 4) segurança/proteção. Em relação a participação, coloca-se que esta é proporcionada por meio do engajamento a causas sociais, cívicas, recreativas, culturais, intelectuais ou espirituais, que venham a conferir significado à vida de uma pessoa e, assim, promova um sentimento de realização e pertencimento.

Sobre a aprendizagem ao longo da vida, a política do envelhecimento ativo considera que a informação é a chave para o envelhecimento ativo e o pilar que sustenta todos os outros, pois instrui, especialmente, para a manutenção da saúde, a relevância e o engajamento na sociedade. A informação confere, assim, poder de decisão e segurança pessoal, sendo essencial para promover o bem-estar a um indivíduo (CENTRO INTERNACIONAL DE LONGEVIDADE, 2015).

No caso da velhice e do envelhecimento, considerando o recorrente debate sobre o restrito e dicotômico escopo de imagens propagado através da educação informal, nota-se, no entanto, que pouco se sabe sobre o acesso e apropriação de ensinamentos informais pelo próprio velho e a partir dele. Em outras palavras, sabe-se que cotidianamente são divulgados conteúdos desfavoráveis, alguns outros mais favoráveis, sobre o idoso e que diferentes agentes informais detêm de relevância na confirmação destes retratos, bem como no ensinamento de maneiras para evitá-los ou defendê-los. Porém, carece-se de discussões e investigações sobre o quão relevantes são as informações advindas das mídias, da família e, dos amigos e outros agentes informais para idosos quando estes elaboram suas próprias estratégias de engajamento social, ainda muito de responsabilidade individual. Tal como sugere Cohen (1998), a pesquisa gerontológica necessita pensar mais “com” do que “sobre” a velhice (p. 68), apresentando, assim, experiências reais de idosos reais, que desejam coisas reais, no que tange a quem são e pretendem ser na velhice.

No âmbito da sociologia das relações de poder, Elias e Scotson (2000) descrevem que as maneiras de inclusão ou exclusão social costumam ser estudadas através da estrutura de personalidade dos indivíduos. Para os autores, no entanto, as relações sociais e diferenciações figuradas por distintos grupos devem ser entendidas pela natureza das dinâmicas que estabelecem. Nesse sentido, é interessante entender, ademais dos traços pessoais que se associam e corroboram com a negatização ou positização da velhice e do envelhecimento, como os diferentes velhos configuram um e em um grupo inferiorizado ou hiperdimensionado em diferentes culturas. E, ainda, interessa saber como os próprios idosos percebem sua alocação em determinados estratos de uma sociedade, em detrimento de outros. Quais os valores que estão presentes nessa logística sociocultural? Em que medida esse posicionamento é livre ou submetido aos conteúdos aprendidos informalmente, visando legitimidade para engajar-se e manter-se pertencente?

Para Elias e Scotson (2000), a relação estabelecidos-*outsiders* entre grupos sociais ocorre quando um estrato procura se estabelecer como superior mediante o firmamento de limites e características que os separem e diferenciem dos vistos como inferiores. Em outras palavras, a posição e o status do grupo superior existe a partir da delimitação de um inferior. Assim, os autores nomeiam como *estabelecidos* este grupo de superioridade social que se mantém através do cultivo de tradições e da coesão em questão de regras e comportamentos. Por outro lado, chamam de *outsiders* os indivíduos – não entendidos como grupo pelos estabelecidos – à margem do reconhecimento social por não desempenharem os preceitos de seus considerados como normativamente superiores.

Para Silva (2013), a moda tem parte importante na distinção entre os grupos considerados superiores e subalternos de uma sociedade e a diferenciação é sua engrenagem principal. A autora define o termo *moda* como “fenômeno social de mudança periódica das aparências provocada pela necessidade de diferenciação social” (p. 73). Assim, a moda, bem como a aparência de um indivíduo ou grupo, constituiriam meios de atribuir diferenças, significados e valores visíveis, utilizados na ordem e dinâmica social contratada e em curso – em outras palavras, condições para a sociodinâmica da estigmatização (ELIAS & SCOTSON, 2000).

Simmel (2014)¹, em estudo filosófico sobre a moda, descreve que esta consiste em um movimento de imitação e distinção estabelecido entre um grupo considerado inferior, que imita, e outro superior, que busca constantemente distinguir-se dos inferiores e, assim, manter ambos status. Lipovetsky (2009) também corrobora com a dinâmica de imitação-distinção, afirmando que a moda nasce a partir desta relação e vem a constituir um instrumento de representação, afirmação e pretensão social, de forma que as classes superiores e inferiores estão em constante concorrência simbólica por prestígio.

No entanto, no estudo sobre estabelecidos e *outsiders*, Elias e Scotson (2000) explicam que os grupos considerados inferiores eram delimitados pelos grupos vistos como superiores. Ou seja, os estabelecidos assim se intitulavam mediante a instituição de um grupo, para eles, inferior por suas diferenças e distância das tradições locais, de modo que os então entendidos por *outsiders* não necessariamente se percebiam ou classificavam dessa forma. Estes, tampouco almejavam seguir os modelos estabelecidos para pertencer aos grupos ditos superiores, fato que veio a conferir-lhes a exclusão na comunidade.

¹ Originalmente em: Reihe Moderne Zeitfragen, Hans Landsberg (org.), nº 11, p. 5-41, Berlin, 1905.

Desse modo, questiona-se se os grupos vistos como *outsiders*, os inferiores, no caso da moda e da aparência, em especial, buscam realmente imitar aos superiores, ou seja, se essa dinâmica realmente funciona ou é compreendida por todas as camadas sociais da mesma maneira. Em outras palavras, tal como sugerido por diversos educadores informais, em especial as mídias, será que todos os idosos buscam imitar os modelos de juventude, principalmente para engajar-se socialmente? Será que os que não os imitam se vêem como *outsiders*? Ou são alocados nesse grupo pelos outros estratos etários, que supostamente buscam superioridade e domínio frente às normas de engajamento? Por fim, como a aparência é construída, tendo em vista o contexto do engajamento social?

A velhice, quando relacionada a significados socialmente negativos ou, ainda, forçosamente positivos, pode acabar sendo entendida a partir de uma concepção *outsider*. Se associados a marcadores de discriminação, tais como os relativos a questões de gênero, classe social, raça, renda ou escolaridade, podem conferir um status ainda menos favorecedor para o engajamento social nesta fase da vida. Segundo o ILC-Brasil, a vulnerabilidade, em diversos aspectos, é maior entre as pessoas de baixo nível de escolaridade, em que preponderam, com frequência, minorias raciais e culturais, imigrantes, deficientes, idosos e mulheres. As pessoas que dispõem de melhor educação formal, alta renda e extensas redes sociais vem a ser as que detêm de maior participação na vida social (CENTRO INTERNACIONAL DE LONGEVIDADE, 2015).

A promoção ou não de engajamento social na velhice através da aparência e orientada por educadores informais tem sido estudada pelo grupo de pesquisa *Envelhecimento, Aparência e Significado (EAPS)*². A pesquisa de Silva, Cachioni e Lopes (2014), por exemplo, no âmbito de imagens da velhice encontradas na internet, se deparou com a exaltação da juventude e negação da velhice, que influenciaram o modo como os participantes idealizavam a própria aparência. Caio, Graeff e Lopes (2012), em estudo etnográfico sobre o envelhecimento e a aparência de imigrantes indianos da cidade de São Paulo, concluíram que a construção da aparência entre homens e mulheres foi caracterizada pela ruptura de tradições, apropriações e significados do corpo, influenciados pelo contato intercultural e com vistas ao engajamento social, havendo fortes distinções entre o público e o privado. Plens et al (2012) concluíram que

² Grupo coordenado pela Prof.^a Dr.^a Andrea Lopes, da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH), da Universidade de São Paulo (USP).

o engajamento social através da atenção à aparência promoveu bem-estar entre mulheres idosas de um núcleo de convivência da cidade de São Paulo e, especialmente, reforçou seu trato continuado como passaporte social entre aposentadas de atividades profissionais. Picolli et al (2012) investigaram como o mito da eterna juventude está presente na construção do curso de vida de idosos homens que se consideram roqueiros, tanto nas atitudes e crenças, como na forma que sua aparência é elaborada e serve de base para suas interações sociais.

As incipientes pesquisas gerontológicas mencionadas apontam que a aparência tem se relacionado ao engajamento social nas idades avançadas entre homens e mulheres investigados e sua concepção é aprendida espontaneamente no cotidiano, visto como fonte de inspiração e informação. Além disso, pode-se constatar que as relações com agentes da educação informal, tais como a Internet, os amigos e a comunidade, delimitam processos, escolhas e recursos na construção da aparência visando engajar-se em determinado meio e papel social.

Neste sentido, outro estudo exploratório do grupo, desta vez com jovens paulistanos de escolas pública e privada, demonstrou que a aparência pode ser claramente e bastante influenciada por educadores informais. Na pesquisa, realizada no contexto das mídias, constatou-se que estas são consideradas importantes fontes de informações sobre estilos de vida e de vestir, que favorecem o engajamento social de homens e mulheres na juventude, especialmente nas escolas, através de investimentos, escolhas e ações vinculadas à aparência (YOKOMIZO, 2009).

A partir dos apontamentos da literatura levantada, é percebido que a aparência em diferentes idades e contextos tem sido orientada informalmente a fim de configurar um marcador social e recurso de engajamento em variados meios. No entanto, Simmel (2014) aponta que a História da Moda, até o início do século XX, esteve concentrada no estudo da evolução das aparências, mais especificamente dos trajes e combinações, que nos significados que as escolhas e mudanças têm para o processo social e vice-versa.

Assim, percebe-se a relevância de produzirmos pesquisas que analisem de forma mais complexa e sistemática a construção da aparência, em especial, no que tange aos aspectos socioculturais envolvidos. Entende-se assim, finalmente, a necessidade de produzir também mais investigações e discussões sobre a heterogeneidade da velhice e do envelhecimento. Dessa forma, com o presente estudo, é proposta uma contribuição a tal debate mediante a

investigação da construção das aparências de idosas longevas no cenário da educação informal e engajamento social e no âmbito comparado entre duas culturas distintas.

1.2. APARÊNCIA: CONCEITO, ASSOCIAÇÕES E USOS

Ao longo dos últimos anos, diversos autores têm estudado e discutido como a moda vem participando da organização de diferentes sociedades e, especialmente, como a aparência tem servido para caracterizar, diferenciar e reconhecer os indivíduos e grupos sociais (CRANE, 2006; LIPOVETSKY, 2009; BLACKMAN, 2011; SIMMEL, 2014). Porém, o levantamento e revisão realizados apontam que o conceito de aparência possui, ainda, pouco material científico que o especifique, por mais que ele pareça estar vinculado diretamente ao conceito de moda.

Para Silva (2013), a aparência pode ser entendida como uma referência visual dos indivíduos, que demonstram sua relação com o tempo e o espaço em que vivem por meio de roupas, acessórios, penteados, maquiagens, etc. Silva, Cachioni e Lopes (2014), ancoradas em Crane (2006), descrevem que a aparência “vai muito além de roupas, indumentárias, incluindo também papéis, comportamentos e tarefas sociais [...] nos levando então a dizer que a aparência é socioculturalmente construída e que sofre influências externas e internas” (p. 240). Os elementos e dinâmicas mencionados pelas autoras podem ser configurados a partir de trocas simbólicas, comportamentais, atitudinais e afetivas informais e, ainda, são capazes de explicar sobre um indivíduo, sobre o meio em que vive e sobre os *modus operandi* do seu envelhecimento.

Reforçando a proposição das autoras, o grupo EAPS, mediante esforços atuais e para efeito de seus trabalhos, define a aparência como: conjunto de aspectos físicos, comportamentais, atitudinais, estéticos e simbólicos construídos e externalizados pelos indivíduos, fruto do contato com diversos contextos e relações socioculturais, estabelecidas ou não, ao longo da vida. Através da aparência, visa-se comunicar mensagens, significados, emoções, crenças, estilos e/ou tipos de beleza. Além disso, pode-se expressar pertencimento, exercício de papéis e tarefas sociais, atendimento ou contraposição de expectativas e punições sociais reconhecidas e acordadas, posto que ancoradas socioculturalmente.

Em acréscimo, Know e Know (2013) apresentam o termo *gestão da aparência*, utilizado para descrever o processo de engajamento de um consumidor mediante o uso de produtos e serviços de manutenção e controle da aparência. Para os autores, cada indivíduo administra sua aparência baseado em múltiplos papéis e contextos que necessita desempenhar. Assim, entendem o gerenciamento da aparência como uma prática cultural imbuída de significados e objetivos e, também, como um indicador de competência cultural e simbólica. Nesse sentido, afirmam que a posse de capital cultural é um determinante do grau de gestão da aparência.

O termo *capital cultural* é definido por Bourdieu (1998) como o domínio teórico e prático que um indivíduo detém. Trata-se da capacidade e modo de mediação do saber, regidos pela família e instituições escolares, que procuram estruturar sistemas de preferências e orientar condutas, posturas e opiniões de seus membros ou alunos. E é essa habilidade que, segundo Know e Know (2013), determina o quanto se investe na manutenção e controle da aparência de um indivíduo.

O estudo sobre a história da beleza no Brasil desde o final do século XIX, de Sant'Anna (2014), aponta que durante a primeira metade do século XX, a construção da aparência esteve relacionada: 1) ao controle secreto da beleza feminina; 2) a não “exclusividade individual” dos corpos (p. 56), que dependiam da aceitação e visibilidade social, inclusive para os homens; 3) à saúde, como significado de força para trabalhar; 4) e aos médicos e higienistas, como educadores informais que buscavam a construção de um povo belo e saudável. Já na segunda metade do período, ainda segundo a autora, tendo em vista especialmente a revelação na intimidade e a crescente exposição pública dos corpos, a oferta de produtos e tratamentos de beleza passou a promover transformações de caráter permanente na aparência. A introdução de roupas mais reveladoras, como trajes de banho, de ginástica ou de comprimento mais curto, facilitou a valorização de cuidados para exibição cotidiana e também privada do corpo. A beleza, nestes termos, portanto, trata-se de uma construção sociocultural e histórica.

Os termos *corpo* e *beleza* são alguns dos elementos fundamentais à constituição da aparência na atualidade e, comumente, recebem notória menção ou centralidade em pesquisas que tratam da temática. O corpo é um dos instrumentos de performance da aparência (GOLDENBERG, 2013). Atualmente, detém de especial importância e sobrevalorização, sendo destacado no cinema, na TV, no mundo da Música e da Moda, nos anúncios de cosméticos,

de produtos light, de dietas, cirurgias estéticas, entre outros. Em síntese, o corpo vem a constituir, historicamente, um objeto de culto (CASTILLO, 2014).

Para Araújo e Leorato (2013), até a primeira metade do século XX, o vestuário era uma importante referência de poder. Ao longo dos tempos, segundo os autores, ele foi despojado de sua posição pelo corpo, que, hoje, é o elemento mais destacado na atribuição de status e diferenças entre as pessoas. A roupa passa, então, a ser um item secundário, porém ao qual o corpo se submete e ajusta para melhor portar aos modismos das épocas, de acordo com os pesquisadores. Em complemento, Castillo (2014) aponta que as intenções do cultivo e cuidado do corpo sempre estão aliadas a algum momento histórico. Assim, o corpo está em constante “mutação e comunicação com o espaço e a sociedade cultural nos quais está inserido” (NO-ROGRANDO, 2014, p. 114). Monteleone, Witter e Gama (2015) descrevem, ainda, que o corpo veio a tornar-se um objeto de exposição regido por exigências de mercado e consumo de modelos.

Dessa forma, entende-se que o corpo, assim como a aparência e a beleza, é também sociocultural e historicamente construído. Atua na visualização, aceitação, reflexo e perpetuação de modelos da educação, religião, profissão e outros aspectos relacionados a um indivíduo em sociedade e à composição de sua aparência. Além disso, também ilustra o cuidado (ou a falta dele) no trato pessoal (COUTINHO, TOMAZETI & ACOSTA, 2014). Em diversas sociedades, os condicionamentos do corpo, como o uso de anabolizantes descrito por Teixeira, Freitas e Caminha (2014), constituem formas de “aperfeiçoar o rendimento individual mediante intervenções” (p. 498) e alternativa para a reconstrução da própria existência, maximizando o potencial de dominação nas relações sociais.

Nesse sentido, Sant’Anna (2014) indica motivações gerais que impulsionaram o vigente sucesso das cirurgias estéticas: a divulgação de um padrão de beleza global pela publicidade e o medo de envelhecer. Monteleone, Witter e Gama (2015), que observaram a omissão de aspectos da velhice em imagens publicadas na revista *Veja*, descrevem que:

as doenças e incapacidades físicas próprias do declínio biológico do envelhecimento não correspondem às necessidades mercadológicas impulsionadas pela valorização do corpo perfeito e do ideal de beleza (p. 926).

Para Featherstone (1998) o corpo constitui um indicador de poder e prestígio social, base para julgamentos tanto de si como do outro, de forma que sua capacidade de operar no mundo social vem a ser medida pela cultura. O autor afirma, também, que a construção de identidade de um indivíduo depende, consideravelmente, da concepção de imagens do corpo. Segundo o pesquisador, no final do século XX, os estudos sobre as atribuições e valores sociais da aparência constituíam uma temática de pesquisa ainda muito recente, em parte, por uma “tendência de subteorizar o papel das imagens no curso de vida” (p. 47).

No que tange ao corpo, também é encontrado em diversos estudos atuais o uso do termo *imagem corporal*. Este denomina “a soma de pensamentos, concepções, emoções e comportamentos que as pessoas têm sobre si mesmas [...] fortemente influenciada por normas sociais sobre a beleza física e atributos desejáveis para mulheres e homens”, como também “por mudanças do corpo que estão relacionadas à velhice e doença” (SHKOLNIK & IECOVICH, 2013, p. 1718). A imagem corporal, assim, envolve a percepção, estima, satisfação, ansiedade e preocupação com o próprio corpo, sendo avaliada de acordo com a cultura e seus ideais de beleza (VIANA & ANDRADE, 2013).

O termo *beleza*, tal como o corpo, associa-se frequentemente aos estudos da aparência. Por meio de amplo levantamento, especialmente imagético, Humberto Eco (2014) elucida que, ao longo da história, a concepção sobre o bonito se mostra transitória e relacionada a determinantes como, por exemplo, cultura, religião e gênero. Segundo o autor, durante o século XX e em diante, nota-se a existência de um politeísmo da beleza, de modo que, especialmente após esse período, torna-se necessário revisar seu conceito com maior frequência.

Para Avelar e Veiga (2013) é comum a redução da beleza a traços físicos específicos, como a pele clara, olhos vivos, cabelos brilhantes, etc. No entanto, segundo os autores, estas características marcam outros aspectos mais sutis, como juventude e resistência a doenças, “que comunicam sinais de saúde e potencial reprodutivo” (p. 339), além da capacidade de consumo.

Sant’Anna (2014) reúne diversos entendimentos sobre a beleza formulados entre os séculos XIX e XX, sendo compreendida como: 1) direito de todas as classes e idades; 2) dever não apenas para sair de casa, mas permanente; 3) passaporte de primeiro mundo, que possibilita transpor fronteiras econômicas, culturais e de gênero; e, 4) investimento no bem-estar individual e sucesso. Por outro lado, a autora coloca que, tendo em vista os predicados da

beleza, a feiura veio a ser tratada como falta de sensibilidade e “coisa de gente ignorante” (p. 184). No estudo de Teixeira, Freitas e Caminha (2014), os autores identificaram associações da beleza com a segurança, distinção social e formas de impulsionar a vida de um indivíduo.

A pesquisa de Dweck (1999), sobre a beleza como uma variável econômica e capital, discute o aumento do comércio e das atividades do setor no Brasil durante a década de 1990, em que cuidados, antes exclusivos das mulheres, passaram a ser oferecidos também aos homens com a introdução dos salões unissex. Dentre os principais motivos que impulsionaram o crescente interesse por esse mercado, a autora menciona: 1) a maior inserção da mulher no mundo do trabalho; 2) a seletividade do meio profissional, que exige certa preocupação com a aparência inclusive dos homens, sendo característica altamente valorizada na contratação e diferencial de salário; 3) o medo de envelhecer.

Mais recentemente, uma pesquisa elaborada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) realizada com consumidores de todas as regiões brasileiras, de idade igual ou superior a 18 anos, homens e mulheres, de todas as classes econômicas, apresenta significados da beleza e motivos que levam pessoas a investir em suas aparências. De acordo com o estudo, mais da metade dos participantes se diz vaidosa e considera que a beleza é uma necessidade, de forma a consumir produtos e serviços principalmente para o aumento da autoestima – sobretudo as mulheres –, seguido do desejo de ficar mais bonito e sentir-se atraente. A maioria dos entrevistados acredita que as pessoas bonitas são as que conseguem mais oportunidades na vida e alcançam sucesso nas relações amorosas, sendo essas crenças ainda maiores entre as classes C, D e E (SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO & CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS, 2016).

Em relação aos investimentos realizados, a pesquisa aponta que os principais itens são as roupas, calçados, acessórios e alimentação saudável. Os consumidores investigados têm como fonte mais importante de informações sobre produtos e serviços de beleza os amigos e familiares, seguido dos sites especializados e redes sociais. Consideram, ainda, que o estado de espírito e outros traços de personalidade podem tornar alguém mais bonito independente de atributos físicos. No entanto, segundo o SPC e CNDL, apesar de reconhecerem beleza na aparência de outras pessoas de qualquer idade, demonstram-se extremamente preocupados com a própria imagem e se incomodam com as marcas do envelhecimento. O modo como os demais notam a aparência é uma preocupação, novamente, maior entre as classes C, D e E.

Goffman (1985), no livro “A representação do eu na vida cotidiana”, descreve que um indivíduo elabora sua interpretação de acordo com o grupo e posição social a qual pertença, com vistas a exercer um papel e manter-se em uma rede de relações. Para tanto, o autor coloca que é construída a denominada fachada, a qual é composta por aspectos físicos, comportamentais, atitudinais e simbólicos, sendo responsável por situar os observadores do cotidiano em relação a apresentação do indivíduo. O pesquisador explica, ainda, que o reconhecimento do papel desempenhado se dá através do nível de coerência entre fachada, representação e contexto. Depende, assim, de um conjunto indissociável de características individuais e do entorno que são esperadas para certo personagem. Dessa forma, a falta de coerência vem a chamar atenção para as exceções, como, por exemplo, “o perfil de Roger Stevens (o verdadeiro agente imobiliário que maquinou a venda do *Empire State Building*) traçado pelo *New Yorker* faz comentários sobre o fato espantoso de Stevens ter uma casa pequena, um escritório pobre e nenhum papel timbrado” (GOFFMAN, 1985, p. 32).

O trabalho de Goffman (1985), em síntese, elucida a relevância dos modos de aparentar para a obtenção de engajamento em uma sociedade e vice-versa. Em outras palavras, a aparência pode ser entendida como uma das ferramentas para organização e envolvimento social, sendo influenciada pelas relações estabelecidas no cotidiano. A partir de demais compreensões da literatura consultada (CARSTAIRS, 2014; SANT’ANNA, 2014; CAMPOS, 2015; SCHEMES, DUARTE, & MAGALHÃES, 2015; GALAK, et al, 2016; KACZAN, 2016), percebe-se, ainda, que a aparência compõe um vasto repertório e campo de investigação sobre aspectos envolvidos na gestão da vida em sociedade e do envelhecimento como processo dinâmico.

Para Garcia (2008), do ponto de vista histórico, a moda relaciona-se estreitamente à conferência de poder e à distinção social através da aparência, mediante a inclusão e valorização de itens que, ao longo de diferentes épocas, vêm servindo à assimilação ou incorporação de pessoas a um grupo social particular. Na história da beleza no Brasil (SANT’ANNA, 2014), é percebido que os diversos elementos que elaboram a aparência têm sido utilizados para distinguir, por vezes pejorativamente, gêneros, classes sociais, ofícios e profissões, localidades e idades. Neste cenário, a mulher pobre, de baixa escolaridade, dona de casa e velha parece se encontrar em posição subestimada na realidade consensual de diversas culturas que conferem baixo valor e poder à velhice e ao envelhecimento feminino, em especial, dados por condições econômicas, educacionais e ocupacionais igualmente desfavoráveis.

1.3. CONSTRUÇÃO DA APARÊNCIA: CONTEXTO DE IDOSAS DE BAIXAS RENDA E ESCOLARIDADE

No estudo da relação entre estabelecidos e *outsiders*, Elias e Scotson (2000) percebem que os primeiros, detentores de maior poder e valor em uma sociedade, elevam-se através do cumprimento constante e disciplinado de padrões de autocontrole. Mediante tal prática, os estabelecidos fortalecem seu grupo e localizam os indivíduos *outsiders* quanto às exigências das posições dominantes e etnocêntricas.

Para García (2008), baseado nas proposições de Norbert Elias³, a principal justificativa das regras de conduta é a distinção social. Nesse contexto, as autocoações para exímio cumprimento de normas que resultem em papéis socialmente reconhecidos caminham para um “maior controle dos impulsos” (p. 81). Em outras palavras, o indivíduo, na árdua missão de ocupar uma posição privilegiada e legitimada socialmente, tem de conviver com diversos conflitos do autocontrole: prazer *versus* sofrimento; direito *versus* dever; pudores antigos *versus* intolerâncias recentes (SANT’ANNA, 2014).

Em relação à normatização e autocontrole, no caso da aparência, Ribeiro e Kruse (2014) acreditam que os meios de comunicação têm ensinado sobre a disciplina para obter ideais sociais, como um corpo belo e saudável. Delboni et al (2013) igualmente concluem que, na atualidade, experimenta-se uma crescente ideologia narcisista, dada por uma excessiva preocupação com a imagem e a estética pessoal influenciada, principalmente, pelas mídias. Para Carneiro et al (2013), os padrões de beleza atuais são amplamente configurados por modelos racistas, classistas, heterossexistas e ageístas.

Elias e Scotson (2000) explicam que os poderosos setores dirigentes de uma sociedade, os estabelecidos, tendem para a idealização. Esta é pautada na “minoridade dos melhores” (p. 56) e rege as normas cruciais que conferem as posições mais elevadas de uma sociedade. Em contrapartida, aos que não dominam os ideais socialmente valorizados, os *outsiders*, cabem a punição e rejeição pelo não atendimento pleno dos requisitos estabelecidos.

Ao longo da história, a mulher tem vivenciado muitas restrições e desigualdades, próprias das minorias, em diversos âmbitos, tais como o político, o artístico, o ocupacional e o

³ *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas* (México, Fondo de Cultura Económica: 1993) e *La sociedad cortesana* (México, Fondo de Cultura Económica: 1993).

educacional. De acordo com a literatura consultada, no caso da aparência, o cenário feminino não se mostra diferente.

Nesse contexto, para Almeida (2013) o gênero é “uma forma de classificação do mundo — também os artefatos, atividades, produtos culturais são classificados socialmente como femininos ou masculinos” (p. 169). De acordo com a autora, os atributos de gênero não estão meramente baseados nas diferenças sexuais em termos biológicos, mas principalmente nas interpretações socioculturais e históricas dessas diferenças e nas formas de estabelecer através delas poder e hierarquias. O levantamento realizado apontou que estudiosos de diversas áreas concordam que, em variadas culturas e em diferentes períodos históricos, as mulheres são mais pressionadas a cuidar de sua aparência, prática vista como própria do feminino, conforme descrito a seguir.

Para Coffey (2013), a cobrança social para o trato da aparência, ainda que percebida como exaustiva, orienta expectativas de mulheres em relação a seus corpos e é bem menos crítica em relação aos homens. Nesse sentido, Carneiro et al (2013), que estudaram padrões de beleza nas culturas brasileira, mexicana e turca, colocam que este atributo é constantemente apresentado para as mulheres como meio para maiores recompensas, tais como confiança, felicidade, autoestima, oportunidades de emprego, além de menos críticas de amigos e familiares. Os autores consideram que, especialmente nas sociedades ocidentais, o valor da mulher é medido em termos de sua conformidade com os modelos de beleza estipulados e às expectativas decorrentes.

De acordo com Toffoletti (2014), as novas feminilidades têm sido apresentadas por diferentes mídias, que, no caso ocidental, enfatizam, dentre outros aspectos, a preocupação com o corpo e a cultura de consumo. Guevara (2015) levanta componentes relevantes à maneira como mulheres moldam suas aparências e indica que o envelhecimento, as pressões sociais para atender padrões de beleza, a aceitação dos outros e as expectativas criadas pelas mídias e pela cultura popular são alguns dos principais.

Tsai (2013) sublinha o papel inspirador e a função educativa dos meios de comunicação, que, no entanto, têm induzido a aceitar padrões irreais de beleza feminina como atingíveis e empoderadores. Neste contexto, segundo a autora, o consumo de mídia vem a ser motivado, principalmente, por metas de autoaperfeiçoamento, que são reforçadas pelas crenças sociais locais, normalizadoras do embelezar-se como ambição digna das mulheres.

Vergara (2014) analisou as representações sociais relacionadas à mulher promovidas pelo discurso jornalista em Medellín (Colômbia), durante a década de 1960, período caracterizado pelo surgimento de uma onda de consumo midiático e de vestuário. Segundo a autora, a imprensa não esteve alheia às mudanças femininas no campo do trabalho, da universidade e da política. No entanto, promovia simultaneamente dois ideais: o da “mulher ideal”, esta esposa, mãe e dona de casa, de qualidades espirituais e beleza física; e o da “mulher moderna”, trabalhadora e ícone, criado a partir das imagens liberais advindas dos Estados Unidos e Europa (p. 233).

Bonadio e Guimarães (2016), em estudo do papel das telenovelas na cultura brasileira, apontam que tais programas são formulados, dentre outros motivos, com a intenção de fomentar o interesse por produtos e modas, especialmente da aparência feminina. Para as autoras, nesse contexto, o consumo é apresentado como uma forma de inclusão social e cidadania. Almeida (2013) corrobora com esta perspectiva, também em investigação de novelas nacionais, concluindo que estas reproduzem e viabilizam estilos de vida altamente consumistas. Ainda segundo a pesquisadora, o significativo sucesso desta mídia é ocasionado, principalmente, pela grande parcela de mulheres que compõem sua audiência, vistas como mais consumidoras que os homens na compra de variados produtos.

Campos (2015) discute o papel de um importante impresso carioca do século XX na educação de mulheres do período. A autora observa a existência de uma “pedagogia da beleza” (p. 469), ressaltando na publicação a presença de um ensino sobre métodos destinados ao investimento cotidiano na aparência, uma “rotina aparentemente muito agradável, mas, não por isso, menos disciplinada e exigente para aquelas que a praticavam com os pés no Brasil – e a cabeça em Paris e Nova York” (p. 467). Os preceitos investigados no periódico demonstram uma forte referência aos padrões de beleza da Europa e Estados Unidos, o que caracteriza uma relação de estabelecidos e *outsiders*, educadores e educandos, colocada entre países subdesenvolvidos e desenvolvidos, não apenas em termos econômicos, mas da moda de aparências. Para Campos, as pedagogias de beleza proporcionadas pela mídia, além dos modelos europeus e norte-americanos, contam também com dois poderosos discursos legitimadores: o médico e o científico.

Pesquisadores confirmam a existência clara de um suporte do saber médico-estético aos meios de comunicação que atuam em questões que envolvem a construção da aparência.

Com a intenção de emprestar valor considerado exclusivo de verdade, são divulgados ao público cuidados que, além da beleza, conferem saúde (VIEIRA & BOSI, 2013; SANT'ANNA, 2014), ainda mais legitimadora do discurso. Conquistar uma aparência sem “defeitos” passou a ser um objetivo e responsabilidade individual e um compromisso da mulher, articulados pelos creditados discursos da medicina (RIBEIRO & KRUSE, 2014, p. 104).

Segundo Campos (2015), no século XX, período em que se coroavam os princípios médico-higienistas, a aparência feminina esteve relacionada, ademais da saúde e da beleza, aos exercícios físicos, alimentação, raça e identidade nacional. Carter (2014) percebe, ainda, uma crescente associação do envelhecimento com doenças que, de acordo com a autora, tem implicado em práticas antienvelhecimento para mulheres, as quais incluem exercício, maquiagem, vestuário, alimentação e construção constante da identidade de gênero.

A ciência vem funcionando também como um selo de credibilidade às informações colocadas pelos meios de comunicação sobre a aparência. O discurso midiático tem traduzido o vocabulário científico para um formato mais acessível e informal, que incentiva de modo palatável e certificado o contato com diversos conteúdos, sendo um deles o consumo de beleza (VIEIRA & BOSI, 2013). Na publicidade, diversas propagandas de cosméticos femininos também se valem de argumentos da ciência para aumentar a crença na eficácia de seus produtos (RIBEIRO & KRUSE, 2014).

Variados exemplares de revistas, jornais, mídias eletrônicas e outros meios informais, além da publicidade, têm elaborado e incentivado cuidados e consumo de beleza às mulheres. Para Pérez-Nebra, Dias e Torres (2014) estes agentes da educação informal vêm a funcionar mais como passatempo e catálogo de produtos que como veículos de mobilização, educação para a heterogeneidade e questionamentos para a mulher. Esta, segundo os autores, procura pelos meios de comunicação para atualizar-se e tornar-se experta nos assuntos de aparência e beleza.

Shephard et al (2016) apontam que tanto mulheres como homens são influenciados pelos meios de comunicação no que tange a suas aparências. No entanto, os autores indicam que, enquanto os homens tendem a ser mais influenciados pelas mídias de massa, as mulheres costumam consultar variados canais de informações sobre o tema. Toffoletti (2014) aponta que diversas estudiosas feministas observam uma constante associação entre o sucesso da

mulher com práticas contínuas, trabalho intensivo de autoaperfeiçoamento, transformação e gestão da própria aparência, especialmente do corpo, através do consumo.

Por outro lado, Taylor, Johnston e Mount (2016) comentam que nem sempre os conteúdos midiáticos e publicitários estão isentos de crítica por parte de seu público. No caso, os pesquisadores investigaram as impressões de jovens consumidoras, ditas feministas, em relação à campanha da marca Dove sobre a beleza real. Para muitas, a empresa não buscava promover a diversidade da aparência feminina e a quebra de padrões, mas sim realizar uma estratégia de *marketing* fundamentada, aparentemente, nos movimentos feministas atuais apenas para vender seus produtos.

No âmbito mercadológico, ações têm se ancorado nas impressões negativas da velhice para promover pacotes de produtos e serviços da eterna juventude (DEBERT, 2010), especialmente para as mulheres. Marcelja (2012) analisou a compreensão do processo de envelhecimento em revistas e sites femininos e constatou que, além de juventude – e ancorados na juventude idealizada – a beleza e a boa forma são considerados atributos de prestígio sendo, assim, colocados na condição de mercadorias. A autora comenta, ainda, que a mídia contribui para a valorização da juventude à medida que produz e padroniza condutas relacionadas à aparência, no caso, a feminina. A juventude torna-se um passaporte para engajamento intergeracional.

Os produtos advindos das indústrias de moda e beleza, atualmente, promovem o ideal de magreza e jovialidade como mais atraente para as mulheres (O'NEIL, 2014). Às que não dispõem de motivação e recursos para o controle deste tipo de aparência, é ocasionada a vergonha, culpa e remorso. Estes sentimentos são agravados pela cobrança social de embelezamento e podem diminuir o consumo de mídias de beleza, supostamente, como forma de evitar o enfrentamento, intimidação e comparação com imagens modelo não alcançadas (TSAI, 2013).

Para Castro e Pinto (2014), no Brasil “a centralidade do corpo e da imagem na sociedade contemporânea faz com que o estereótipo da brasilidade feminina seja um objeto de consumo extremamente valorizado” (p. 38). Quanto ao não alcance da dita concepção de mulher brasileira, Sant’Anna (2014) comenta que o vocabulário do escárnio masculino conta com expressões como “mulher bucho” para designar as “estraga prazeres, pobres-diabos, **tão feias que mal parecem mulheres**” [grifo nosso] (p. 99).

Nesse sentido, Burkley et al (2014) discutem campanhas de marketing, empresas de cosméticos, revistas e filmes que transmitem a mensagem de que a beleza é maleável. Em outras palavras, uma mulher feia torna-se passível de transformação a um ideal mais atraente. Segundo os autores, o fato implica na sugestão de que a partir do consumo de produtos de beleza pode-se obter a aparência idealizada. É colocado, também, que os padrões de beleza para os homens não são tão extremos ou inatingíveis quanto os estabelecidos para mulheres.

No âmbito do esporte, mulheres têm buscado ampliar papéis e ultrapassar o paradigma da força masculina e fraqueza feminina, utilizando de substâncias anabolizantes que transformam seus corpos, conferindo-lhes uma aparência considerada robusta, porém masculinizada – o que vem a reforçar a ideia de mulher frágil (FARIAS, CECCHETTO & SILVA, 2014). Smallwood, Brown e Billings (2014) comentam as fotografias de atletas femininas expostas em revistas esportivas. Os autores apontam que as atletas aparecem em fotos sexualizadas, por vezes nuas, mas mostradas em poderosas poses atléticas na intenção de receber maior cobertura das mídias. A partir de tais imagens, o público percebe que o fato das atletas posarem com seus corpos bastante expostos é um meio de promoção ou ganho para sua profissão ou carreira, não tratando como uma promoção pessoal e reconhecendo credibilidade atlética através da musculosidade e atletismo percebido. Nota-se que, no campo dos esportes, as mulheres têm utilizado de sua aparência, especialmente do corpo, para obter reconhecimento de seu profissionalismo, respeitabilidade, atrair patrocinadores, romper padrões de gênero e, ainda, adentrar e manter-se em carreiras esportivas não firmadas para mulheres, a exemplo das artes marciais mistas.

Além de relações de semelhança e disparidade estabelecidas entre homens e mulheres, autores apontam que estas vivenciam também comparações entre si mesmas. Young, Gabriel e Schlager (2014) investigaram a influência da equiparação entre mulheres e suas amigas mais magras. A pesquisa descreve que a convivência com modelos mais esbeltos pode afetar a maneira como mulheres se sentem em relação a seus corpos e que a intimidade nos relacionamentos próximos pode ser uma proteção a possíveis depreciações. Percebe-se que as relações informais, no caso com amigos, são relevantes ao modo como a aparência é entendida e avaliada.

Do mesmo modo, outras relações afetivas podem proporcionar significativo impacto na construção da aparência. Sharp e Keyton (2016) investigaram os efeitos de ideologias sobre

romances e vida conjugal na aparência de mulheres norte-americanas de 18 a 29 anos. Segundo as pesquisadoras, o imaginário das participantes sobre o relacionamento normativo e as expectativas dos parceiros contribuiu para que desejassem ser mais magras, ocasionando distúrbios alimentares na busca por um corpo idealizado e entendido como mais atraente.

Até o momento, a partir do levantamento e revisão bibliográfica realizados, nota-se que diversas produções nacionais e internacionais mais recentes estão de acordo que, atualmente e historicamente, a mulher tem sido alvo e agente da construção da aparência segundo modelos e formas de consumo que lhe prometem proporcionar confiança, felicidade, oportunidades, reconhecimento, engajamento, relações, além de menos críticas, vergonha, culpa ou remorso. O corpo tem recebido grande destaque nos estudos da aparência feminina, sendo entendido como um poderoso meio de autoafirmação e inserção em grupos sociais (ARAUJO & LEORATTO, 2013). Há também uma recorrente evidência, proporcionada pelos estudos mais recentes, da autocoação de mulheres no desempenho disciplinado dos cuidados de beleza, conquistada com muitos esforços e investimentos (VIEIRA & BOSI, 2013).

No entanto, Pérez-Nebra, Dias e Torres (2014) colocam que a participação da mulher no mercado de trabalho e o fato da maioria delas trabalhar atualmente parecem não considerados pelos editoriais de beleza. Os autores observam uma contradição entre discursos: o da falta de tempo e excesso de trabalho em oposição ao das propostas de tratamentos lentos, invasivos e contínuos para manutenção da aparência desejada. Os padrões de aparência feminina propostos, segundo os pesquisadores, permanecem na dimensão do impossível ou do milagre no caso da mulher trabalhadora. Toffoletti (2014) comenta que alguns gestos de emancipação feminina e seu imaginário cultural são apresentados e discutidos em longo alcance através das mídias. Porém, para a autora, o fato tem privilegiado metas de consumo, agindo como uma simulação de suposta liberdade, sucesso e poder feminino, não disponíveis a todas.

No que tange às mulheres pobres, de menor acesso às amplas ofertas do mercado de beleza, Crane (2006) aponta, em vasto e detalhado estudo sobre o vestuário da classe operária no século XIX europeu e americano, que classe e gênero ordenavam a identidade das roupas. As operárias solteiras, em especial, viam na construção de suas aparências, uma forma de distinção social. Para as criadas, vestir-se nas horas vagas com roupas atraentes e elegantes

era um meio de participar da comunidade para além do domínio do patronato, buscando afirmar identidade pessoal e reivindicar status social. O mesmo se dava com as jovens solteiras da classe operária que trabalhavam nos postos industriais ou de serviços. Esse segmento procurava se vestir de forma elegante, mesmo em fábricas sujas. Gastavam parte considerável de suas rendas com artigos da moda, principais bens de consumo, buscando se distinguir das mulheres casadas da classe operária. Nas palavras da autora:

Em meados do século XIX, por exemplo, jovens inglesas e americanas que trabalhavam em fábricas têxteis vestiam crinolinas para ir ao trabalho, mesmo com o perigo de tais peças ficarem presas no maquinário [...] Para elas, vestir-se na moda era condição necessária para participar de atividades sociais e conquistar certa mobilidade ascendente (p. 126).

Em outro estudo sobre classes trabalhadoras, Karl, Hall e Peluchette (2013) analisaram percepções de funcionários públicos sobre a importância do vestuário e da aparência no local de trabalho. Os participantes demonstraram diferentes posturas e atitudes de acordo com as roupas que vestiam. Em relação a sentir-se mais competente e impositivo, foi constatado que este sentimento se dava com o uso de vestuário formal. Já quanto a confiabilidade e produtividade, estas eram expressas por roupas casuais. Nota-se que as pessoas podem se sentir mais profissionais quando vestidas mais formalmente. Porém, ao mesmo tempo, se sentem menos confortáveis fisicamente e menos produtivas do que poderiam ser com vestes casuais.

Os participantes da pesquisa também apontaram que tatuagens, roupas esportivas ou reveladoras, cabelos ou colorações não convencionais, moletons e *piercings* faciais têm um impacto negativo em seu ambiente de trabalho. Alegam, ainda, que, como empregados públicos são caluniados e retratados como menos efetivos e eficientes que suas contrapartes do setor privado, a aparência vem a ser mais importante no setor público.

Mais recentemente, Karl, Peluchette e Hall (2016), em pesquisa sobre o impacto da aparência em cargos administrativos, agora na cultura mexicana e turca, também perceberam em ambas o impacto negativo de aparências não convencionais, como tatuagens, roupas reveladoras, penteados e colorações incomuns. No caso do México, os clientes esperam certa formalidade na apresentação destes funcionários, considerando positivo o uso de uniformes. Já na Turquia, a regulação da aparência, não apenas no trabalho, transpassa por diferentes

líderes de opinião, especialmente o islamismo e as regras de etiqueta do referido âmbito cultural. Os pesquisadores apontam que, neste país, tem-se buscado elaborar aparências religiosamente apropriadas – segundo a crença de que o corpo, entendido como natural, não deve ser modificado – e que, ao mesmo tempo, sigam as modas ocidentais.

Em outro recente estudo, Re e Rule (2016) analisaram o impacto e relevância da aparência de um grupo de *Chief Executive Officers* (CEO). Constaram que o aspecto pessoal dos CEO, a depender do contexto organizacional, pode influenciar o sucesso ou não em suas relações de trabalho, gerando mais ou menos respeito, submissão ou admiração dos demais funcionários de sua empresa.

Ainda relativo ao ambiente de trabalho, Cavico, Muffler e Mujtaba (2013) discutem normas sociais relativas à atratividade e a existência de discriminação pela aparência. Os autores comentam a existência, paralela às leis, do termo *lookism*, o qual consiste no “tratamento discriminatório de forma tendenciosa pelo nível percebido de atratividade física em uma pessoa” (p. 83). É apontado que, diferente da discriminação por raça ou sexo, a da aparência pode ser considerada moral quando embasada em certas teorias éticas e circunstâncias de trabalho, sendo o fator chave desta avaliação a relevância da atratividade física para o negócio em questão.

Assim, ao encontro do que elucida Crane (2006) com o estudo de mulheres das classes operárias, constata-se nestes estudos que o ambiente de trabalho consiste em um meio de relações formais e informais que implicam no cuidado e atenção dados à aparência. Em se tratando de estratos menos favorecidos economicamente, os investimentos realizados podem vir a ser tanto combate de desigualdades, quanto busca de reconhecimento.

Nesse sentido, Livramento, Hor-Meyll e Pêsoa (2013) evidenciam que o consumo de produtos de beleza por mulheres de baixa renda tem em vista a elevação da autoestima, constantemente abalada por restrições financeiras, e o respeito de classes sociais superiores. A aparência passa a ser um recurso para diminuir a discriminação por sua condição de pobreza e potencializar a capacidade de acesso. Para os autores, o consumo de beleza seria:

uma maneira de, pela aparência, reduzirem pistas visuais de sua condição social, evitando situações constrangedoras ou mesmo humilhantes. Mais do que um capricho, os produtos desempenhariam o papel de preservar a dignidade do indivíduo (p. 66).

Ao final do século XX, em pesquisa brasileira sobre o valor social e econômico da beleza, Dweck (1999) constatou que mulheres pobres do país comprometiam uma parcela maior de suas rendas neste mercado quando comparadas a suas contrapartes mais ricas, supostamente como forma de alcançar mais oportunidades. De acordo com o estudo, no período, o aumento do número mulheres empregadas e de seu rendimento acabou por gerar um paradoxo: embora dispusessem de dinheiro para investir na aparência, tinham menos tempo para frequentar salões de beleza em razão da dedicação ao trabalho, de forma que, por vezes, realizavam tratamentos em casa. A autora apontou ainda que, além da aparência, a educação é uma variável importante para o entendimento de desigualdades entre pessoas e o mercado de trabalho, uma vez que para atuar em certos segmentos se exige um treinamento mínimo.

De acordo com Almeida (2015), no Brasil, o consumo das classes economicamente mais baixas se deve, em parte, pela expansão do crédito. Nesse cenário, é notado que as empregadas domésticas, por exemplo, antes vistas apenas como uma posse de famílias da classe média e alta, passam a ser consideradas chefes de família e, assim, potenciais consumidoras. Ainda segundo a autora, ao longo dos anos, as camadas brasileiras mais pobres aprenderam a consumir, especialmente, através dos estilos de vida promovidos pela televisão, um de seus principais recursos informais para aquisição de conhecimento. Hoje, com maiores acessos a diversos bens materiais, este grupo de pessoas vem a ser considerado um novo e significativo público consumidor.

Mais recentemente, Galak et al (2016) analisaram ao longo de cinco anos a conformidade com a região de moradia e as preferências nas escolhas que 2007 mulheres de distintos perfis realizavam em compras para a aparência. Perceberam que as investigadas alternavam suas predileções em acordo com o local em que estavam vivendo e consideravam mais as normas de beleza vigentes em locais vistos como de status superior.

Em síntese, o debate em torno da temática da aparência na literatura levantada nos leva a identificar paradigmas e negociações que, ao longo dos tempos, aponta mulheres, grupos de baixas renda e escolaridade como agentes e alvos na busca de status superior. A aparência vem a ser configurada como um instrumento socioculturalmente construído para a obtenção de relações amorosas, de trabalho, familiares, ou seja, obtenção de reconhecimento e engajamento na dinâmica social. O estudo de Crane (2006), sobre a moda e seu papel social

durante o século XX, discute de modo abrangente questões de gênero e classe, principais marcadores de exclusão do período, e sinaliza que, no século XXI, a discriminação tende a se basear na idade.

Atualmente, em estudos gerontológicos, notou-se pouco interesse pela variável aparência, em especial, no que tange a aspectos socioculturais de sua construção e seus usos sociais. Há diversos estudos que investigam o corpo, mas muitas vezes com intenção de compreender apenas o surgimento e combate de doenças e declínio da funcionalidade.

Twigg (2004) coloca que o corpo é um tema central da Gerontologia do começo do século XXI, uma vez que unifica abordagens biológicas, psicológicas e sociais. No entanto, é percebida uma essencialidade e dominância das abordagens biomédicas, vistas como saber primordial do envelhecimento. Dessa forma, a autora aponta a necessidade de reconhecer e investigar a complexidade e pluralidade dos significados sociais e culturais do corpo e, assim, do envelhecimento.

Para o conhecimento de aspectos socioculturais do envelhecimento, Lopes et al (2011) comentam a pertinência de abordagens gerontológicas combinadas àquelas provenientes do campo da Moda, no que tange a compreensão da utilidade da variável aparência para promover e ampliar os diversos significados da velhice, formas de gestão, bem como na produção de espaços e papéis significativos ao longo da vida. A ampliação do conhecimento acerca das possibilidades de ser velho depende, assim, do reconhecimento da velhice como uma fase da vida, construída socialmente, que detém de caráter heterogêneo, possuindo e organizando-se a partir de perdas e ganhos.

No estudo de Silva et al (2015) foram investigados os significados da aparência para idosos paulistanos aposentados, majoritariamente de baixa renda e escolaridade. As autoras apontam que, para a maior parte dos participantes, mesmo distantes do mundo do trabalho e em condições socioeconômicas desfavoráveis, a aparência é considerada importante e está associada a significados positivos.

No entanto, os interesses do campo da Moda pelos idosos, sobretudo longevos, se mostra raro e acionado por lógicas de mercado, em geral, ancoradas no consumo mais do que de produtos, mas de um tipo de dependência simbólica, conforme Goldenberg (2011). Alvo crescente de estudos e intervenções, as mulheres, neste âmbito, tendem a ser cristalizadas no tempo, quando não, percebem-se invisíveis a partir de determinadas idades, como aponta

a autora em pesquisa com mulheres cariocas de 40 anos ou mais de idade. Valendo-se das reflexões de Bourdieu (1989), a pesquisadora entende que a dominação masculina coloca as mulheres em:

[...] permanente estado de insegurança corporal, ou melhor, de dependência simbólica: elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos homens, como objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam femininas, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, delicadas, discretas, contidas ou até mesmo apagadas (p. 57).

Para Coutinho, Tomazeti e Costa (2014) o gênero estabelece significativas diferenças na vivência dos corpos na velhice. Há estudos que demonstram que as mulheres sentem mais as pressões sociais quanto a seus cuidados com a aparência que os homens de mesma idade (MENEZES et al, 2014; JANKOWSKI, 2014). Montemurro e Gillen (2013), que investigaram mulheres entre 20 e 68 anos quanto a sexualidade e sentimento de conveniência, constataram que as entrevistadas têm consciência dos ideais sociais de beleza e da importância da aparência quando procuram ser ou sentir-se atraentes. Segundo os autores, é no encontro com o espelho que várias mulheres percebem e iniciam movimentos para combater o envelhecimento, visto como um fracasso. Para Aboim (2014), diferentemente dos homens idosos, que tendem a acentuar mais a perda de força e vigor, as mulheres idosas vivem com o mal-estar pela diminuição de atributos físicos.

Atualmente, em diversas culturas, a juventude é entendida como um valor, que deve ser conquistado e mantido através do tempo e de formas de consumo, independentemente da idade e principalmente pelas mulheres. Nesse contexto, a velhice passa a ser também um valor, este negativo, expressando doença, negligência com o corpo e falta de motivação para a vida (DEBERT, 2010). Além de uma oposição de valores, juventude *versus* velhice passa a constituir uma relação de dependência, que dimensiona o poder social dicotômico de tais grupos, caracterizados como extremos – ou ainda, estabelecidos e *outsiders* (ELIAS & SCOTSON, 2000).

De acordo com Delboni et al (2013), o aumento da população idosa em diversas localidades mundiais veio a tornar-se um problema e deflagrador social, sobretudo para as regiões

ocidentais, que supervalorizam a jovialidade. Conteúdos midiáticos e da publicidade têm fomentado tais crenças e prejuízos em relação ao envelhecimento quando instruem e apoiam a oferta de produtos e tratamentos para controle das marcas da idade na aparência.

Baptista (2014), que investigou as relações estabelecidas por idosos goianos entre corpo e envelhecimento, concluiu que o contato com meios de comunicação influenciou significativamente o modo como os participantes compreendiam a própria aparência. O pesquisador aponta que a vivência de preconceitos da sociedade, de classe e advindos das mídias, proporcionaram percepções negativas sobre a visão do corpo velho. Apesar de durante o estudo serem promovidas ações que discutissem imagens e percepções mais positivas do corpo envelhecido, o autor menciona que, em razão das influências culturais e sociais, não foi possível transformar a ideia negativa dos entrevistados sobre suas aparências.

Brown e Knight (2015) investigaram, em um período de 50 anos, as representações e uso do termo *anti-ageing* em anúncios publicados em duas revistas femininas australianas. Notou-se que a publicidade usou de imagens limitadas associadas à mensagem de que o envelhecimento é um problema e, assim, vê-se imperdoável a apresentação de qualquer sinal deste processo. Fernandes e Barbosa (2016) explicam que os indivíduos são frequentemente colocados a serviço da economia e da produção, sendo mais valorizado o corpo entendido como produtor, este construído por meio de roupas, adereços, maquiagens, cirurgias plásticas e demais tratamentos que conferem uma beleza jovial. Dessa forma, os autores apontam que tem sido divulgada a ideia de que é preciso ter um corpo saudável e de acordo com tais modelos de beleza para não apenas melhor produzir, mas também consumir.

Nesse sentido, Delboni et al (2013) explicam o termo *gerascofobia*, que compreende uma “espécie de fobia, medo persistente anormal e injustificado de envelhecer” (p. 204). Assim, na atualidade, Lovgren (2013) menciona uma menor importância do avanço do envelhecimento, uma vez que pessoas de diferentes idades cronológicas podem, hoje, ser percebidas como jovens.

Yu, Kozar e Damhorst (2013) examinaram como múltiplas identidades – cronológica, ideal e sentimento de idade – influenciam a comparação com imagens das mídias e a autodiscrepância da aparência entre mulheres norte-americanas de 30 a 80 anos. A partir dos resultados é apontado que a idade ideal, ao invés da cronológica e do sentimento de idade, influ-

encia mais as percepções de corpo e comparação social. Os autores indicam que as participantes que descreveram uma maior discrepância entre sua idade cronológica e ideal eram mais propensas a se comparar com as imagens das mídias e também menos satisfeitas com sua aparência, havendo, assim, uma discordância entre aparência ideal e real.

Guevara (2014) comenta que as mulheres, ao aderirem a procedimentos estéticos com a intenção de parecer mais jovem, encontram-se vulneráveis na luta contra perdas em uma cultura que orienta incansavelmente para a juventude eterna. Porém, como elucida Sant'Anna (2014), está "difícil manter-se enrugado hoje" (p. 174). Em acréscimo, Goffman (1985), em seu estudo sobre as representações individuais no cotidiano, menciona a atitude confusa e variável existente no trato das condições de gênero e idade:

É algo culposos o fato de um menino de quinze anos que dirige um carro ou um bebê em um bar fazer-se passar como tendo dezoito, mas há muitos contextos sociais nos quais seria inconveniente para uma mulher não fingir ser mais jovem e sexualmente atraente do que na realidade é. [...] além disso, modificações na fachada pessoal de alguém que são consideradas como informações falsas, num determinado ano, podem ser julgadas meramente decorativas poucos anos mais tarde (GOFFMAN, 1985, p. 62)

O ideal de juventude eterna, especialmente difundido para e pelas mulheres (MARCELJA, 2012), ao longo de décadas, tornou-se um tema comum nos conteúdos midiáticos, constituindo um modelo amplamente reconhecido e estabelecido em diversas culturas. Na literatura de Moda é possível encontrar registros históricos que mencionam os *outsiders*. Porém, estes são entendidos como sujeitos de aparência chocante ou contraditória a seu tempo e cultura, sendo exemplificados por *punks*, *góticos*, *hippies*, *roqueiros*, etc (BLACKMAN, 2011). Ou seja, mesmo em se tratando do campo dos excluídos, os pobres e os velhos, especialmente a mulher idosa de baixas renda e escolaridade, ficam mais à margem dos interesses.

Fenno (2015) comenta a obra de Zadie Smith intitulada *On beauty* (2005), romance no qual são discutidas questões de beleza e envelhecimento em relação aos ideais de gênero, demonstrando como os padrões de beleza juvenil podem ser prejudiciais à mulher. No enredo, a perspectiva da personagem principal Kiki, na faixa dos 50 anos, procura refletir sobre como é possível rejeitar padrões culturais de gênero e idade durante o envelhecimento, de forma a colocar-se além das expectativas dos outros. Assim, o livro, enquanto recurso informal

de educação, neste caso vem a ser uma ferramenta para debate e proposta de reflexões a seu público sobre a crença e adoção fiéis às normas de beleza jovial.

Por outro lado, Carstairs (2014) investigou o livro *Look younger, live longer* (1950), de Gayelord Hauser, um dos escritores sobre alimentos, beleza e saúde mais conhecidos nos Estados Unidos e Europa durante o século passado. Traduzido para mais de 12 idiomas e *best seller* do jornal *The New York Times*, é o livro mais famoso do autor, que procurava ajudar na mudança de atitudes das mulheres em relação ao envelhecer. No entanto, segundo Carstairs, o escritor não desafiou a discriminação contra pessoas idosas nos consultórios médicos, na lei e nas famílias, incentivando seu público a assumir o controle do envelhecimento através de dietas, exercícios e atividades. Assim como muitos comentaristas de estilo de vida e beleza atuais, o trabalho de Hauser dependia de um “romance da possibilidade”, no qual o envelhecimento das mulheres pudesse ser “bonito, saudável e independente” (p. 346).

Para Guevara (2015), acreditar que com a idade torna-se mais confortável com o corpo, substituindo a beleza da juventude pela sabedoria da idade, é um equívoco. Segundo a autora, as mulheres idosas com problemas de imagem corporal podem ser divididas em duas categorias: 1) a das que lutam pela beleza desde a juventude e nunca se recuperaram do fato de envelhecer; 2) e a das que vieram a desenvolver mais tarde essa negação. Sánchez e Monchietti (2013) colocam que no “reino da aparência” que se vive hoje, “o motivo de ser é parecer eternamente jovem. Nesse caso, a palavra ‘eternamente’ alude que até os que estão morrendo procuram esconder-se, ocultar essa realidade como se fosse escandalosa” (p. 11).

Nesse contexto, segundo Lövgren (2013), a aparência é importante para a mulher em diferentes idades à medida que se constitui como um recurso fundamental para construção do tipo apropriado e legitimado de feminilidade. Para a autora, a mais jovem necessita parecer atraente. Já a de meia-idade é instruída a “envelhecer graciosamente” (p. 134), mediante o uso de roupas não apertadas ou reveladoras, que escondam rugas e flacidez, conforme sugerido por editoriais de revistas. Assim, cabe à mulher a partir da meia-idade o cuidado de sua aparência de acordo com “o modo aprovado de fazer sua idade” e com o ser “adequadamente vestida de forma **moderna**” [grifo nosso] (p. 134-135). O senso de adequação etária faz-se organizador.

Recentes estatísticas globais têm revelado um aumento constante no consumo de cosméticos promovido pela publicidade, que problematiza o envelhecimento e coloca os consumidores em confronto com padrões de beleza inatingíveis (BENBOW-BUITENHUIS, 2014). Campos (2015) descreve que a indústria cultural brasileira tem impulsionado o discurso da juventude eterna, fazendo crer que a própria aparência não só pode, como deve ser melhorada ou radicalmente transformada por meio de roupas, cosméticos, dietas, exercícios e cirurgias estéticas de todo tipo.

Na Espanha, a indústria de moda e beleza desponta como a segunda mais poderosa do país, ficando atrás apenas do setor de armamentos (CASTILLO, 2014). Em acréscimo, Bazo (2013), que investigou a imagem da mulher em cartazes do cinema espanhol referentes ao período de 2010 a 2013, descreve as recorrentes características femininas apresentadas nestes materiais e respectivos filmes. A independência e o profissionalismo são qualidades amplamente retratadas e, segundo o autor, demonstradas através da elegância no vestuário e da segurança na postura da mulher, não havendo qualquer conotação doméstica ou maternal. A limitação da idade também foi percebida, em geral, não passa dos 45 anos. Ademais, o pesquisador menciona ainda a limitação de peso, para ele condição altamente influenciada pelos modelos da publicidade, em que a magreza da mulher está associada à segurança pessoal, satisfação, bem-estar e sucesso social. O autor coloca, contudo, que é percebida certa evolução nos cartazes e filmes espanhóis desde o final da ditadura de Franco (1939-1977), de forma que gradualmente vem desaparecendo a imagem da mulher submissa e mãe, proposta pela ideologia franquista e também pela moral católica.

O estudo de García (2014) corrobora com tal perspectiva ao descrever que durante a Guerra Civil na Espanha, evento que precedeu a ditadura de Franco, a imagem da mulher espanhola em mídias impressas estava em torno dos valores tradicionais, alocando a figura feminina ao âmbito doméstico, materno e do cuidado ao próximo, especialmente os órfãos e soldados. Solar (2014), que investigou a retratação da mulher espanhola na publicidade dos anos 40 a 80, também explana sobre a redução do papel da mulher à dona de casa e cuidadora.

Em um estudo antropológico com mulheres brasileiras e alemãs, Goldenberg (2012) aponta que geração e cultura são relevantes para constituir os significados do envelhecimento transmitidos através da aparência. Na pesquisa, as entrevistadas alemãs, advindas do pós-

guerra e pós-feminismo em seu país, consideravam o envelhecimento como um valor desejável, significando amadurecimento, o qual buscava ser evidenciado em suas aparências. Já as mulheres brasileiras, entendiam o envelhecimento como um processo de perdas, principalmente, de elogios masculinos e de possíveis parceiros. Desejavam, assim, aparentar mais jovens. A autora considera que a aparência, especialmente no Brasil, é utilizada para alcançar e manter relações, no caso conjugais, por estas serem vistas como um capital social valioso obtido através do casamento.

Em outro contexto cultural, Sabik (2013) analisou a estima de mulheres afro e euro-americanas quanto a seus corpos aos 60 anos e indica uma influência da etnia no bem-estar com o próprio corpo. Constatou-se que apenas para as euro-americanas a estima com o corpo é mediada pela discriminação de idade. Musaiger, D'Souza e Al-Roomi (2013) investigaram mulheres do Qatar entre 20 e 70 anos e verificaram que para as de mais de 40 a aparência é um dos critérios importantes na definição de seu envelhecimento. Já Benbow-Buitenhuis (2014), em um estudo com mulheres australianas de 18 a 60 anos, percebeu em diferentes idades a existência de prazer e ansiedade no alcance do ideal de beleza sem falhas apresentado pelas mídias.

Twigg e Majima (2014) evidenciam um aumento do envolvimento de mulheres velhas do Reino Unido com sua aparência. Segundo as autoras, as idosas têm comprado roupas e cosméticos com maior frequência e visitado mais os salões de cabeleireiros. Apontam, ainda, que estas mulheres estão mais engajadas com a moda no século XXI, em resposta ao espírito do tempo. A crescente preocupação de idosas com sua aparência, em parte incentivada pelos padrões de juventude eterna e por estímulos das mídias, tem ocasionado, no entanto, problemas com distúrbios alimentares. Estes, segundo diversos autores, ocorrem a partir de representações irrealistas e responsabilização da mulher quanto ao trato de sua aparência de acordo com os ideais e valores sociais (HERNANDEZ et al, 2013; FERREIRA et al, 2014 a; GUEVARA, 2014).

Nesse contexto, é importante mencionar que os meios de comunicação, ainda que sejam muito criticados pela padronização e mercantilização da aparência juvenil, podem servir para informar o público de modo benéfico (CÔRTE, 2013), especialmente em termos de promoção da autoestima. Ao longo de décadas, jornais, revistas, programas de televisão e outras

mídias também têm educado e sugerido cuidados que não estiveram ao alcance das camadas populares.

Kaczan (2016), em análise de mídias femininas argentinas do início do século XX, observou que estes meios de informação se guiavam pelas transformações urbanas do período para ofertar conteúdos coerentes com a realidade de seu público. No caso estudado, procurava-se disponibilizar, através de textos e figuras da imprensa local, estratégias de cuidado da aparência que consideravam os múltiplos papéis que as mulheres desempenhavam na época, como o de mãe, esposa e dona do lar, na tentativa de ficar bonita sem sair de casa.

Para Delboni et al (2013), no entanto, o acesso e força conferidos à beleza na atualidade são tamanhos que, por vezes, acabam impedindo a coexistência de saúde, boa alimentação e descanso com o embelezamento. Em relação ao envelhecimento, segundo os autores, o que se teme é a relação com a morte e seus indícios progressivos. Por isso, até mesmo ao cadáver, busca-se produzir uma “aparência de vida, vestindo-o, maquiando-o, dando-lhe uma boa aparência” (p. 209). Nesse sentido, García (2008) levanta a questão de observar e atentar para o grau da “progressiva interiorização das coações” (p. 95) que as estruturas sociais fomentam, através de educadores informais, por exemplo, na consciência ou estrutura da personalidade dos indivíduos.

No contexto do medo de envelhecer, os possíveis investimentos nos “prazeres do corpo” crescem tanto quanto a expectativa de vida (SANT’ANNA, 2014, p. 188). Receitas para o alcance de ideais femininos, como o da “Mulher-Madonna” (PEREIRA & PENALVA, 2014), são descritas pelas mídias aliadas ao mercado, que inspiram um “controle da ação do tempo sobre sua aparência física, o que demanda um excesso de dedicação e disciplina” (p. 189). Runfola (2013) investigou a satisfação com o tamanho do corpo entre mulheres a partir de 50 anos – faixa etária da “Mulher-Madonna” –, as quais indicaram que a satisfação corporal está associada à cobrança pelo esforço e não à passividade.

Panek, Hayslip e Pruett (2014) indicam que a aparência tem papel significativo no modo como homens e mulheres julgam seu próprio envelhecimento. Aboim (2014) coloca que há mulheres que procuram não se vitimizar diante da inevitabilidade do envelhecimento, preferindo aceitar a velhice ao invés de ter um sentimento de amargura pelo fim da juventude, motivo principal para a procura de reconstrução estética. No entanto, o custo pelo desvio do padrão de beleza jovial é alto. Os sinais de envelhecimento e degradação na aparência são

vistos como uma perda socialmente prejudicial, tornando o velho uma figura inconveniente segundo os ideais da juventude eterna (BENBOW-BUITENHUIS, 2014).

Os prejuízos associados a aparência envelhecida já eram percebidos em sociedades mais antigas, como a greco-romana, investigada por Iacub (2004). Neste contexto cultural, era estabelecida uma forte associação da velhice com a morte e sentimentos de vergonha, fealdade, perda e inveja. Além disso, havia uma dissociação do velho com o erotismo, de forma que a idade regia o desejo por um indivíduo. As diferenças e hierarquias estabelecidas entre jovens e velhos eram elucidadas pelas figuras de deuses e homens, em acordo com um critério de tempo de duração da beleza. A juventude era, assim, entendida como um atributo dos deuses, imortais e de beleza eterna, enquanto os idosos equivaliam aos homens, mortais e degenerativos.

Debert e Brigeiro (2012), em discussão sobre a sexualidade na velhice, consideram que os esforços empreendidos pela Gerontologia, e outros interessados em promover a temática, não incluem uma reflexão sobre a beleza nos corpos envelhecidos ou a possibilidade de velhos serem atraentes sexualmente, a partir de suas próprias possibilidades. O fato, somado ao cenário de valorização da juventude, implica em questões relativas à aparência e contribui para o costume de tratar a velhice como um valor negativo socialmente por si mesma.

Para Goffman (1985), os indivíduos, quando buscam assumir um personagem na representação cotidiana, verificam e avaliam os atributos que compõem os diferentes papéis sociais existentes. Com a crescente e constante exaltação da juventude descrita por variados autores, nota-se a dificuldade em assumir-se como velho e ampliar o leque de papéis significativos na velhice para além dos resultantes de imagens pejorativas. Nesse sentido, Sandberg (2013) apresenta o termo *velhice afirmativa*, que compreende o reconhecimento das especificidades do corpo em envelhecimento e procura teorizar tal processo em termos de diferenças, não de quedas, perdas ou ausências. A proposta terminológica não aspira rejeitar a idade e, sim, entender a velhice e o envelhecimento em sua heterogeneidade.

A velhice, entendida como uma das etapas do processo de envelhecimento, no Brasil, por exemplo, inicia-se aos 60 anos de idade, conforme o Estatuto do Idoso (2003). Ao entender a velhice como uma categoria etária socialmente produzida (DEBERT, 2004 b), coloca-se também a tarefa de entender simbolicamente como essa última fase da vida é organizada, tendo em vista apenas um critério, que é cronológico.

Em síntese, percebe-se na literatura uma compreensão de que a juventude, enquanto valor e produto, e não etapa da vida, tem minimizado os espaços, papéis e significados dos velhos e suas múltiplas faces de apresentação social, em especial, no que tange às mulheres. Há uma tendência geral em apontar que agentes da educação informal, em destaque as mídias e a publicidade, têm se relacionado às formulas da aparência perfeita, posto que juvenil, de maneira perversa e ancorada no consumo promotor da negação ou positivação do envelhecimento. Existe também uma forte tendência em achar que as mulheres consomem sem crítica essa proposição, com dados que apontam certa alienação e encarceramento. Essa lógica promove uma hierarquização em termos do exercício do engajamento social, que pode ser estruturada na proposição elisiana denominada *estabelecidos* e *outsiders*, ora se valendo da vitimização das mulheres, ora apontando sua emancipação, ora discutindo a complexidade e influência de diversos marcadores da distinção social, ora reduzindo o debate a determinantes únicos. A aparência, cuja definição ainda é oscilante, aparece como denominador comum, intermediando relações e dinâmicas de engajamento social, intergeracionais e socioeconômicas.

Essas ricas correlações temáticas necessitam de maiores aprofundamentos investigativos, sobretudo em âmbito nacional, considerando que boa parte dos estudos levantados advém do exterior, principalmente dos Estados Unidos e Europa. Vale recordar que é a primeira vez que se vive tanto, como espécie. Qual o repertório social e simbólico que em tão curto espaço de tempo estamos conseguindo construir em termos de como queremos aparecer socialmente, dada nossa rica diversidade? Quais as forças, dinâmicas e interlocutores em cena? Qual tem sido nossa performance na condição de agentes de consumo? Como aponta Crane (2006), dado que o critério etário ainda parece ditar regras no século XXI, a atual geração de velhos tem papel ativo e direto em possíveis mudanças na dinâmica dessa lógica? Eles, dado a diversidade reinante, estão mesmo atentos e dependentes dessa lógica?

Assim, esta pesquisa almeja polemizar mitos e refletir sobre a diversidade da dinâmica social em torno da velhice atual ao levantar e registrar, de forma comparada, modos de experimentar a velhice no que tange a construção da aparência entre mulheres longevas de duas culturas. Com isso, visa investigar a importância da variável aparência como possível determinante igualmente presente na gestão pessoal e institucional do processo de envelhecimento, e da velhice feminina, em particular. O foco neste segmento da velhice não desconsidera a

relevância de estudos voltados ou que incluam os homens e/ou outras identidades de gênero. Estudos do grupo EAPS citados anteriormente, além de outros em face de finalização, já provaram a relevância desses levantamentos e comparações, principalmente buscando desnaturalizar as mulheres como *locus* exclusivo dos cuidados e atenção com a aparência.

2. OBJETIVOS

Investigar, caracterizar e comparar, no contexto da educação informal e do engajamento social, a construção da aparência e de seus significados entre idosas, de 80 anos ou mais, do Brasil e da Espanha.

3. MÉTODO

A presente pesquisa possui caráter qualitativo, transcultural, exploratório e descritivo. O estudo foi inspirado pelo método etnográfico proposto por Geertz (2008), que busca a produção de uma descrição densa obtida através de imersão, interação e observação do pesquisador em relação aos participantes, à problemática de investigação e aos contextos investigados. Tal método procura, ainda, desvendar crenças, mentalidades e situar o pesquisador através do mapeamento de uma rede de significados, construída pelos próprios envolvidos, ao identificar elementos que compõem sua dinâmica, sentidos e mentalidades (LOPES, 2000). Dessa forma, é possível explicitar diferenças e particularidades, evitando o etnocentrismo.

Para Geertz (2008), o conceito de cultura é essencialmente semiótico, na medida em que a cultura é abordada como teias de significados tecidas pelo próprio indivíduo e por sua análise e modalidades de interação. As diferenças culturais são consideradas próprias do humano e é através da observação de contextos particulares que são desvendados significados e valores atribuídos às experiências de, por exemplo, apresentar-se como brasileira ou espanhola em idades avançadas. Nessa perspectiva, para refletir sobre a construção da aparência de longevas em diferentes culturas, foi necessário investigar o que tais idosas praticam e analisar os significados que atribuem às suas práticas.

Neste sentido, Geertz (2008) auxilia a perceber que entre as ações realizadas e os diversos e possíveis significados a elas atribuídas por seus praticantes estabelece-se uma dinâmica de relações e mecanismos, em torno da qual as ações são percebidas e interpretadas pelos atores. O objetivo da etnografia é desvendar essa dinâmica. Busca-se compreender o significado das práticas, que têm como objeto de observação e interpretação sistemática, mitos, costumes, crenças e hábitos próprios de universos específicos, tecidos e eleitos por seus participantes em interação constante, a fim de estabelecer diferenças e correlações entre eles (LOPES, 2006).

Neste estudo, portanto, importa compreender os significados acionados a determinadas práticas e estratégias usadas com o fim de vencer desafios e dialogar com demandas, como constituir a própria aparência no cenário das possibilidades de engajamento de velhos nas diversas sociedades, frente à interlocução com diferentes. Pretende-se, com uma descrição densa dessas dinâmicas socioculturais, reunir elementos para refletir sobre a gestão da

velhice, em especial das mulheres longevas, na atualidade.

Assim, a coleta de dados foi composta por três etapas, por vezes acontecendo concomitantemente, a depender da realidade dos campos de investigação e participantes. As etapas foram: 1) seleção das participantes; 2) familiarização com o campo através da observação; 3) levantamento de documentos diversos e registro fotográfico, acompanhados de entrevistas em profundidade. O ponto de saturação foi alcançado.

3.1. TÉCNICAS ETNOGRÁFICAS

Para a realização da pesquisa foram utilizadas técnicas etnográficas (GEERTZ, 2008), que consistiram em: observação livre e participante; conversas informais; entrevista em profundidade; documentação e registro fotográfico. As técnicas foram utilizadas em acordo com as circunstâncias da coleta e a dinâmica de interação com cada participante e universos onde foram localizadas. Foi utilizado caderno de campo, no qual se registrou percepções e informações obtidas ao longo de toda investigação.

As técnicas de observação e conversas informais foram aplicadas em todas as fases de coleta de dados. A partir delas, buscou-se facilitar e fomentar a condução da interação com as idosas e o processo de imersão na cultura e realidades específicas em questão.

Para as entrevistas em profundidade foi utilizado um roteiro semiestruturado. Esse mesmo guia de interesses deu suporte a todas às técnicas. As conversas foram gravadas, mediante consentimento.

O uso da técnica de documentação visou estimular, mapear e adentrar no universo da memória das participantes e no conjunto de crenças e percepções a respeito da própria aparência, incluindo atitudes e comportamentos relacionados e esperados na atual fase da vida. No caso, foram levantadas, de modo especial, fotografias referentes ao vestuário, acessórios, cosméticos e outros elementos que colaboraram para a compreensão da construção da aparência e seus significados. Valeu-se, ainda, da técnica de registro fotográfico, que foi utilizada nas duas últimas etapas visando produzir um arquivo imagético da aparência das participantes e do universo de pesquisa, relevantes às reflexões de campo.

3.2. LOCAL E PROCEDIMENTOS

Para a realização da pesquisa foram escolhidas as cidades São Paulo e Madrid, respectivamente localizadas no Brasil e na Espanha. A escolha dos países foi feita mediante observações dos índices de longevidade e expectativa de vida desde o nascimento. Atentou-se para o aumento significativo da população velha e a parcela de mulheres idosas nos dois países.

No caso do Brasil, é vivenciado constante e significativo aumento da expectativa de vida. Nos últimos 20 anos, o país obteve um crescimento de 14%, correspondente a 9,2 anos, segundo o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal Brasileiro (PNUD, 2013). Dados do *The world factbook* (CIA, 2014) demonstram que o Brasil atingiu uma expectativa de vida média de 73,28 anos, sendo de 69,73 para homens e 77 para mulheres. De acordo com o *Global Age Watch Index* (2014), o Brasil detém atualmente de cerca de 23,3 milhões de pessoas acima dos 60 anos.

Em relação à Espanha, o país vivencia um período em que a população idosa supera a parcela de crianças e também a de jovens. Segundo o *The world factbook* (CIA, 2014), o país possui 17,5% de pessoas com 65 anos ou mais, enquanto a parcela de 0 a 14 anos corresponde a 15,4% e a de 15-24 anos representam 9,6%. Em relação ao grupo de 65 anos ou mais, idade entendida como início da velhice neste país, as mulheres são maioria, correspondendo a aproximadamente 4,8 milhões, enquanto homens somam cerca de 3,5 milhões. Os dados do *The world factbook* (CIA, 2014) indicam que a Espanha possui uma expectativa de vida de 81,47 anos, sendo 78,47 para homens e 84,67 para mulheres. O *Global Age Watch Index* (2014) aponta que o país detém, atualmente, cerca de 11 milhões de pessoas acima dos 60 anos.

A partir dos dados de longevidade levantados, notou-se que as mulheres vivem mais e que as octogenárias integram o grupo de idade acima da expectativa de vida dos dois países. Considerando-se que se tratam de sobreviventes, este foi o público escolhido para a pesquisa. Para além dos números e quantidade de idosos, interessa especialmente saber quais as dinâmicas sociais desenvolvidas e presentes em um cenário aparentemente propício para uma vida mais longa entre as mulheres.

As cidades para busca de participantes foram selecionadas devido à semelhança de seu perfil urbano, socioeconômico e demográfico, que as caracteriza como importantes centros cosmopolitas em seus respectivos países. Além disso, a decisão pelas regiões considerou

a existência de instituições de nível superior com programas de pós-graduação envolvendo as áreas de interesse do trabalho, em especial a Gerontologia, facilitando o acesso às participantes da pesquisa e aos especialistas e pesquisadores. A existência de núcleos sociais que aglutinam idosos na comunidade também foi relevante.

As participantes foram localizadas em centros voltados para a socialização de idosos. Em São Paulo, contou-se com o apoio do Instituto Paulista de Geriatria e Gerontologia (IPGG) e do Núcleo de Convivência para Idosos Projeto Samuel Rangel. Em Madrid, foram feitas parcerias com a Organização Não Governamental (ONG) *Solidarios para el Desarrollo* e o *Centro de Mayores Los Cármenes*, administrado pela *Agencia Madrileña de Atención Social (AMAS)*, subsidiada prefeitura da cidade. Foi solicitado o apoio dos gestores de tais instituições na identificação de idosas que atingissem os critérios de seleção.

Em maio de 2015, foi firmada parceria de orientação com a Prof.^a Dr.^a Paloma Díaz Soloaga, da Faculdade de Ciências da Informação, da Universidade Complutense de Madrid. A especialidade da docente e interesses de pesquisa estão relacionados aos estereótipos femininos e seus efeitos em meios de comunicação. Tanto a professora como a instituição reconheceram o mérito científico e exequibilidade da investigação, aceitando o convite com elogios à proposta. Durante todo o estágio de pesquisa no exterior, a referida docente esteve no apoio ao estabelecimento de parcerias, caracterização dos idosos espanhóis e acompanhamento da investigação de campo.

A coleta de dados, no caso do Brasil, foi realizada no local de preferência das participantes, sendo boa parte a própria residência, o que facilitou o acesso ao acervo particular de elementos e recursos utilizados para compor a aparência. As demais optaram por utilizar os espaços gentilmente cedidos pelos núcleos de convivência parceiros da investigação.

Na Espanha, no caso das participantes do *Centro de Mayores Los Cármenes*, toda coleta foi feita na referida instituição, mediante solicitação de seus dirigentes. Por outro lado, na *ONG Solidarios para el Desarrollo*, foi possível realizar a pesquisa na residência das participantes através de seu próprio consentimento. Em ambos locais, quando necessário, a coleta foi dividida em mais de um encontro.

3.3. PARTICIPANTES

O grupo de participantes foi composto por: 1) mulheres de 80 anos ou mais, brasileiras e espanholas; 2) moradoras a maior parte da vida nas cidades de interesse da pesquisa; 3) participantes da vida comunitária; 4) donas de casa a maior parte da velhice; 5) com renda familiar de até 2300 reais, no caso do Brasil, e 1000 euros, na Espanha; e, 6) baixa escolaridade, o que equivaleria ao ensino fundamental no Brasil e à educação primária na Espanha (ESCUELAS DON QUIJOTE, 2016). No processo de seleção foi solicitado aos gestores das instituições parceiras que apontassem idosas sem comprometimento cognitivo. Ao todo, foram investigadas 20, sendo nove do Brasil e 11 da Espanha.

O conjunto das variáveis estabelecidas buscou dar um contorno compatível a ambos os grupos investigados, possibilitando uma comparação transcultural mais genuína, apesar das esperadas e bem-vindas diferenças culturais. Em especial, a busca por idosas de 80 anos ou mais, de relativas baixas renda e escolaridade, procurou entender como a problemática de pesquisa se comporta em grupos supostamente não valorizados positivamente, sobretudo, pelo campo da Moda e das mídias. Estes, supracitados no levantamento bibliográfico realizado, são vistos como meios de propagação da relação que aqui quer ser entendida como entre estabelecidos e *outsiders*. Questiona-se, em síntese, como ocorre a construção da aparência e seus significados entre mulheres longevas, no contexto da educação informal e engajamento social, nestes grupos de perfil específico, em geral mais excluído e vulnerável, em duas culturas diferentes.

Durante a busca por participantes, demais idosos encontrados nos núcleos de convivência investigados, tanto mulheres como homens que não atendiam ao perfil estipulado, manifestaram grande interesse em participar da investigação. Mostraram-se estimulados pelo tema da aparência e também por ajudar uma pesquisa científica que trata, de certo modo, da forma de apresentação social dos mais velhos. Alguns chegaram a sugerir que fosse feita, mais adiante, uma pesquisa semelhante, mas com um público de perfil diferente, ou que se permitisse incluir pessoas de variadas idades e características neste mesmo estudo. Houve, ainda, alguns interessados que propuseram falsificar a idade, se passando por mais velhos, para poder participar. Notou-se que o tema investigado chamou a atenção dos frequentadores das

instituições parceiras, as quais também incentivaram o desenvolvimento de mais investigações sobre a variável aparência.

3.4. INSTRUMENTO E TESTE PILOTO

O roteiro semiestruturado foi composto por um conjunto de quatro questões centrais. A depender da interação com as participantes, cada pergunta comportava sub-perguntas que poderiam ser acionadas, visando aprofundar a compreensão e adensamento dos aspectos investigados. Foram elas:

- A. Como a senhora compõe a sua aparência na atual fase da sua vida?
 - A.1. Onde a senhora compra os itens para compor sua aparência?
 - A.2. A senhora tem preferência por alguma(s) marca(s)?
 - A.3. A senhora tem algum ritual na elaboração da sua aparência?
 - A.4. A senhora possui combinações para determinadas ocasiões, lugares ou estações do ano?
 - A.5. A senhora costuma organizar as suas roupas e acessórios de alguma forma específica?
 - A.6. A senhora frequenta cabeleireiro ou outros locais no cuidado com sua aparência?
- B. Qual(is) a(s) mensagem(ns) que a senhora quer passar com a sua aparência?
 - B.1. Há uma intencionalidade quando a senhora elabora a sua aparência?
 - B.2. Há cores ou roupas, por exemplo, que a senhora utiliza em eventos ou períodos específicos (ex. preto e luto)?
- C. Na elaboração da sua aparência, quando visa passar uma mensagem, a senhora considera o que é dito por familiares, amigos, mídias e leituras diversas?
 - C.1. Sua família e amigos notam e comentam sobre sua aparência?
 - C.2. A senhora costuma dar ou receber presentes envolvendo itens voltados para a aparência? O que faz quando não gosta de algo que ganhou? Utiliza para agradar quem lhe presenteou?
 - C.3. Sua aparência depende de quem irá encontrar?
 - C.4. Qual(is) meio(s) de comunicação mais consultado(s) pela senhora? Por quê?

C.5. A senhora gosta de ler com regularidade? Que tipo de publicação?

C.6. Os meios de comunicação que utiliza e as coisas que lê influenciam na composição da sua aparência?

D. Quando a senhora considera o que eles falam, isso colabora para o seu envolvimento social?

D.1. Como a senhora percebe isso?

D.2. Como a senhora utiliza isso ao seu favor?

D.3. Quais atividades familiares, sociais ou comunitárias a senhora realiza atualmente?

D.4. Em síntese, a senhora acredita que a forma como a senhora organiza e apresenta a sua aparência está relacionada, de alguma forma, com as relações e informações que a senhora recebe cotidianamente, quando quer se envolver na sociedade e nos grupos que participa?

As aplicações piloto do instrumento, em português e espanhol, foram cumpridas satisfatoriamente. No Brasil, contou-se com o apoio da instituição parceira do curso de Gerontologia da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH), da Universidade de São Paulo (USP), o Núcleo de Convivência para Idosos Projeto Samuel Rangel, além da presença da orientadora da pesquisa. Na Espanha, o teste foi realizado por meio da ONG *Solidarios para el Desarrollo*, que indicou uma possível participante, havendo acompanhamento do piloto pela tutora no exterior e também pela orientadora.

As idosas que se voluntariaram para os pilotos atenderam aos critérios de seleção e permitiram que o teste fosse feito em suas casas. As técnicas etnográficas foram aplicadas concomitantemente. O piloto brasileiro, que ocorreu primeiro, permitiu testar a clareza das questões centrais e organizar as subperguntas, visando o alcance dos objetivos da pesquisa.

Posteriormente, o instrumento passou por alguns ajustes e aperfeiçoamentos, considerando o retorno da primeira participante brasileira, as observações da orientadora e da discente. Por não ter ocorrido nenhuma mudança estrutural na abordagem prevista para o campo e devido a riqueza das informações coletadas, o piloto foi considerado a primeira coleta da pesquisa. Por fim, para ida ao campo espanhol, o roteiro semiestruturado foi traduzido por duas acadêmicas bilíngues, uma espanhola e outra brasileira, para adequação semântica

e revisado pela tutora no exterior antes de ser testado. Segue no apêndice A deste documento a versão espanhola.

As questões e os procedimentos adotados foram considerados adequados e agradáveis pelas participantes dos testes, não sendo vistos como invasivos, nem antiéticos. Ambas relataram ter gostado da experiência, rendendo elogios à importância da pesquisa. Em relação ao contexto estudado, destaca-se que, tendo em vista que os educadores informais discutidos no levantamento bibliográfico são alguns dos possíveis influenciadores da aparência, procurou-se, no decorrer da investigação, apontar demais agentes significativos que fossem mencionados pelas participantes.

Após realização do piloto do instrumento, prosseguiu-se com a coleta de dados. No Brasil, foi realizada entre os meses de maio e setembro de 2015. Na Espanha, foi feita no período de outubro a janeiro de 2016.

3.5. QUESTÕES ÉTICAS

As participantes foram convidadas a conhecer e assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice B) para concessão e divulgação, a fins científicos e acadêmicos, do áudio das entrevistas, do registro de imagens e do acesso aos arquivos e documentos pessoais. O TCLE foi traduzido para língua espanhola e também consta na sessão de apêndices deste documento, nos moldes já citados envolvendo a tradução do roteiro. Destaca-se, ainda, que as participantes tiveram autonomia para impedir o uso de parte do material coletado ou abandonar a pesquisa a qualquer momento, sendo seus dados inutilizados.

3.6. TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

O tratamento e a análise dos dados foram realizados com base nos princípios organizadores do método etnográfico proposto por Geertz (2008), apresentados anteriormente. As entrevistas em ambas as línguas foram transcritas na íntegra pela discente responsável, que fala espanhol fluentemente e já esteve na Espanha para aperfeiçoamento do idioma, bus-

cando, ainda, familiarizar-se com a cultura e observar o envolvimento de idosos na vida comunitária com vistas à elaboração do projeto inicial. A orientadora deste estudo lê e compreende com fluência o espanhol, tendo analisado também todo o material coletado no exterior.

Durante a transcrição das entrevistas, verificou-se recorrências, semelhanças e diferenças nas informações coletadas, posteriormente organizadas em categorias aglutinadoras com auxílio do programa Microsoft Excel. A estruturação das categorias foi complementada pelo tratamento do material coletado na aplicação das demais técnicas, incluindo o material registrado no caderno de campo. Os dados socioeconômicos foram tratados e analisados com uso de estatística descritiva.

3.7. LEVANTAMENTO E REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

O fato do grupo de pesquisa EAPS atuar na investigação da temática aparência e significados na velhice e no processo de envelhecimento há oito anos, possibilitou o acesso a variados pesquisadores, eventos, materiais e discussões pertinentes ao presente estudo. Além disso, o grupo tem parceria com a biblioteca da EACH-USP e as bibliotecárias responsáveis o supervisionam na eleição e acesso às bases de dados bibliográficos relevantes quanto aos objetivos investigados, bem como às palavras-chave, que foram consultadas ao longo de todo mestrado.

Uma base que deve ser destacada e por onde iniciou-se a investigação é a Ageline, base americana especializada que reúne a produção internacional relativa aos temas envelhecimento e velhice. O fato da USP assinar essa e outras bases de interesse, além de disponibilizar vinculação remota, facilitou a continuidade das pesquisas, mesmo no exterior. Além disso, a parceria com a instituição de ensino estrangeira possibilitou acesso a novas pesquisas e textos.

Para esta pesquisa, foi realizado um levantamento relativo aos últimos sete anos em bases e revistas nacionais e internacionais selecionadas, conforme o Quadro 1:

Quadro 1: relação de bases e periódicos consultados por áreas de concentração eleitas para investigação

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO	BASES E PERIÓDICOS
GERONTOLOGIA	<p>Base: Ageline</p> <p>Periódicos nacionais: 1) 60 e mais; 2) Kairós Gerontologia; 3) Revista Brasileira de Ciências do Envelhecimento Humano; 4) Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia; 5) Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento</p>
MODA	<p>Periódicos nacionais e internacionais: 1) <i>International Journal of Fashion Studies</i>; 2) <i>Journal of Fashion Marketing and Management</i>; 3) Revista Dobras; 4) Revista lara</p>
ANTROPOLOGIA	<p>Base: MUSE</p> <p>Periódicos nacionais e internacionais: 1) <i>Body & Society</i>; 2) <i>Journal of Spanish Cultural Studies</i>; 3) Revista Textos e Contextos; 4) Cadernos de Campo; 5) Cadernos Pagu; 6) Revista de Antropologia da USP</p>
MULTIDISCIPLINAR	<p>Bases nacionais e internacionais: 1) <i>Academic Search Premier</i>; 2) JSTOR; 3) Pro Quest; 4) Scopus; 5) Taylor & Francis Online; 6) Scielo; 7) Portal CAPES</p>

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2015

Além das bases e periódicos, também foram consultados livros e literatura menos recente pertencentes aos campos de interesse e que se relacionam essencialmente ao tema de investigação. Nas consultas realizadas, utilizou-se as palavras-chave em língua inglesa *appearance, fashion, image, body* e *beauty* combinadas com termos gerontológicos. As mesmas palavras e termos foram utilizados em português (aparência, moda, imagem, corpo e beleza) nas bases nacionais e em espanhol (*apariencia, moda, imagen, cuerpo* e *beleza*) no acesso às bibliotecas consultadas em Madrid. As combinações estabelecidas são apresentadas no quadro a seguir.

Quadro 2: relação de combinações de palavras-chave com termos gerontológicos selecionados

APARÊNCIA MODA IMAGEM CORPO BELEZA	+	Idosos; sênior; idade, envelhecimento; velhice; longevidade; quarta idade; terceira idade; ageísmo
APPEARANCE FASHION IMAGE BODY BEAUTY		<i>Elderly; senior; age; aging; old age; longevity; fourth age; third age; ageing; ageism</i>
APARIENCIA MODA IMAGEN CUERPO BELLEZA		<i>Mayores; sénior; edad; envejecimiento; vejez; longevidad; cuarta edad; tercera edad; edaísmo</i>

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2015

Outros termos de interesse à investigação são participação social e engajamento social, usados igualmente no inglês e espanhol, combinados com as palavras-chave deste estudo, conforme o quadro 3:

Quadro 3: relação de combinações de palavras-chave com os termos engajamento social e participação social

APARÊNCIA MODA IMAGEM CORPO BELEZA	+	Engajamento social; participação social
APPEARANCE FASHION IMAGE BODY BEAUTY		<i>Social engagement; social participation</i>
APARIENCIA MODA IMAGEN CUERPO BELLEZA		<i>Envolvimiento social; participación social</i>

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2015

Do mesmo modo que nas buscas anteriores, foram levantadas publicações referentes aos termos significativo e significado, conforme demonstra o Quadro 4:

Quadro 4: relação de combinação de palavras-chave com os termos significativo e significado

APARÊNCIA MODA IMAGEM CORPO BELEZA	+	Significativo; significado
APPEARANCE FASHION IMAGE BODY BEAUTY		Meaningful; mean
APARIENCIA MODA IMAGEN CUERPO BELLEZA		Significativo; significado

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2015

Por fim, foram levantados estudos relativos ao termo educação informal, também combinado com as palavras-chave desta pesquisa e traduzido para o inglês e espanhol, conforme apresentado no quadro 5:

Quadro 5: relação de palavras-chave com o termo educação informal

APARÊNCIA MODA IMAGEM CORPO BELEZA	+	Educação informal
APPEARANCE FASHION IMAGE BODY BEAUTY		Informal education
APARIENCIA MODA IMAGEN CUERPO BELLEZA		Educación informal

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2015

A partir do plano de levantamento, obteve-se mais de 7280 resultados de pesquisa nas bases consultadas. Porém, apesar do elevado número de artigos listados, apenas 497 se mostraram relevantes ao estudo, boa parte tangencialmente, abordando de modo mais específico os termos corpo e imagem.

No caso dos periódicos consultados, foi realizada uma busca por artigos relevantes em todas as edições publicadas nos últimos sete anos (2010 a 2016), constituindo um total de 67 trabalhos. Além disso, foram incorporadas 147 referências provenientes do banco de literatura do grupo EAPS, que ultrapassam o escopo do plano desenhado para o levantamento.

Nas bases de dados de Gerontologia, muitos dos resultados se repetem mesmo com as diferentes combinações de termos. O maior número de resultados de busca obtidos em tais bases ocorreu com o uso da palavra *body*. No entanto, em relação a este termo, predominam as publicações sobre questões médicas do corpo.

No material proveniente do campo da Moda, os estudos concentram-se mais no mercado de produtos de luxo e na juventude. O interesse em torno da velhice é pouco frequente nas publicações e, quando estudado, surge principalmente por interesses mercadológicos e relacionados a mulheres. Nos periódicos nacionais, não foram encontrados estudos sobre a velhice e o envelhecimento.

Com relação às palavras-chave escolhidas, de modo geral, foi possível encontrar variados materiais para o estudo, advindos de diferentes campos, principalmente Psicologia, Educação Física e Nutrição. Notou-se, no entanto, que a palavra *appearance* muitas vezes surgia como sinônimo de aparição e que a variável aparência não detém de um conceito amplamente compreendido e utilizado na literatura consultada. A mesma palavra também gerou muitos resultados relativos à aparência de objetos e alimentos. A maior parte dos estudos sobre a aparência trata sobre as mulheres e, quando se tratam de idosas, não haviam estudos sobre longevas (mais de 80 anos) no período revisado. Percebeu-se que há dificuldade de encontrar pesquisas mais específicas sobre a temática em questão e que, portanto, é necessário contribuir com a literatura científica nesse sentido. Novamente, ressalta-se que grande parte dos artigos foram selecionados por estabelecerem algum tipo de relação com o tema estudado e não necessariamente por abordá-lo de maneira direta.

Enquanto os que mais geraram resultados foram as palavras *body* e *image*, os termos *social engagement*, *social participation*, *mean*, *meaningful* e *informal education* foram os que geraram menos resultados, muitas vezes não apontando qualquer referência nas pesquisas. Tal como ocorre com a aparência, percebeu-se que carecem de conceituação e também de estudos específicos. O uso de sinônimos para diferentes finalidades argumentativas não esclarece a relevância desses conceitos.

No caso da educação informal, é possível encontrar pesquisas que discutem os educadores da modalidade, como os que tratam dos meios de comunicação, mas não há clareza de que se relacionam a um segmento social de caráter educativo. Dentre os agentes da educação informal, os mais estudados pelas pesquisas levantadas são as mídias. O engajamento social

e o estudo de significados costumam ser tratados de modo indireto, sendo o último mais abordado em estudos da Antropologia.

No caso das bases de dados, destaca-se que na *Academic Search Premium* a maior parte dos resultados de busca com a palavra-chave *fashion* era relativa a estudos sobre o mercado e o design. Já na base Scielo, o uso da mesma palavra forneceu muitos resultados em língua espanhola, especialmente advindos da Espanha e Argentina.

Em relação aos tipos de estudo, foram encontradas pesquisas tanto quantitativas, quanto de abordagem qualitativa. No entanto, estas últimas respondem de modo mais denso às questões acerca de significados sociais. Há poucas investigações sobre os significados de itens como roupas e acessórios ou mesmo sobre o processo de construção da aparência em diferentes culturas. No entanto, mesmo que ainda em menor número e tratando de forma indireta, muitos estudos reforçam a ideia de que a construção da aparência vem a ser orientada pela educação informal e engajamento social.

Das referências obtidas, a revisão de literatura desta dissertação conta com as publicações do período de 2013 a 2016, mais recentes. O recorte no total de artigos encontrados leva em conta a quantidade de material levantado, o tempo disponível para revisá-lo e, ainda, a inclusão de livros e outros títulos sugeridos pelas examinadoras da banca de qualificação e especialistas espanhóis. Deve-se salientar que ambos, levantamento e revisão, foram efetuados continuamente durante todo trabalho.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados obtidos e analisados são apresentados, a seguir, em uma etnografia organizada em três partes, as quais tratam, por diferentes perspectivas, sobre a construção da aparência das mulheres investigadas e seus significados. No contexto da educação informal e do engajamento social, são descritos os participantes e as intenções nos empreendimentos realizados pelas idosas das duas culturas em questão, apontando semelhanças e diferenças.

A primeira parte discorre sobre o processo de construção da aparência ao longo da vida e seus significados, sob mediação de variados educadores informais e tendo em vista a inserção em diferentes contextos. Em seguida, a segunda parte trata dos modos de consumir produtos e compor um acervo da aparência, este que também é orientado pelos significados do ensino informal e subsidiado pelas relações sociais estabelecidas e desejadas. Por fim, é descrita a utilização da aparência, elaborada com os itens adquiridos e segundo os ensinamentos tomados ao longo de todo processo de construção, para performance em distintos e significativos espaços.

Em acréscimo à descrição dos dados, visando contextualizar o universo simbólico das participantes, são apresentadas ilustrações realizadas pela pesquisadora responsável pelo estudo, elaboradas a partir das vivências e significados da aparência compartilhados pelas idosas estudadas. Também são apresentados painéis fotográficos com imagens produzidas pela pesquisadora e pela orientadora da investigação, que registram parte do acervo da aparência construída pelas participantes.

4.1. O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA APARÊNCIA: EDUCADORES INFORMAIS, TRANSFORMAÇÕES E SIGNIFICADOS

No início do trabalho de campo nos dois países, avançando no processo de familiarização com as participantes, o envolvimento com a pesquisa foi deixando-as muito à vontade e entusiasmadas para falar sobre como vêm elaborando suas aparências. O fato de poder compartilhar um pouco de suas histórias e cotidiano, vendo-se como centro de interesse e em um tema comumente discutido no âmbito da juventude, fez com que a pesquisa se tornasse uma esperança em serem ouvidas e consideradas não apenas pela ciência, mas também pelos mais

jovens, estudantes e intelectuais. Algumas mencionaram a expectativa de apresentar uma ideia sobre os idosos que estivesse além dos discursos da decadência de qualquer tipo e também gerar uma contribuição para a compreensão da heterogeneidade, visando um futuro melhor, em especial, para seus familiares.

Ainda que o foco inicial deste estudo fosse a velhice, ao falar sobre a composição de seu aspecto na fase atual, foi inevitável e imprescindível a todas as participantes mencionar eventos passados de suas vidas, retomando seu processo de envelhecimento e construção da aparência. Essa demanda espontânea já mostrava com clareza que a aparência é fruto de dinâmicas, ações, experiências e escolhas realizadas ao longo da vida. Elaboravam, assim, uma espécie de linha do tempo, justificando seus modos atuais de apresentação a partir de seu conjunto de vivências passadas. O futuro que desejavam também não se fez ausente. Constatou-se, então, que a construção da aparência constitui um processo interdependente, que é realizado ao longo de toda vida, seguindo ativo inclusive nas idades mais avançadas, em acordo com fatores como espaços, papéis e relações sociais, transformações físicas, condições financeiras, entre outros determinantes.

Ao estruturar tal enredo, foi percebido com as senhoras investigadas que a educação informal esteve muito relacionada à concepção de suas estratégias, significados, rituais e cuidados diários da aparência. Neste sentido, de modo geral, também foi possível notar significativo impacto das memórias do tempo de infância, muitas vezes retomado para justificar a maneira como realizam escolhas e tratam de sua aparência até hoje.

Como já detinham de baixa renda nessa época, também marcada por conflitos mundiais e locais, não puderam terminar os estudos primários dadas suas realidades socioeconômicas, fato lamentado pela maioria. Muitas tiveram que trabalhar na roça, ocupar-se dos afazeres de suas casas ou aprender ofícios, como o corte e costura, para ajudar suas famílias. Algumas comentaram que, enquanto isso, os estudos institucionalizados foram providos a irmãos homens ou mais jovens. Dessa forma, as participantes tiveram poucas oportunidades de acesso à educação formal e, assim, seus familiares tornaram-se desde cedo um de seus principais meios de (in) formação. Essa lógica se estendeu para a vida adulta, quando construíram suas próprias famílias. Desta vez, os filhos e netos eram os eleitos à escola (ilustração 1).

Ilustração 1: o fim da vida escolar

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Para brasileiras e espanholas, a educação recebida em casa é considerada primordial, pois, como dito por uma das participantes, “tudo que você aprender de bom na família, você vai levar para a vida inteira”, inclusive “no modo de se vestir, no modo de viver, modo de se tratar”. Boa parte acredita que, mesmo que se tenha estudos superiores, a base para formação de qualquer pessoa está na família. Nesse sentido, uma outra investigada relatou:

uma pessoa que tem uma boa criação, uma boa orientação, eu costumo dizer que não é a faculdade que dá educação. Faculdade não dá educação para ninguém, dá sabedoria, porque a educação traz de berço.

Friedman (1990) diria que para entendermos estratégias culturais e locais, no caso de vestir e se comportar, é necessário levar em conta de onde elas emergem historicamente. O status que os aspectos socioculturais assumem para diferentes gerações na escala social, de tempos em tempos e em diferentes grupos, igualmente nos ajuda a entender a centralidade

da educação informal ao longo da vida das entrevistadas, apesar das diferenças transculturais ora investigadas.

4.1.1. Infância: berço da aparência

Durante toda a trajetória das idosas participantes da pesquisa, a família se mostrou influente em diversos momentos e aspectos. Porém, foi na infância que teve maior poder sobre suas decisões para a aparência, considerando que eram mais dependentes, influência que se perpetuou no tempo. Notou-se também que diferentes familiares têm alternado o posto de educadores informais, posição que depende do respeito, afeto, autonomia e independência das participantes. Quando crianças, os pais eram os principais educadores, dado que eram seus provedores e responsáveis. Em seguida, no caso de algumas, vinham tios e avós, que muitas vezes moravam na mesma casa ou eram vizinhos, o que facilitava sua participação na educação informal de sobrinhos e netos.

Nos primeiros anos de vida das participantes, dentre variados temas, estes parentes procuravam ensinar-lhes sobre aspectos morais e de gênero considerados apropriados, inclusive ao modo de se vestir e comportar. Eram frequentemente guiados por princípios religiosos, em geral católicos, como a humildade e a pureza.

Figura 1: traje especial para primeira comunhão de uma participante espanhola

Fonte: arquivo pessoal de uma participante

Em ambas culturas, prezava-se sobretudo pela concepção de decência, que, em termos de aparência, estava relacionada a esconder ou não expor muito o corpo. Ou seja, não usar roupas muito decotadas, justas e curtas que fizessem ver seios, costas e coxas, vestuário visto como vulgar e próprio de mulheres mal faladas, sem vergonhas ou prostitutas, figuras abominadas pelos familiares.

Além disso, havia também uma valorização do conceito de naturalidade na aparência, entendendo-se que não era bonito ou elegante modificar os traços físicos originais – o que se relaciona também à ideia de pureza e inocência – principalmente por meio de maquiagem. Esta, se utilizada, deveria ser bastante dosada para não parecer ridícula feito uma palhaça, como elucidado por várias brasileiras e espanholas.

A figura 1 ilustra, de acordo com uma entrevistada espanhola, o referido conceito de pureza, inocência e recato que aprendeu logo nos primeiros anos de infância. Nestes termos, a ilustração 2 abaixo reforça a instrução de gênero, vinculada ao que era entendido como natural e que deveria se manter intacto na construção do feminino ao longo da vida.

Ilustração 2: ser natural

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Assim, ainda na infância, uma outra questão recorrente foi a de usar roupas consideradas próprias para meninas, bem como comportar-se como tal. Em outras palavras, deviam vestir-se com saias e vestidos, peças vistas como femininas, com comprimentos dos joelhos

para baixo, além de não sentarem de pernas abertas, realizarem movimentos com delicadeza e, principalmente, estarem sempre limpas. Como o dito ensinado por mães de algumas das espanholas, higiene relacionava-se com senso de beleza e disciplina: “não é mais limpa a que mais limpa, senão a que menos suja”¹. Um outra completou, ainda: “a limpeza acima de tudo. Mesmo que você não se pinte, que se lave. Que tenha a roupa limpa”².

Tais concepções de feminilidade, decência e naturalidade na aparência seguem vivas até hoje entre as participantes. Percebe-se que as vestimentas funcionam, no caso, como indicadores de quão significativo é o passado no presente (SCHEMES, DUARTE & MAGALHÃES, 2015). As investigadas têm procurado apresentar, através de elementos que compõem a aparência, memórias que edificam e se relacionam com seu caráter e forma de estar nas relações que fazem parte, delineados desde à infância.

Quanto às roupas, brasileiras e espanholas relataram que quando crianças uma peça ainda não bem vista para meninas era a calça. Segundo os pais, um traje exclusivamente masculino. Uma exceção para o uso da calça ocorria no caso das que trabalhavam em zonas rurais e somente no exercício da função era permitido que as vestissem para não serem picadas por insetos. Portanto, uma questão de segurança, não de gênero.

Uma das participantes da Espanha, como exemplo, contou que para andar de bicicleta foi preciso adaptar uma de suas saias, transformando-a em uma saia-calça. De acordo com ela, modelagem menos semelhante à calça propriamente dita, que seguia proibida. Outra participante, brasileira, revelou que desejava desde criança usar calças porque pareciam mais cômodas que as saias e vestidos. Porém, sua mãe não permitia e, inclusive, era ela que confeccionava as roupas de toda família – algo comum na época, segundo as investigadas. Fazia roupas que cobriam do pescoço aos joelhos, blusas com mangas até os cotovelos e nada de minissaias ou saias que “dá um vento, levanta tudo”, como explicou a participante em entrevista. Ela só pode realizar o sonho de utilizar cotidianamente calças compridas quando se mudou para a cidade de São Paulo na década de 1950, já casada e com dois filhos. Porém, ainda

¹ Trecho traduzido livremente do espanhol. Versão original: “no es más limpia la que más limpia, sino la que menos mancha”.

² Trecho traduzido livremente do espanhol. Versão original: “la limpieza sobre todo. Aunque no te pintes, que te laves. Que tenga la ropa limpia”.

mediante aprovação do marido – que passou a ocupar o posto de influenciador da aparência, antes protagonizado pelos pais.

Por outro lado, uma participante brasileira que já vivia em São Paulo quando jovem contou que na época usava calças compridas. No entanto, em visita a parentes de outra região, vestindo uma calça azul marinho de lã, não foi bem vista, sendo denominada com desdém como “a moça de São Paulo”. O painel 1 representa sua postura e resistência frente a preceitos morais e de gênero insinuados por parentes, como o sentar de pernas fechadas ou brincar de bonecas. Ela relatou ainda que por conta do uso da calça era constantemente reprimida por primos e conhecidos da família que viviam no local, os quais teciam comentários sobre seu modo de se apresentar, considerado inadequado para uma menina e “moderninho” demais, como explicou ela. Hoje, entre as investigadas dos dois países, a calça é a peça mais utilizada.

Painel 1: fotos da infância da idosa que era considerada "moderninha"

Fonte: arquivo pessoal de uma participante

Como visto em diversos registros históricos sobre o vestuário e a aparência (CRANE, 2006; BLACKMAN, 2011; ARAÚJO & LEORATTO, 2013; CARSTAIRS, 2014; BROWN & KNIGHT, 2015; CAMPOS, 2015) e mesmo observando a gama de roupas e produtos de beleza atuais oferecidos por variadas marcas, o gênero, ao longo de anos, tem sido um organizador das vestimentas e também da aparência como um todo. Mais do que para delimitar cortes ou tipos de costura, ele vem a servir como um critério de adequação e aceitação, no caso, de

vestes, penteados, cosméticos, acessórios, comportamentos e cuidados da aparência para performance social.

Porém, aliado ao gênero, observou-se que outra variável sociocultural relevante no campo investigado é o poder geracional. Na época da infância, em geral, os familiares de brasileiras e espanholas demonstravam resistência às propostas de aparência que envolviam o uso de calça e também o excesso de maquiagem, a exposição do corpo, porque estavam fora dos padrões morais e de gênero ensinados e cultivados por anos entre as diferentes gerações. Tal fato dialoga com o estudo de Elias e Scotson (2000) sobre o estabelecimento e fortalecimento de determinado grupo social por meio do cultivo de tradições.

Para os parentes das investigadas, conforme relataram, a mulher deveria expressar feminilidade, cujos símbolos eram considerados presentes nas saias e vestidos. Além disso, precisava comportar-se com o esperado como serenidade e recato (figura 2), ser submissa a homens e pessoas mais velhas, ter cuidado no falar, demonstrar a habilidade esperada para ser mãe e esposa, em geral, presentes na noção de cuidadoras. A polêmica em torno da calça para meninas é um exemplo que revela a dificuldade de introduzir mudanças e estabelecer acordos sobre a aparência em um cenário de distintas gerações, desafios que são fruto, em parte, da educação recebida em casa que deveria ser reproduzida.

Figura 2: posturas consideradas de meninas em foto de uma participante brasileira

Fonte: arquivo pessoal de uma participante

Como visto no caso da senhora paulista que usava calça desde criança, a educação provida pela família nos primeiros anos de vida também teve forte relação com o local de sua origem. A maior parte das entrevistadas foi nascida e criada em cidades pequenas de caráter rural ou, no caso da Espanha, nos chamados *pueblos*, denominação dada a regiões que se

encontram nos arredores das capitais e que, em geral, são mais humildes, menos povoadas e estão distantes da cultura cosmopolita.

Enquanto nesses ambientes era difícil escapar do modelo de gênero comentado anteriormente, já nos grandes centros, segundo as participantes, efervesciam as últimas modas, como a tal calça feminina. Para elas, diferente da pessoa dita do interior, caipira ou de *pueblo*, a da capital tende a ser mais elegante e moderna, dado seu maior acesso à informação, oferta cultural, convivência com pessoas de alto nível econômico e social. Tal fato faz com que, inclusive, as novidades em termos de produtos diversos tenham seus lançamentos concentrados nessas regiões. Duas participantes paulistas, irmãs, explicaram que a aparência é um instrumento para distinção de origens e, ainda, que o modo de vestir dos *pueblos* tem melhorado com a chegada de pessoas da capital nestas regiões:

Participante 1 – Sempre vivemos em Madrid, porque nossos pais são de Madrid. E isso se nota muito. Se nota muitíssimo. Bom, tem gente que não, mas eu tenho amigas que não são daqui, mas talvez já casadas e inclusive não casadas, mas já idosas, e se nota isso.

Participante 2 – Outro estilo.

Participante 1 – Outro estilo.

Pesquisadora – Ah, então tem a ver com o lugar, onde se vive?

Participante 1 – Claro. É que nos *pueblos* não se vive como em Madrid. Nunca se viveu como em Madrid. Agora até que sim, hein?

Participante 2 – Agora sim, porque agora nos *pueblos* vai gente que vive na cidade. E vai aos *pueblos*. As que vivem no *pueblo*, como a sogra da minha filha, vive no *pueblo* e vai bem vestida sempre, mas bem, hein?

Participante 1 – Bom, não vou falar da vestimenta. Vou falar da maneira de falar, de se expressar. É outra maneira.³

³ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original:

Participante 1 – *Hemos vivido en Madrid siempre, porque nuestros padres son de Madrid. Y eso se nota mucho. Se nota muchísimo. Bueno, hay gente que no, pero yo tengo amigas que no son de aquí, pero a lo mejor ya casadas e incluso no casadas, pero ya mayores, y se las nota.*

Participante 2 – *Otro estilo.*

Participante 1 – *Otro estilo.*

Investigadora – *Ah, entonces tiene que ver con el lugar, donde has vivido?*

Participante 1 – *Claro. Es que en los pueblos no se vive como en Madrid. Nunca se ha vivido como en Madrid. Ahora ya que sí, sí, hein?*

Participante 2 – *Ahora sí, porque ahora en los pueblos va gente que vive en la ciudad. Y va a los pueblos. Las que viven en el pueblo, la suegra de mi hija, vive en el pueblo y va bien vestida siempre, pero bien, hein?*

Participante 1 – *Bueno, no voy a hablar de la vestimenta. Voy hablar de la manera de hablar, de la manera de expresarse. Es de otra manera.*

A questão dos modos e preferências de vestir relacionados ao local de origem também foram observados por Galak et al (2016), que consideram que o entorno e o status de determinado local influenciam a construção da aparência. Essa ideia alude ao descrito por Goffman (1985), sobre construir o aspecto pessoal e a performance social em acordo com o cotidiano que se vivencia.

Nesse contexto e valendo-se do relato das participantes, entende-se que localidade de origem representa a maneira de se apresentar socialmente, que vem a depender do ambiente cultural em que se vive, das observações e relações estabelecidas nele, dos hábitos e crenças, os quais constituem meios informais de aprender sobre a vida em sociedade, ao longo do tempo. Mesmo que um dos critérios de seleção das participantes fosse ter vivido a maior parte da vida em uma grande capital, as origens infantis no ambiente rural, por exemplo, se sobressaíram em relação a outras influências existentes no caso das que advém das cidades interiores e *pueblos*.

Nestes locais, brasileiras e espanholas concordaram que, como a população dessas regiões costuma ser menor, fica mais fácil observar e marcar os moradores pela aparência, de forma que é necessário cuidado especial para não virar alvo de fofocas e rotulações difíceis de serem esquecidas, parte da preocupação que seus pais tinham. A aparência tornar-se, nas pequenas localidades, ainda mais, um marcador da diferença e ordenação social (CRANE, 2006; SIMMEL, 2014).

Um evento importante, neste sentido, citado no contexto das cidades pequenas, foi a missa de domingo. Notou-se nas duas culturas uma alta importância e respeito dados aos eventos religiosos, havendo forte presença da educação cristã. Porém, a missa não era considerada apenas exercício de fé: era também oportunidade de se apresentar e envolver socialmente. Desse modo, a roupa de domingo deveria ser especial, diferente e melhor do a que se usava na semana. Afinal, a aparência demonstrava o respeito pela ocasião e interesse por envolver-se conforme o esperado. Eventos como a missa fundamentam a ideia predominante entre as participantes, até os dias atuais, de reservar as melhores peças de vestuário, joias vistosas, uso de maquiagem e salto alto para momentos especiais.

A ilustração 3 representa uma concepção de traje para esse tipo de ocasião em acordo, ainda, com ideais de gênero e preceitos morais vivenciados pelas participantes desde a infância. Na missa ou outro evento considerado solene, prevaleciam o uso de saias e vestidos que

cobriam o corpo, a limpeza e o aspecto entendido como natural, além da cobrança por uma postura de recato, quase como uma santa, conforme expressaram.

Ilustração 3: roupa especial, mas decente

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Esta estratégia está fundamentada também na preocupação que os pais e outros familiares tinham em passar uma boa imagem da família, especialmente na cultura espanhola, em que o histórico por trás de um sobrenome é muito importante para o reconhecimento social. E visto que uma impressão errada podia prejudicar um retrato exemplar que vinha sendo construído há anos, a contenção frente às mudanças era vista como necessária. Notou-se também que, dadas suas condições financeiras e escolaridade precárias, os pais procuravam suprir essas carências e manter a dignidade familiar por meio do trabalho duro e da aparência, portadora da tradição.

Nesse sentido, desde cedo ensinaram às participantes que, ainda que não se tivesse muito, o importante era vestir-se bem com o que se tinha: ir decente, limpa, bem passada, sem roturas e penteada – elementos que demonstravam o zelo familiar. Em acréscimo, uma participante espanhola contou o que aprendeu com sua mãe em relação ao custo-benefício na compra de sapatos:

minha mãe me ensinou sobre o calçado que, se você não podia ter mais que um par de sapatos, que fossem bons [...] Esse foi o conselho que minha mãe me disse, “se

você não pode comprar”, quando comecei a querer isto, querer aquilo, entende? Isso me disse minha mãe.⁴

Dessa forma, entre as investigadas permanece até hoje a lógica de investir o pouco que se tem em produtos com melhor qualidade, mesmo em se tratando de um perfil de baixa renda. Elas afirmaram que comprar roupas, calçados, cosméticos e outros que sejam confeccionados com bons materiais compensa o gasto, uma vez que tendem a durar mais, ser mais cômodos, resolver melhor o problema. De acordo com brasileiras e espanholas, como popularmente conhecido, “o barato sai caro”.

Durante o período da infância, no que tange à construção da aparência, constatou-se então que haviam mais semelhanças que diferenças entre as participantes do Brasil e da Espanha. A distinção estabelecida por elas está em torno do estilo de vestir e compor a aparência, entendido como mais apurado quando se nasceu e cresceu nas cidades investigadas. No entanto, ainda que de diferentes origens, as investigadas compartilham do mesmo aprendizado sobre o vestir-se decentemente e como mulher. Também foi comum a valorização do entendido como natural, vista como preservação da genuinidade do aspecto físico. Por fim, em termos da educação informal, a família e, em especial, os pais, foram os que mais influenciaram e controlaram a aparência das investigadas, sobretudo com o intento de prepará-las para a vida social e manter a dignidade familiar.

A partir do observado no tempo de criança, percebeu-se que desde cedo as participantes estiveram envolvidas e alocadas em hierarquias de gênero, de classe social, de cultura de origem e geração. Baseados em características sexuais, os pais e outros parentes procuravam identificar as investigadas pela composição da aparência e estabelecer espaços e papéis entendidos como femininos, constituindo então atributos de gênero, os quais apontavam o que cabia a meninos e meninas ou homens e mulheres. Valendo-se das contribuições de Almeida (2013), o gênero era, assim, um organizador social de diferenças, não apenas de sexo, mas principalmente de oportunidades e acessos.

No que diz respeito à hierarquia de classes, foi observada a importância do trato da aparência para compensação de status econômico inferior, tal como havia sido descrito por diferentes autores que fundamentam esta pesquisa (CRANE, 2006; LIVRAMENTO, HOR-MEYLL

⁴ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: *mi madre a mí me enseño con el calzado que si no podías tener más que un par de zapatos, que fueran buenos [...] Ese consejo mi madre me lo dijo “si no te puedes comprar”, cuando yo empecé a querer esto, querer lo otro, me entiendes? Lo dijo mi madre.*

& PESSOA, 2013; KARL, HALL & PELUCHETTE, 2013 e 2016). Já no que tange ao posicionamento por origens e estrutura familiar, viu-se que a relação estabelecidos e *outsiders* (ELIAS & SCOTSON, 2000) ocorria entre capitais e zonas campestres, pais e filhos, adultos e crianças, homens e mulheres. Percebe-se ao longo da infância das participantes constantes determinações de superiores e inferiores, educadores e aprendizes, que tratavam do estabelecimento e cumprimento de modelos, no caso, de aparências, que representam de forma naturalizada, até hoje, a educação recebida desde o berço. A seguir, o quadro 6 aponta uma síntese dos principais determinantes que constituem a construção da aparência na infância das entrevistadas dos dois países.

Quadro 6: síntese da construção da aparência na infância

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

4.1.2. Juventude: moda *versus* tradição na aparência

Chegada a adolescência, como a condição financeira de ambos os grupos seguia baixa, as participantes dos dois países não puderam retomar o estudo escolar, deixado na infância. Segundo elas, também não alcançaram essa conquista porque na época entendia-se que a educação formal não era essencial às mulheres, para as quais se premeditava o futuro de dona de casa, como explicou uma das espanholas:

meus pais consentiam tudo ao meu irmão. Sim (porque era homem). E nós (participante e sua irmã) nada. E inclusive deram mais estudos e melhor educação a meu irmão que a nós duas, porque como as meninas se casam e logo já ... ao meu irmão,

professores, para que conseguisse isso e para isso. A nós: “bom, que aprenda o que...” Isso foi uma discriminação total.⁵

Dessa forma, durante a juventude a educação informal continuava muito presente na construção de suas aparências (painel 2). Os pais ainda eram seus provedores, o que mantinha seu significativo poder sobre as decisões. Porém, ainda quando jovens, despertaram certo senso crítico, opinião e aspirações. Vinham tentando conquistar alguma autonomia na elaboração de sua apresentação pessoal. A exemplo, uma das participantes brasileiras relatou que, mesmo com a proibição do pai, tentava como podia usar o tão desejado batom:

eu sempre usei (batom). É engraçado. Solteira eu não usava, porque meu pai não gostava. [...] Eu usava escondido. [Risos]. Porque ele saía de manhã para trabalhar e minha mãe estava deitada ainda, né? E eu passava um batonzinho.

Na Espanha, uma outra participante procurava se impor ao pai, segundo ela muito “mandão e dominante”⁶, para usar um traje que estava na moda. Contou sobre um dia em que saíram para comprar roupas e já não conseguia conter seu contragosto com as escolhas do patriarca:

um dia, não me lembro se era um terninho que eu queria. Antes se usava muito o terninho. Sabe o que é? Saia e blazer. Pois fomos (participante e seus pais) à loja que era de um amigo conhecido e nada. Eu não gostava de nada que ele tinha. E meu pai: “pois isto não está mal”. E minha mãe não opinava muito. E digo: “não se incomode, porque não vou vestir isso, porque eu não gosto e não”. E não compramos.⁷

⁵ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*mis padres consentían todo a mi hermano. Sí (porque era hombre). Y a nosotras (participante y su hermana) nada. E incluso le han dado a mi hermano más estudios y mejor educación que a nosotras porque como a las chicas se casa y luego ya ... a mi hermano, profesores, para que sacara eso y para eso. A nosotras: ‘bueno, que aprenda lo que...’ Eso ha sido una discriminación total*”.

⁶ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*mandón y dominante*”.

⁷ Trecho traduzido do espanhol. Versão original: “[...] *un día, no me acuerdo si era un traje de chaqueta que yo quería. Antes se llevaba mucho el traje de chaqueta. Sabes lo que es? Falda y una chaqueta. Pues fuimos (ella con su padre) a esa tienda que era de un amigo conocido y nada. A mí no me gustaba nada de lo que tenía. Y mi padre: “pues esto no está mal”. Y madre no opinaba mucho. Y digo: “no te molestes, porque no me lo voy hacer con esto, porque no me gusta y no”. Y no lo compramos.*

Painel 2: algumas das participantes durante a juventude

Fonte: arquivo pessoal das participantes

Foi na adolescência que, de acordo com as participantes, elas começaram a sentir-se vaidosas e estiveram mais interessadas e envolvidas com a moda. Para as investigadas, a moda é a oferta mais atual de roupas, acessórios e cosméticos, além de atitudes e comportamentos, introduzidos nas sociedades principalmente via artistas, pessoas de maior poder aquisitivo e meios de comunicação. A moda é ainda, como dito por muitas, “o que todo mundo está usando”.

Ilustração 4: o que todo mundo está usando

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

No tempo da juventude, para as participantes, estar na moda era mais do que seguir uma tendência local ou internacional: era a concretização do desejo de parecer com as outras meninas de seu entorno (ilustração 4) e participar de um grupo através de um estilo. Em outras palavras, naquela época era importante usar a roupa ou penteado do momento para ter amigas, participar de espaços e eventos, receber convites, ser notada e não destoar entre os demais jovens. Assim, uma justificativa comum quando explicavam fotografias da adolescência foi “usava porque era moda”.

Tanto brasileiras quanto espanholas comentaram que nessa época recebiam mais o julgamento alheio sobre sua aparência, pois sentiam-se mais inseguras. Também por essa razão procuravam seguir a moda conforme podiam, para estar como a maioria e não chamar uma atenção negativa – o que na infância significava não seguir a tradição. Nesse sentido, percebeu-se o descrito por Scalco e Pinheiro-Machado (2010), as quais apontam que o estar na moda, especialmente para as classes menos favorecidas, é uma passagem da exclusão para a inclusão social. Segundo as autoras, ter a peça da moda vem a indicar o pertencimento a uma rede de relacionamentos e significados (ilustração 5). Por essa razão, mesmo com recursos escassos, muitas das participantes aproveitavam de habilidades com costura para confeccionar os modelos da estação e consegui-los por menor preço.

Ilustração 5: na moda com as amigas

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Para saber que modelos eram estes, observavam o que se vestia nas ruas, o *look* e porte das atrizes, cantoras, rainhas e princesas, além de pessoas da mesma idade que interessavam – o que aponta desde cedo uma adequação da aparência segundo critério etário. A observação permanece até hoje entre as participantes como um de seus principais métodos para estar a par do que consideram moda atual.

Sobre a escolha de referenciais de moda, notou-se que as investigadas tendem a selecioná-los, além da idade, pelo gênero e estilo de vestir. Ou seja, seus ícones de moda costumam ser mulheres que tenham características físicas semelhantes às suas e se vistam de uma maneira que lhes pareça agradável e interessante. Foi percebido também que a classe social da pessoa referência não é muito relevante, porque, ainda que não se tenha acesso aos mesmos itens, segundo elas é possível preparar adaptações. Porém, em geral, as figuras que inspiram as participantes costumam ser do mesmo nível ou superior ao delas em termos de renda. E nem sempre são famosos, se tratando muitas vezes da própria mãe, uma irmã, prima, vizinha ou amiga.

No entanto, não somente os pais, a moda e diversas mulheres que estavam ao redor influenciaram a construção da aparência das participantes durante a juventude. Também eram considerados os rapazes, paqueras e possíveis pretendentes, para os quais elas se arrumavam visando obter atenção e elogios. Percebeu-se mais uma vez que, desde cedo, a aparência vinha sendo utilizada como instrumento para envolver-se socialmente, conquistando, agora, relações com amigas, rapazes, namorados, para além do círculo familiar, primeiro núcleo de socialização.

A partir da análise de arquivos fotográficos notou-se ainda que, durante a adolescência, as participantes que usavam peças consideradas mais modernas, como a minissaia ou a calça (figura 3), que vinham sendo incorporadas ao guarda-roupa feminino jovem, advinham de São Paulo ou Madrid. Quando indagadas sobre a aceitação para uso dessas roupas, visto que antes a calça já era um grande problema, uma resposta se repetiu: era moda. Explicaram também que as saias ou vestidos mini e as calças de antigamente não eram peças tão curtas ou justas quanto as de hoje, para elas mais chocantes e reveladoras.

Figura 3: foto de uma participante espanhola que usava calças quando jovem

Fonte: arquivo pessoal de uma participante

Por outro lado, as participantes provindas das cidades interioranas e *pueblos* utilizavam modelos de aparência muito próximos dos da infância. Seguiam usando vestidos e saias, com elementos como bordados, rendas e plissados, entendidos como delicados e femininos, como apresentado no painel 3. Percebeu-se que as famílias destas investigadas detinham de forte inclinação religiosa, que continuava muito presente na educação dada pelos pais. Neste contexto, os comprimentos curtos ainda não eram bem vistos, tal como a supracitada calça feminina, pois não estavam de acordo com os conceitos morais e de gênero de seus familiares.

Painel 3: trajes, de uma brasileira e uma espanhola, considerados femininos

Fonte: arquivo pessoal das participantes

Dessa forma, durante a juventude, os pais ainda estavam bastante envolvidos com a construção da aparência da maioria das brasileiras e espanholas consultadas e eram guiados pelos princípios prevalentes em seus locais de origem, mesmo perante o fascínio que o mundo extrafamiliar, representado pela concepção de moda, repercutia no curso de vida dessas senhoras. No entanto, de modo geral, todas procuravam seguir os modismos da época, em acordo com a permissão da família, condição financeira e idade. Observou-se desde essa época uma normatização do critério etário como regulador dos modos de vestir e se comportar. Em registros históricos do século XX consultados nesta pesquisa (CRANE, 2006; BLACKMAN, 2011), nota-se uma prevalente adesão da idade como base para construção da aparência, principalmente na segunda metade do período. De acordo com Debert (2004 b), durante o século XX, em especial nas duas últimas décadas, nota-se uma preocupação maior das pessoas com a idade cronológica, que passa a ser utilizada na organização social e jurídica de diferentes sociedades, prescrevendo-se comportamentos, direitos e deveres específicos a diferentes faixas etárias.

A cópia de modelos (LIPOVETSKY, 2009; SIMMEL, 2014), no caso, legitimados principalmente por grupos de amigos e pessoas da mesma idade, também foi percebido na juventude das participantes. Na época, entre os jovens, percebeu-se que as investigadas procuravam ocupar uma posição legitimada socialmente como estabelecida (ELIAS & SCOTSON, 2000), reconhecendo e seguindo os modismos que constituíam modos de inclusão social. Nesse contexto, questiona-se a possível relação entre a imitação e o critério etário, uma vez que parecer com alguém de idade semelhante, em especial com traços físicos aproximados, supostamente seja mais fácil, soe mais coerente ou adequado.

Em síntese, no que tange à educação informal, quando jovens, os familiares das participantes seguiam como educadores ao lado de amigas, figuras públicas, vizinhas e mulheres do cotidiano. A aparência vinha sendo cada vez mais entendida como meio e estratégia de envolvimento social. Seus alvos principais já não eram parentes e seus conhecidos, mas especialmente colegas da mesma idade e pretendentes amorosos. Se comparado à infância, tinham um maior senso crítico e poder sobre o que vestiam, vindo a se tornar mais fortes em termos de escolhas quando saíram da casa de seus pais. O quadro 7 apresenta uma síntese dos principais determinantes da construção da aparência das investigadas durante a juventude.

Quadro 7: síntese da construção da aparência na juventude

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

4.1.3. Vida adulta: aparência entre a casa e o trabalho

Painel 4: fotos de brasileiras e espanholas na vida adulta

Fonte: arquivo pessoal das participantes

A saída da casa dos pais e a mudança para outra cidade, no caso das que não nasceram em São Paulo ou Madrid, foram eventos que marcaram o início de uma vida mais independente para as participantes. Nesse período, frequentavam eventos noturnos, viajavam, às vezes desacompanhadas, no caso das solteiras, e bebiam cerveja ou outros alcóolicos, como apresenta o painel 4. Estando em território próprio, construído ao lado do marido ou sozinha, romperam com restrições que não faziam mais sentido a elas perante a mudança cultural. Uma das principais, sem dúvida, foi relativa ao uso da calça comprida.

No dia a dia agitado das grandes cidades, em que se tinha que circular em transporte público cheio, subir e descer muitas escadas, carregar bolsa e sacolas, enfim, movimentar-se continuamente, o uso da calça fazia muito sentido. E não em termos apenas estéticos, mas também de inclusão e funcionalidade diante dos novos papéis e espaços sociais que as entrevistadas passaram a ocupar. De acordo com as investigadas, tendo em vista a rotina como mãe ou de trabalho, no caso das que estiveram envolvidas com algum ofício – ou, ainda, as duas coisas ao mesmo tempo – passou a ser importante para elas dispor de conforto e praticidade na aparência.

Como a calça possibilitava mais movimentos com as pernas, também as cobriam e protegiam melhor no frio, não exigia tanta cautela ao sentar-se, não saía voando, não deixava margem para ver a roupa íntima ao subir no ônibus, não teve jeito: para essa nova fase, foi preciso incorporar a peça e tudo que ela significava. Porém, por trás de uma suposta obrigação fomentada pela loucura dos centros urbanos, havia também certo gosto e prazer em poder vestir uma calça – coisa que muitas queriam fazer desde criança. Uma das participantes brasileiras elucida sobre a transição dos padrões de aparência da infância, guiados pela moral religiosa, para a adaptação à vida adulta na cidade grande, orientada pela moda e funcionalidade:

[...] antigamente era proibido, a gente não podia entrar na igreja de calça comprida, sabe? Eu sou daquele tempo, eu sou antiga. Tem muita coisa antigamente que a gente não fazia. Depois que, assim, deixou a calça comprida para mulher à vontade, eu nunca mais usei saia.

Quando indagada sobre ter ficado triste com o rompimento do antigo padrão de aparência, ela contestou: “não, não fiquei triste, porque era moda. E a gente se sentia mais à vontade, né? Porque aí o progresso, aumentou o povo. Você tomava um ônibus de vestido, que geralmente era saia rodada, na hora de sair enroscava a saia, porque era muita gente”. As sensações de alegria, conforto e pertencimento, compartilhadas por diferentes participantes em relação à estreia da calça comprida em seus guarda-roupas, são representadas na ilustração 6.

Ilustração 6: estreando a calça comprida

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Somente uma entre todas as participantes, brasileira, que demonstrou forte ligação com suas origens, a vida no interior e o catolicismo, permanece não usando calças. Ela disse preferir saias e vestidos, na sua opinião mais bonitos e cômodos, e que usou calças somente quando foi extremamente necessário: para trabalhar na roça, para fazer ginástica e para participar de um grupo de dança que frequentava.

No decorrer da vida adulta, por outro lado, as participantes dos dois países não se distanciaram da ideia de decência e naturalidade aprendida com a família. Observavam em seu entorno o que a maioria estava vestindo, o que gerou aceitação por detalhes como cores, estampas e modelagens, mas sem deixar de lado a essência de seu caráter construído, principalmente, com os pais.

Além de observar o que as pessoas utilizavam pelas ruas, brasileiras e espanholas estavam atentas também ao que era usado por irmãs, cunhadas, amigas e companheiras de trabalho, ainda mais quando eram de idade próxima a delas. Com estas mulheres que lhes serviam de referência e inspiração, trocavam também roupas, sapatos, dicas e opiniões, estas nem sempre favoráveis, como comentou umas das participantes: “é, o esmalte também eu usava colorido. A minha cunhada também era meio chata. Ela falava: ‘ah, você machucou os dedos’? Eu dizia: “machuquei, faz tempo”.

A partir de seu repertório informal, as investigadas seguiam moldando seu estilo de compor a aparência, sem deixar de ter certo senso crítico. Ainda que na fase adulta estivessem interessadas pelo que era moda ou recebessem críticas de algum parente, procuravam filtrar de toda informação que conseguiam aquilo que lhes agradava e parecia coerente com seus princípios e possibilidades de manter-se engajada.

No caso das que estiveram no mundo do trabalho, este meio exerceu também significativa influência na construção da aparência das participantes. Dentre as profissões, uma parte esteve trabalhando em escritórios de empresas públicas e privadas, outra em confecções e indústria têxtil e algumas em negócios familiares ao lado do marido. Qual fosse a profissão, para todas, a aparência era entendida como muito importante para estar envolvida no meio profissional. Uma das participantes brasileiras comentou sobre os investimentos regulares que fazia nesse sentido:

[...] quando trabalhava, acho que devido a profissão, eu era secretária lá, encarregada do departamento de crédito e cobrança, né? Então, eu tinha que ir no cabeleireiro, mas eu nunca liguei muito para cabelo não. Mas na época que eu trabalhava sim. Todo ano eu fazia um guarda-roupa novo. Ia no cabeleireiro toda semana. É, toda semana ia ao cabeleireiro, né. É, é (um investimento). Porque eu tinha que me apresentar bem lá, na firma que eu trabalhava. Eu lidava muito com os representantes da firma, os vendedores. Eu tinha ligação direta com a diretoria. Então, eu tinha que representar bem. Não, não (lhe cobravam por isso). Não cobravam não. Isso era uma coisa que eu achava que devia ser assim.

Em acréscimo, uma outra participante, analfabeta, viúva depois de dez anos de casada e com quatro filhos, relatou a respeito de uma inesperada mudança em seu visual feita para manter-se no emprego que havia conseguido:

[...] o chefe pediu. Ele falou: "a única coisa que eu vou pedir para a senhora, que essa máquina é perigosa". Aí: "ah, então não quero". Aí ele falou: "não, a senhora só corta o cabelo", porque tinha que usar uma touca e, com o peso do cabelo, sai. A touca sai e tem que usar a touca. Ele falou: "então a senhora corta, para não acontecer nada com a senhora. E a roupa também é tudo bem justa. Nós vamos tirar a medida para fazer para a senhora". É, justa. Não podia andar de roupa muito ...

Visto que a participante afirmou não gostar de roupas muito justas ou reveladoras, quando indagada sobre o uso desse tipo de vestuário no trabalho, ela respondeu:

não, só para trabalhar! Só para trabalhar. Nem calça comprida eu usava. Eu usava vestido e saia. É (roupa justa e cabelo curto) só para trabalhar, né? Quando eu vinha embora, de vergonha, eu amarrava um lenço (risos).

Durante a vida profissional, notou-se que a aparência esteve relacionada à obtenção de respeito e reconhecimento de colegas de trabalho e superiores, como apontado por diferentes autores (CRANE, 2006; CAVICO, MUFFLER & MUJTABA, 2013; KARL, HALL & PELUCHETTE, 2013 e 2016), bem como à manutenção do próprio emprego. O trabalho e a moda foram, assim, motivos para mudanças e investimentos na aparência ao longo da fase adulta. E, no caso especial das que trabalharam em confecções de vestuário, também cresceu um maior senso estético e minúcia ao modo de vestir.

As participantes que atuavam em confecções trabalharam sob supervisão bastante detalhista. Contaram que, ainda que já costurassem antes de conseguir o emprego, aí parecia que não sabiam de nada. O viver a costura de maneira profissional era diferente: exigia mais e melhor em cada trabalho realizado. Por essa razão, estas investigadas afirmaram que até hoje são muito observadoras no que tange à roupa, tratando com muito carinho e apreço cada peça que possuem. Uma parte delas, inclusive, segue produzindo e ajustando o próprio vestuário. O próprio armário vem a ser tratado como um bem material (CRANE, 2006).

Muitas das roupas que as participantes costureiras usavam eram feitas com materiais e moldes ganhados no trabalho. Esse era um presente que lhes poupava custos e, ainda, garantia que estariam na moda ao usar tecidos e cortes da estação utilizados nas coleções elaboradas por suas empresas. O trabalho na confecção foi assim, um meio de se manterem arumadas e engajadas, ao usar trajes correntes, quando adultas e com poucos recursos.

Nos ateliês de costura aprendiam que os cortes e caimentos dependiam do tipo de corpo para ficar bem. A mais valorizada era a entendida como forma magra, na qual tudo parecia vestir melhor, segundo as investigadas. Porém, tratava-se de uma magreza com curvas, definindo bem busto, cintura e quadris, também apreciados. Nesse sentido, uma das participantes costureiras contou sobre o cuidado que tinha com a dieta para manter-se nos padrões com os quais convivia no trabalho:

[...] de qualquer forma, eu estou gorda agora, mas o tamanho que sempre tenho estado é o 46. Porque eu fazia a comida (para o marido e filhos) e para mim sempre fazia à parte. Mas já não me serve de nada, como estou muito sentada. Pois não me

serve de nada. E começava a ganhar barriga. É que nós que costuramos não gostamos dos gordos. Não que não gostemos. É que a roupa cai pior neles. Isso é verdade. Porque barriga, bumbum.⁸

As participantes costureiras, no entanto, não eram meras ouvintes nas lições de corte e confecção que tiveram com seus superiores. Também trocavam experiências sobre o vestuário e ideias de como estabelecer combinações, inclusive de lingerie, como relatou uma das espanholas:

quando eu estava com minhas companheiras (de trabalho), já tirando o uniforme, dizia a elas: “como podem ser assim”? E me diziam: “o que foi agora? Vamos ver, aponte nossos defeitos”. “É que não se pode levar uma calcinha rosa e um sutiã preto! Isso, quando vocês tiram a roupa e seus maridos as vêem assim, devem perder a vontade de tudo”.⁹

No caso das participantes casadas, os maridos de fato eram figuras relevantes à aparência. Mesmo que muitas tenham dito que viviam em sociedades machistas, onde os homens eram privilegiados em variados aspectos e muito controladores, afirmaram que no que tange a seu visual os cônjuges não impunham opiniões. No limite, faziam, sugestões ou comentários sobre pintar cabelos brancos, vestir roupas que achavam bonitas, comprar itens novos de vez em quando, ir ao salão de beleza ou, como dito pelo marido de uma das espanholas em relação ao uso de maquiagem: “por que você não se ilumina um pouquinho”?¹⁰. De modo geral, os maridos gostavam de ver que suas esposas se preocupavam com a aparência e ter uma mulher bem arrumada era motivo de orgulho – porque também refletia um suposto bom casamento (painel 5).

Em um dia de entrevista, uma das espanholas contava por que em seguida iria ao cabeleireiro. Ela queria estar bonita para ver o amado marido, que sempre havia feito elogios a

⁸ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “[...] *de toda manera yo gorda estoy ahora, pero siempre la talla que más he estado es en la 46. Porque yo hacía la comida y para mí siempre hacía aparte. Pero ya no me sirve de nada, como estoy muy sentada. Pues no me sirve de nada. Y me empezaba a echar barriga. Es que las personas que cosemos no nos gustan los gordos. No que no nos guste. Es que les sienta peor la ropa. Eso es verdad. Porque barriga, culo*”.

⁹ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*yo cuando estaba con mis compañeras, ya quitando el uniforme, les decía yo: ‘como sois así?’ Y me decían: ‘qué nos pasa ahora? A ver, sácanos los defectos’. ‘Que no se puede llevar una braga rosa y un sujetador negro! Eso, cuando os desnudéis y vuestros maridos os vean así, si les debe quitar las ganas de todo’*”.

¹⁰ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*por qué no te iluminas un poquito?*”

sua aparência. Assim, ainda que seu companheiro estivesse em uma clínica para pessoas portadoras da doença de Alzheimer e já não se lembre mais dela ou qualquer outra pessoa da família, era importante estar presente em todas as visitas semanais e arrumada tal como ele gostava de vê-la.

Painel 5: fotos de participantes espanholas e seus maridos em festas

Fonte: arquivo pessoal das participantes

Uma outra participante, brasileira, contou que nos primeiros anos de casada era muito feliz com o marido e isso a motivava a se cuidar regularmente. Mais tarde, em um episódio de traição e ofensas verbais contra sua aparência por parte dele, a investigada relatou que se sentiu tão depreciada que desde então passou a ter muito receio de se expor. Disse que procura até hoje estar arrumada, limpa, de cabelo penteado, com boa roupa, mas sendo bastante discreta, voltando aos cuidados e segurança do modelo infantil quase. Ela confessou que o trágico fim de seu casamento e o fato de ter sido traída abalaram muito sua autoestima, segundo ela ainda não recuperada totalmente.

Por outro lado, outras participantes casadas buscavam conciliar os interesses dos maridos com seu gosto pessoal. Mesmo que por vezes não estivessem em acordo, as investigadas mantinham como podiam preferências das quais não queriam ceder. Uma brasileira contou como fazia para estar alguns momentos com seu batom vermelho, favorito, sem que o marido,

qual não aprovava essa maquiagem, soubesse: “[...] precisa de ver. E aí meu marido trabalhava de caminhão, às vezes cruzava na rua, a gente cruzava. E às vezes que eu cruzava estava com (batom) [faz gesto tapando a boca]. Ele me dava bronca”.

Mesmo as que, por vezes, se impunham às vontades do marido, tinham uma preocupação em não envergonhá-lo com sua aparência usando itens como peças curtas, muito decotadas ou justas, transparentes, penteados extravagantes, maquiagem pesada, que conotavam uma mulher que queria se exibir para os outros, especialmente homens, o que não era bem visto. Notou-se que havia uma concordância entre os limites de decência e naturalidade dos cônjuges e dos pais – afinal, muito possivelmente, esposa e marido haviam recebido educação semelhante. O traje de noiva utilizado por uma das participantes na figura 5 representa a incorporação destes ideais morais e de feminilidade, com as flores, o uso do branco e do véu, além do corpo bastante coberto, como sinais de respeito ao matrimônio.

Figura 4: foto de casamento de uma participante espanhola

Fonte: arquivo pessoal de uma participante

Em uma outra esfera, percebeu-se que as solteiras durante toda vida, mesmo com alguns namorados no meio de suas trajetórias, quando adultas tinham suas aparências mais centradas no mundo do trabalho. Uma destas participantes, agora aposentada, contou que atualmente não se maquia regularmente, só de vez em quando, em uma data especial. A respeito das senhoras que seguem se maquiando até hoje, ela disse:

olha, quando se completam alguns anos e já se nota que você é velho, passar (maquiagem), bom, tem gente para tudo, mas tem mulheres que parecem máscaras. Esse é o meu conceito. Claro que tem muitas mulheres que o fazem porque seus maridos gostam que estejam muito pintadas. Porque, claro, tem muitos motivos, eu acho.¹¹

A construção da aparência das investigadas na vida adulta, no entanto, não esteve somente relacionada ao trabalho e casamento. As transformações físicas surgidas nessa fase, como as primeiras linhas de expressão e ganho de peso depois de gestações, também influenciaram o modo como geriam seu aspecto pessoal. Foi nessa fase que começaram a ver mais defeitos em si mesmas e, assim, querer esconder braços flácidos, pernas com varizes, barriga protuberante, seios menos firmes depois de tanto amamentar, os primórdios dos cabelos brancos, etc., características vistas como sinais de decadência e de pouco status social.

Uma participante espanhola que teve nove filhos contou como foi difícil compor um guarda-roupa enquanto esteve em gestação. Estava sempre alternando peso e medidas, precisando trocar constantemente de roupas. A sorte, segundo ela, era o marido que trabalhava em uma grande loja de departamentos e podia comprar vestuário para toda família com bom desconto.

Outra questão da vida como mãe é que os filhos passaram a ser a prioridade nas finanças dos casais, de modo que o investimento na aparência teve que ser reduzido e colocado em um segundo plano. Ainda assim, todas as mães afirmaram que procuravam fazer o melhor que podiam por seu visual, o que segundo elas era importante para dar bom exemplo para os filhos e passar boa imagem de sua família – modelo da infância que se repetia. O carinho e zelo na criação dos filhos é representado pelo painel 6, quando comentavam a respeito das fotos de família.

¹¹ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*mira, cuando se cumple años y se ve que ya eres viejo, el ponerte, bueno, hay gente para todo, pero hay mujeres que parecen máscaras. Bueno, ese es mi concepto. Claro que hay muchas mujeres que se lo hacen porque al marido le gusta que se vaya muy pintada. Porque, claro, hay muchos motivos, yo creo*”.

Painel 6: fotos de participantes espanholas e seus filhos

Fonte: arquivo pessoal das participantes

Quando os filhos estavam maiores, continuava importante estar arrumada, agora para não constrangê-los em eventos, como os organizados pelas escolas ou chamar a atenção de outros homens que não seus pais. Uma das espanholas, que é divorciada, contou que depois da separação, com os filhos criados e trabalhando em um ateliê de costura, determinou que dedicaria mais do seu tempo ao cuidado da aparência. Um dos filhos, porém, temendo que a mãe arranjasse um namorado, de vez em quando a repreendia, em relação às roupas principalmente. Ela disse que tentava não chateá-lo ou envergonhá-lo, mas seguia investindo com prazer em seu visual, sem deixar de ser decente ou aparentar exageros.

Dessa forma, entre a influência do trabalho, das amigas, das ruas, da moda, do marido e dos filhos, as investigadas de modo geral procuravam cuidar de suas aparências, experimentar novos modelos e atualizar-se quando parecia necessário. Porém, sem perder os significados da decência, naturalidade e feminilidade cultivados desde a infância – até porque eram qualidades bem vistas no trabalho, no casamento e no exercício do papel de mãe.

Ilustração 7: look versátil

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Nota-se, na fase adulta, em especial, que a expectativa e, em certa medida, cobrança, dos filhos, maridos, colegas de trabalho e da moda eram inferidas pelas participantes e incorporadas a seu visual, a fim de manter relações e corresponder ao esperado em diferentes contextos (GOFFMAN, 1985). Buscavam conciliar as recomendações para a aparência esperada fornecidas pelos variados agentes informais com os quais estavam relacionadas e seu próprio gosto, o qual iam delineando à medida que tinham certa independência e autonomia para fazer escolhas. Ao mesmo tempo, também procuravam estabelecer visuais versáteis, que pudessem se adaptar a todos os seus papéis e rotinas como mãe, esposa, dona de casa e trabalhadora, representados na ilustração 7. Posteriormente, com a morte ou separação do marido, a saída dos filhos de casa e o fim da vida profissional, o senso de liberdade passou a ser ainda maior. O quadro 8 sintetiza os determinantes da construção da aparência, agora, na vida adulta das investigadas.

Quadro 8: síntese da construção da aparência na vida adulta

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

4.1.4. Velhice: aparência como reflexo dos modos de envelhecer

Com a sensação de dever cumprido após o fim do casamento, a saída dos filhos de casa e o término da vida laboral, a maior parte das participantes afirmou que foi na velhice (painel 7) que tiveram mais tempo e recursos para olhar e investir mais nelas mesmas, como apontado também pela pesquisa de Rodrigues e Justo (2009). Muitas comentaram a alegria de hoje poderem tomar decisões financeiras e administrar seu dinheiro, ainda que pouco, sozinhas e sem grandes preocupações. O fato de terem conseguido adquirir uma casa própria, conquista da maioria, também favorece a reserva de suas economias para outros gastos e gostos. Assim, seguem podendo realizar investimentos em suas aparências, pelas quais mantém expressivo interesse.

Painel 7: fotos de algumas das participantes na velhice

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Depois de passadas muitas décadas, com o aprendizado da infância, sobre o valor de adquirir produtos de qualidade, chegaram à velhice com um amplo acervo de roupas, sapatos, bolsas, lenços, joias ou bijuterias, entre outros itens de longa validade, alguns com mais de dez anos. O painel 8 apresenta, como exemplo, a variedade de camisas de uma brasileira, que procura diversifica-las com estampas variadas, possibilitando, segundo ela, diferentes combinações.

Painel 8: variações de estampas de um mesmo modelo de camisa usado por uma brasileira

Fonte: Andrea Lopes, 2015

Em acréscimo, a figura 6 retrata uma das participantes quando apresentava um de seus armários para as muitas peças que possui atualmente.

Figura 5: uma das brasileiras apresentando seu armário

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2015

As participantes contaram, no entanto, que ao longo da vida foram introduzindo e descartando peças por alguma necessidade. Por exemplo, uma mudança de tamanho ou por desgaste do material já muito usado; por não se identificar mais com certo estilo de vestir; pelo que estavam vivendo e pelas pessoas com as quais estiveram relacionadas.

Assim, foram afinando o senso em torno do próprio gosto pessoal e do que realmente valia a pena em termos de aparência, tendo concluído que o clássico proporciona maior custo-benefício, uma vez que permanece atual e adequado para diversas ocasiões. Isso fez com que desenvolvessem uma espécie de padrão em sua apresentação, como comenta uma das brasileiras: “é, o meu tipo de roupa é sempre o mesmo, né? Muda cor, estampa, mas o modelo é o que adaptou em mim. É, eu me adaptei a esse modelo. Então, eu me sinto bem. Como é fácil, então não tem problema. E eu gosto de estar bem arrumadinha”.

Os atuais modelos de aparência das participantes consideram também as diversas transformações físicas que procuram administrar: manchas na pele, flacidez, problemas na coluna, varizes, alergias, perda ou ganho de peso e alterações na visão foram os mais citados. Dessa forma, estabeleceram seu visual com braços mais cobertos, pele protegida por protetor solar – algumas ainda usam chapéus, calças e mangas compridas para isso – sapatos que não provoquem dor nas costas, nas pernas ou quedas, cosméticos sem cheiro forte, maquiagem leve, nada muito justo no corpo e dieta balanceada.

Segundo às investigadas, estes cuidados definem uma idosa adequada, que não nega a idade e se cuida, lidando com suas transformações físicas de maneira decente e sábia. Elas não procuram frear o envelhecimento ou rejuvenescer, mas sim compensar as perdas percebidas em seus corpos com boas estratégias de vestir (SCHEMES, DUARTE & MAGALHÃES, 2015). Com essa aparência, tentam ainda fugir dos estereótipos comuns estabelecidos por elas: o de “velha”, em um sentido pejorativo, e “assanhada”, como intitulado por uma das brasileiras.

A qualidade de assanhada, para as participantes, é inapropriada em qualquer idade. Este modelo é definido por elas, em termos de aparência, como uma mulher que mostra demais: exhibe as pernas, ainda que com manchas ou varizes; usa decotes pronunciados na frente e nas costas; pendura colares e brincos exageradamente grandes; deixa as unhas muito compridas e com esmaltes pouco convencionais; calça saltos bastante altos e que fazem barulho; marca ou deixa ver a barriga nem sempre malhada; passa maquiagem e perfume fortes; senta

sem postura, de pernas abertas; dá encima dos homens; e se mais velha, tenta se comportar como moça. Nas palavras de uma das brasileiras, “muito chegada”.

Por outro lado, observou-se que o uso pejorativo da palavra “velho” não está relacionado necessariamente a um critério ou preconceito etário, mas sim a atitudes e comportamentos na forma de apresentar-se socialmente. O termo, no contexto da aparência, é empregado pelas participantes para nominar um conjunto de características que significam desleixo em qualquer idade, segundo elas: roupa suja ou desgastada; cabelo despenteado; cara triste ou fechada; rabugice; e falta de higiene com o corpo.

Em muitos momentos da pesquisa, as investigadas alternavam entre os significados da palavra velho. Quando falavam delas ou de alguns outros conhecidos de idade semelhante, o termo estava relacionado a seus muitos anos ou larga experiência de vida, sendo visto como algo positivo. Porém, às vezes, também usavam contraditoriamente tal palavra para denominar pessoas vistas como decadentes, despreocupadas com a aparência ou, ainda, distantes dos modelos de terceira idade atuais, percebidos como mais positivos. Como diferenciado por uma das participantes em relação a seu estilo: “eu sou idosa, não sou velha”.

A definição de idoso, nesse caso, se aproxima do conceito de terceira idade, que vem a significar um modo mais positivo de envelhecer, focado nos ganhos da velhice principalmente para fins mercadológicos, tal como descrito por Debert (2004, a). Neste cenário, no que diz respeito à aparência, ser “idosa” significa superioridade, maior refinamento ou adequação em termos de como apresentar-se bem na velhice, enquanto “velha” denomina um conjunto de características entendido como *outsider* (ELIAS & SCOTSON, 2000).

Conforme o que explicaram sobre estes conceitos de aparência, dos quais procuram estar distantes, notou-se que as participantes tratavam de significados aprendidos na infância e no cotidiano. A assanhada é o modelo imoral repudiado pelos pais, oposto a suas ideias de decência e naturalidade. A velha é o modelo imoral presente em ambas culturas, que tendem a ver a velhice principalmente por suas perdas, transformando a palavra “velho” em um rótulo para o que não é bom e apreciável, tal como aponta parte da literatura consultada (DEBERT, 2004 a; FERREIRA et al, 2014 b; WITTER & GAMA, 2015; DIAS, PAÚL & WATANABE, 2014).

Para construir suas aparências sem tais pejorativos, as investigadas têm recorrido a seus princípios e a amigas da mesma idade, em geral dos núcleos de convivência ou da igreja

que frequentam, além de irmãs e algumas poucas celebridades de sua geração. Uma das brasileiras revelou de fato já ter feito um corte de cabelo da atriz brasileira Suzana Vieira, enquanto uma das espanholas acha que o creme Pond's é bom porque a celebridade espanhola Carmen Sevilla disse que usa.

Seja colega, parente ou famosa, mais uma vez a escolha de referenciais está baseada na moral, no gênero e na idade. Em outras palavras, não buscam inspiração em pessoas para elas indecentes, homens ou outra identidade de gênero e muito mais jovens, não procurando aparentar menos anos inclusive – mas sem deixar transparecer certo orgulho quando alguém diz que não parecem ter a idade que têm. As participantes entendem que o ser percebida como mais nova significa, na verdade, a demonstração de alegria, saúde, cuidado pessoal, vontade de viver, entre outros fatores socialmente vistos como exclusivos da juventude. Em outras palavras, parecer mais jovem significa aceitação, correspondência às expectativas relacionais na atualidade, nos dois grupos investigados.

Uma outra questão que tem influenciado a construção da aparência das investigadas na velhice são as mudanças realizadas nas modelagens de algumas peças de vestuário. Com o passar dos anos e a transformação de seus corpos, em parte também pelo conceito de decência, deixaram de usar peças que não lhes conferia o aspecto desejado. Por exemplo, a calça jeans, que uma das participantes disse que vem sendo confeccionada com cinturas cada vez mais baixas e pernas muito ajustadas.

Neste contexto, também tiveram que buscar alternativas para substituir produtos que saíram de linha. Na maior parte das vezes eram citados cosméticos que foram extintos, como colônias que não encontraram mais ou absorventes, usados para conter a incontinência urinária, que trocaram de material e começaram a causar alergias. Quando precisaram de conselhos para encontrar substitutos, recorreram mais uma vez a irmãs e amigas, além de profissionais como cabeleireiros e manicures. Como exemplo, uma das participantes brasileiras disse que passou a usar o creme Rugol porque sua cabeleireira recomendou, dizendo ser muito melhor para a pele do rosto que outros da marca Avon.

Depois de 80 anos ou mais, as investigadas viram passar diversos produtos voltados para a construção da aparência, que surgiam e desapareciam das prateleiras do mercado com os modismos de cada época. Também tiveram que conviver e adaptar-se às mudanças em termos de códigos de vestimenta, como comentou uma das brasileiras: “antigamente a gente

ia a um teatro, a gente ia de luva, disso, daquilo, meia de seda. Agora não, agora se eu estiver assim (jeans, blusa regata, sapatilha) eu vou. Não é? Não é mais como antigamente”. E acrescentou em relação a uma viagem realizada anos atrás:

quando eu fui viajar, fazer meu primeiro passeio de navio, em 1979, ah, fiz vestidos maravilhosos. Para viajar no navio. Agora você vai viajar num navio, está todo mundo de qualquer jeito. De chinelo, né? Quando eu viajei não. Tinha noite de gala. E um jantar com o comandante, não sei se isso existe mais. Eu viajei num navio português, chamava Funchal. Todo mundo de gala.

Segundo às participantes, elas procuram estar a par das mudanças nos códigos sociais de vestimenta e das novidades da moda, mas, sobre esta última, sem consumi-la cegamente. Incorporam o que esteja de acordo com seus critérios de idade, gênero e moral, além, claro, de seus recursos financeiros. Assim, a maioria afirma com certo orgulho que não segue a moda, que outrora definiram como “o que todo mundo está usando” – no entanto, em termos de visual, são muito parecidas com boa parte das mulheres de sua idade, tal como tentam ser. Semelhanças de estilos, formatos e materiais de variadas peças utilizadas pelas investigadas, tanto brasileiras como espanholas, podem ser observadas nos painéis de 11 a 16. Muitas das peças lembram os significados da aparência aprendidos e reproduzidos desde cedo, como recato, simplicidade, discrição e feminidade.

Painel 9: bolsas de participantes brasileiras

Fonte: Andrea Lopes, 2016

Painel 10: bolsas de participantes brasileiras e espanhola

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Painel 11: broches de participantes brasileiras e espanholas

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Painel 122: correntinhas usadas por participantes brasileiras e espanholas

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Painel 13: brincos de participantes brasileiras e espanholas

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Painel 14: relógios de participantes brasileiras e espanholas

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Painel 15: óculos de participantes brasileiras e espanholas

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Painel 16: sapatos de participantes brasileiras e espanholas

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

O estudo de Schemes, Duarte e Magalhães (2015) também se deparou com idosas que, mesmo de perfil socioeconômico diferente, tinham aparência muito semelhante e afirmavam não seguir a moda. Os autores consideram, assim, que roupas iguais podem ter significados diferentes dependendo da pessoa e do contexto social em que esta se insere, de forma que as variadas vivências do cotidiano vêm a influenciar e diferenciar a composição e significação do aspecto pessoal.

Johnson et al (2008) consideram que a roupa é um objeto de estudo muito complexo em termos de significados e reações geradas. Segundo os autores, em análise de estudos sobre vestuário e comportamento, as roupas são frequentemente confundidas com outros itens

da aparência como maquiagem, estilo de cabelo, limpeza, expressão facial e acessórios, tornando difícil especificar o impacto exato do traje em um conjunto tão amplo de elementos. Para Friedman (1990), ainda, a localidade e a impressão sobre os valores de outras culturas são relevantes à compreensão da significância dada a determinada peça de vestuário ou acessório em certo espaço social.

Mesmo afirmando não seguir a moda ou o que todos estão usando, as participantes disseram observar as senhoras de igual faixa etária ou próxima. Notou-se que a observação do que mulheres da mesma idade usam, por vezes, as influenciou a adquirir novas peças, antes não cogitadas para seus acervos. Como contou uma das brasileiras, foi depois de ver uma amiga do núcleo de convivência que frequenta usar uma blusa vermelha, cor que disse não ter aprendido a usar ou combinar bem no vestuário, que passou a enxergar a possibilidade de incorporar o que deixava a amiga “tão bonita”. Mais uma vez, os modos de compor a aparência são fundamentados em características geracionais e etárias.

As investigadas também estão atentas aos modelos utilizados por mulheres dos programas de televisão que acompanham, embora tenham afirmado que esse não é seu foco e sim os conteúdos apresentados, incorporando somente o que venha a chamar sua atenção. A televisão (TV) é o meio de comunicação eletrônico mais utilizado por todas, que têm ao menos um aparelho em casa e, em geral, com programação aberta. Costumam assistir a jornais, programas de culinária, filmes, novelas, desenhos animados e outros que consideram leves para passar um tempo livre, detestando fofocas, violência e cenas de sexo.

Na Espanha, algumas senhoras disseram ver também desfiles de moda na TV. Para elas, às vezes há *looks* bonitos, boas ideias de combinações, mas de vez em quando é difícil entender propostas menos convencionais. Uma das espanholas disse articular possibilidades de compor a aparência a partir do que vê em desfiles: “se eu vejo um desfile, minha imaginação me diz: ‘se eu estivesse em uma situação, eu pegaria o terno dessa senhora e a saia da outra e faria uma composição’. Sim, observo bastante, sim. E sou muito crítica”¹².

Mesmo de baixa renda e imaginando-se que não potencialmente relacionadas a outros universos de classe, notou-se que as investigadas da Espanha apresentavam conhecimento

¹² Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*si veo un desfile, mi imaginación me dice: ‘si yo estuviera en una situación, yo cogería el traje de esta señora y la falda de la otra y haría mi composición’. Sí, observo bastante, sí. Y soy muy crítica*”.

sobre marcas e designers renomados, especialmente os nacionais, como Ágatha Ruiz de la Prada e Balenciaga, e também outros europeus. Uma delas demonstrou apreço e orgulho em exibir por produtos da marca espanhola Tous, que foram ganhados de familiares:

[...] e me disse a enfermeira: “tudo o que você usa é da Tous”. Olha, você vê? Tenho isso da Tous, uso a bolsa. Este não, é de outra marca. E diz: “você tem a bolsa da Tous, a pulseira da Tous”, diz a enfermeira quando me vê. Diz: “você usa tudo da Tous”. A pulseira, olha, da Tous, está vendo? Esta, é a insígnia. O Tous. É uma joalheria importante.¹³

Ademais da TV, amigas, família e profissionais de beleza, as participantes dos dois países, na velhice, passaram a dar especial atenção aos conselhos de saúde dados pelos médicos. Procuram seguir à risca as recomendações dadas por eles, sendo as principais: evitar o sol para não manchar a pele e cuidar da alimentação, visando controle do peso e de enfermidades como a diabetes.

Assim, em razão do dito por dermatologistas, ortopedistas, nutricionistas, geriatras e outros especialistas, se tornaram assíduas no uso de proteção solar, tanto por meio de loções quanto pelo uso de roupas mais compridas; eliminaram o salto alto que prejudica a coluna e provoca quedas; usam diariamente acessórios como joelheiras, que são camufladas com calças ou saias longas; se preocupam com a hidratação da pele, mais sensível com a idade; optam por sabonetes e *shampoos* para nenês porque são menos agressivos; entre outros cuidados que vão aprendendo em suas consultas. Apesar de gerar benefícios à saúde, percebe-se que esse conjunto de ações de autocuidado, no entanto, pode vir a provocar o sentimento de negligência frente àqueles que não o exercem por diversas razões, tal como descrito por Debert (2004 b) em relação ao conceito de reprivatização da velhice, proporcionando culpa àqueles que supostamente não querem aprimorar o próprio envelhecimento.

Nesse sentido, há também a consideração de certo saber médico popular para o trato da aparência. São indicações de plantas, chás, mistura de produtos, alimentos e experimentos variados que amigas, vizinhos, parentes e conhecidos afirmam gerar bons resultados no ca-

¹³ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “[...] y me dice la enfermeira: ‘todo lo que traes es de Tous’. Mira, me ves? Que tengo eso de Tous, voy con el bolso. Este no, es de otra marca. Y dice: ‘tienes el bolso de Tous, la pulsera de Tous’, dice la enfermera cuando me ve. Dice: ‘traes todo de Tous’. La pulsera, mira, de Tous, la ves? Este, es la insignia. El Tous. Es una joyería importante”.

belo, pele, pés, unhas, etc. Recomendam ainda práticas até então inusitadas, mas que afirmam ser eficazes, como a de passar perfume no cabelo úmido para fixar melhor e sentir o cheiro dele o dia todo, exemplo compartilhado por uma das brasileiras:

eu não sei onde que eu aprendi, mas eu aprendi com alguém, que aí eu passei a fazer. [...] Eu sempre ponho uns pinguinhos assim, faz a massagem que penetra no cabelo. Depois a gente fica deitada, a gente sente o perfume.

Para continuidade do trato da aparência na velhice, participantes do Brasil e da Espanha, ainda que eventualmente contem com a ajuda de filhas, netas e profissionais de beleza, têm optado por cuidados que sejam simples e possam ser realizados sozinhas. Por essa razão, disseram que vêm utilizando cortes mais curtos de cabelo e boa parte deixou a tintura, assumindo os fios brancos. Assim, evitam dores no braço ou a perda de habilidade para mexer no penteado, ou ainda as horas no salão de beleza cuidando de longas madeixas e também da vida alheia. A figura 7 e o painel 17 apresentam, ainda, acessórios de cabelo utilizados para diversificar ou complementar o visual. Na ilustração 8, são representados modelos de corte, penteado e cores de cabelo observados entre as investigadas.

Figura 6: presilha de cabelo de uma participante espanhola

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Painel 17: adornos de cabelo de participantes brasileiras e espanholas

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Ilustração 8: modelos de penteado

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Em vista da violência das grandes capitais, reservaram as joias que acumularam ao longo da vida com receio de serem roubadas e sofrer agressões nas ruas. Demonstraram ainda preocupação em ter algo significativo e valioso para deixar a filhos e netos, como alianças de casamento e colares de pérolas. Dessa forma, decidiram utilizar bijuterias para ter mais segurança no dia a dia e herança aos parentes queridos.

A figura 8 apresenta a diversidade de colares de uma participante brasileira, que disse usar bijuterias atualmente não apenas pela segurança, mas também por sua condição financeira. Dessa forma, as bijuterias ajudam a variar e atualizar seu acervo com mais frequência. Em seguida, os painéis 18 e 19 mostram outros tipos de joias e bijuterias utilizadas por idosas dos dois países.

Figura 7: colares de uma participante brasileira

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2015

Painel 18: colares e correntinhas de participantes brasileiras e espanholas

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Painel 19: anéis de participantes brasileiras e espanholas

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Para estarem prontas para suas rotinas, disseram optar por roupas práticas, confortáveis e versáteis – o que não deve ser confundido com desleixo, segundo elas. As participantes afirmaram que estar com roupas muito apertadas, que “ficam pegando”, difíceis de vestir, bolsa que vazia já é muito pesada, sapato bonito que machuca o pé, unha que não dá para manusear direito as coisas, colar e brincos pesados, entre outros carrascos do corpo e da performance da aparência não valem a pena. Sufocam, prendem, não deixam à vontade. A sensação de conforto com a aparência construída é retratada na ilustração 9.

Ilustração 9: estar à vontade

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Brasileiras e espanholas afirmaram que o estar à vontade com suas aparências é importante para desempenhar suas atividades diárias, sejam domésticas ou sociais. Assim, para bem consigo mesma existe também certa preocupação estética, de modo que buscam estabelecer combinações não apenas confortáveis, mas também bonitas. O painel 20 apresenta detalhes nas armações de óculos de duas participantes que são, segundo elas, um toque pessoal no acessório.

Painel 20: detalhes de óculos de participantes brasileiras

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Nesse sentido, há um conjunto de regras e códigos a serem seguidos. Quando usam uma peça estampada, as outras devem ser neutras, sem estampas. O mesmo se uma peça for colorida ou de cor vibrante. Usar tudo preto fica muito pesado, parece que está triste ou de luto. Vai bem combinar a bolsa com o sapato e o cinto. Estar atenta se quando se sentou no sofá não amassou a parte de trás do penteado. A sombra dependerá da cor dos olhos, que se claros ficam bem com azul. A ausência de brinco é como estar pelada. Raiz branca aparecendo é desleixo. Esmalte pela metade da unha também. Quando calçar sandália, bom fazer o pé. Enfim, dezenas de detalhes que para as participantes fazem efeito no visual, podendo deixar alguém deslumbrante ou horrorosa.

Em resumo, como dito por uma delas, é preciso: “não passar do limite, mas ir bonita”.¹⁴ Roupas, acessórios, maquiagem e demais elementos necessitam ser minuciosamente orquestrados, como explicou uma das espanholas:

eu sou incapaz, por exemplo, hoje, de me maquiar com uma sombra verde! Porque eu não estou usando nada para passar uma sombra verde. Ainda que meus olhos sejam verdes, mas eu não estou usando nada. Então eu hoje estou com azul, mas mais clarinho. Se uso marrom, pinto os olhos com marrom. Então, são coisas que são absurdas para algumas pessoas e alguns diriam: “ah, com a idade que temos, não vou passar essas coisas”. Pois eu sim as observo. Eu sim as observo. Eu gosto muito disso.¹⁵

Além das regras e códigos para construir uma aparência entendida como bonita e harmoniosa, nota-se que as participantes, por vezes, necessitam administrar expectativas ou cobranças alheias em relação aos modelos de apresentar-se adequadamente em determinada idade. Nesse sentido, uma das brasileiras acrescenta:

não saio na rua sem batom e sem um brinco. Tenho vários brincos, tenho uma bolinha cheia de batom. Mas eu sempre uso a mesma cor, difícil eu mudar a cor do batom, muito difícil. E brinco eu fiz esse furinho a mais aqui, porque eu queria mais um furinho, né? [Risos]. Esse aqui faz uns cinco anos que eu já tenho, aí todo mundo fala: “ai, como você tá moderninha”. Porque aí, né? Pessoa de 80 anos com mais um furinho [risos].

¹⁴ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “no pasarte, pero ir guapa”.

¹⁵ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “yo soy incapaz, por ejemplo, hoy, de pintarme con una sombra verde! Porque no llevo nada para ponerme una sombra verde. Aunque mis ojos sean verdes, pero no llevo nada puesto. Entonces yo hoy voy con azul, pero más clarito. Que voy en marón, me pinto los ojos con marón. Entonces, son cosas que son absurdas para alguna gente y alguna gente diría: ‘ah, con los años que tenemos, no voy a ponerme esas cosas’. Pues yo sí las miro. Yo sí las miro. Me gusta mucho eso”.

Com tantos elementos para checar, cuidar, combinar e adequar, é valiosa a dica de uma filha, neta, amiga, profissional de beleza ou dos núcleos de convivência. As investigadas dos dois países acreditam que o fato de estarem envolvidas com outras pessoas as ajuda a se manterem atentas à aparência. Essa atenção é importante, inclusive, para continuar boa relação com seu entorno. Nesse contexto, uma das espanholas comentou um caso vivenciado no centro de convivência que frequenta:

aqui, quando entramos na cafeteria, disseram todas: “oh, como cheira a xixi”. E digo: “onde vocês vêm? A um centro da terceira idade”. “Sim, filha, mas não me diga que... não se pode dizer que não trocaram suas calças”. Digo: “olha, na melhor das hipóteses, vive com o filho e a nora. [...] Então, vem aqui e vai embora na hora do almoço. Outros vivem sozinhos, passam o dia aqui, logo se sentam em uma poltrona e dormem. Tomam um café e, quando fazem um café mais reforçado, vão para casa. Quem essa gente tem para dizer que se lavem? Quem tem para dizer: ‘traz a calça que eu lavo?’” Pois, tudo isso, a vida me ensinou, com meu trabalho.¹⁶

Para brasileiras e espanholas, o trato da aparência é necessário para gerar interesse por elas, ou seja, para que as pessoas não tenham medo de se aproximar, se interessem por conhecê-las e as respeitem (ilustração 10). Algumas mencionaram que pelos preconceitos estabelecidos sobre os idosos, concentrados nas perdas do envelhecimento, na velhice é ainda mais importante apresentar bom aspecto para contrapor imagens de decadência, tal como as descritas por pesquisadores que fundamentam este estudo (DOMÍNGUEZ, 2013; SANTANA & BELCHIOR, 2013; DIAS, PAÚL & WATANABE, 2014). Preocupada com a questão, uma das brasileiras relatou:

eu me visto porque eu acho, assim, para ser apresentável. Para se apresentar, para sair, ninguém ter nojo da gente. Não é? Ninguém ter nojo da gente. Ninguém, assim, sem querer ficar perto da gente, porque está com mau cheiro. Eu sempre falo para as minhas filhas: “o dia que eu estiver com cheiro, vocês me avisam! Vocês me avisam”! Porque é muito feio uma velha fedida [risos].

¹⁶ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “aquí, cuando entramos en la cafetería, dicen todas: ‘oh, como huele pis’. Y digo: ‘a dónde vienes? A un centro de la tercera edad’. ‘Sí, hija, pero no me digas que ... no se puede decir que no le han cambiado los pantalones’. Digo: ‘mira, a lo mejor, vive con el hijo y la nuera. [...] Entonces, se viene aquí y se marcha en la hora de la comida. Otros viven solos, se pasan aquí el día, luego se van a un sillón, se sientan y se duermen. Meriendan y, cuando hacen una merienda un poquito más fuerte, se van a casa. Quien tiene esa gente para que les diga que se laven? Quien tienen para decir: trae el pantalón que te lo lavo?’ Pues todo eso, a mí me lo ha enseñado la vida, con mi trabajo”.

Ilustração 10: aparência para aproximar

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

A preocupação com a aparência visa estar apresentável para qualquer pessoa, porém em especial para manter boa relação com familiares e amigos. Uma das espanholas comentou a atenção redobrada ao visual quando participou de um evento do trabalho do filho e não queria constrangê-lo na frente de seus chefes. Procurou estar bem arrumada e comportada para que o filho sentisse orgulho, não sentisse vergonha de apresentá-la ou comprometesse seu posto. No Brasil, uma das participantes relatou sobre a mudança feita no cabelo, no caso, para agradar às companheiras de voluntariado:

agora eu pintei ele (cabelo) de cinza, porque estavam me enchendo o saco. Passei grafite, cor cinza. Está vendo? As meninas aqui (do voluntariado). É, me encheram o saco. É. Inclusive ela (uma das colegas de voluntariado) comprou e me deu, falou “você vai passar”.

No centro para idosos de Los Cármenes, Madrid, existem inclusive duas cláusulas de seu regulamento que discorrem sobre o cuidado com a aparência para frequentar o local. São

elas: 1) no centro se utilizará exclusivamente roupa do cotidiano, em condições adequadas de limpeza e bons modos; 2) será mantida todo tempo a devida higiene pessoal.¹⁷

A preocupação e investimentos com a aparência visam o engajamento social em diferentes ocasiões e espaços, sendo ferramenta essencial para aproximação e relação com pessoas diversas. Nesse sentido, o uso de modelos menos convencionais em relação aos critérios de idade, especialmente, assumidos por maioria significativa das participantes, pode vir a proporcionar rejeição e isolamento, como contou uma das espanholas:

Participante – Não, o que quero dizer é que (as demais senhoras) não usam coisas que tenham estilo, entende? Outra coisa, uso essas meias e as pessoas me dizem: “ui, que meias mais estranhas”! Não me importa usar essas meias. Quando fui comprá-las, gostei e as comprei. E todo mundo cisma com as meias. Dizem: “ui, que meias mais esquisitas”! Estou te contando esses detalhes e posso te dizer outros.
Pesquisadora – Então você costuma ouvir muitos comentários sobre suas roupas?
Participante – Sim: que são de jovem! [...] Por isso, quero dizer, já te digo, são essas meias e me criticam por elas. “Você usa umas meias exageradas”. Sempre me dizem, em vez de dizer: “uh”.
Pesquisadora – Suas amigas?
Participante – Sim. Não, não tenho muitas amigas.¹⁸

Ainda sobre o isolamento ou rejeição pela aparência, uma das brasileiras relatou por que não tem ido aos passeios promovidos pelo núcleo de convivência para idosos que frequenta:

[...] eu quero ir, mas eu falo assim: "será que eu vou? Porque tem umas velhas que ficam muito chiques". Então, talvez seja complexo, não sei. Pode ser que eu fui criada assim. Sou muito complexada, sou muito tímida.

¹⁷ Trecho traduzido livremente do espanhol. Versão original: 1) *En el centro se utilizará exclusivamente ropa de calle, en condiciones adecuadas de limpieza y corrección*; 2) *Se mantendrá en todo momento la debida higiene personal*.

¹⁸ Trecho traduzido do espanhol. Versão original:

Participante – *No, que quiero decir que (las demás señoras) no llevan cosas que se estile, me entiendes? Otra, que llevo esas medias y la gente me dice: “ui, que medias más raras”! A mí no me importa llevar esas medias. Cuando fui a comprarlas, me las gustaron y las compré. Y todo mundo se queda con las medias. Y dicen: “ui, que medias más raras”! Te estoy diciendo esos detalles como te puedo decir otros.*
Investigadora – *Entonces tú sueles escuchar muchos comentarios de las ropas que utilizas?*
Participante – *Sí: que es de joven! [...] Por eso, quiero decir, ya te digo, son esas medias y me la critican. “Tú llevas unas medias exageradas”. Siempre me dicen, en vez de decirme: “uh”.*
Investigadora – *Tus amigas?*
Participante – *Sí. No, no tengo muchas amigas.*

Assim, notou-se que existe entre as investigadas não apenas o papel de aluna na educação informal para a aparência. Elas são também educadoras, por vezes rígidas, que reparam, opinam e ensinam amigas, filhos, netos, até bisnetos sobre como se vestir e comportar, o que é adequado, bonito, decente, etc. Uma participante brasileira contou que repreende a neta quanto ao uso de *short* curto e decote profundo, para ela escandalosos e impróprios. “Se você vier em casa com um *short* curto aqui e os peitos tudo de fora, você nem entra lá dentro”, disse ela. Uma das espanholas comentou também observar e aconselhar netas, além de constantemente ser consultada pelas irmãs, que a consideram uma pessoa de bom gosto.

Na velhice, percebeu-se então que o ensino sobre aspectos morais e de gênero, do tempo da infância, além da adequação etária, manifestada na juventude e seguida na fase adulta, permanecem presentes na construção da aparência na velhice das participantes das duas culturas investigadas. Elas vêm procurando conciliar o aprendizado estabelecido com familiares, amigos, núcleos de convivência, médicos, TV, figuras públicas e a moda – mesmo negando – na composição de um aspecto pessoal que agrada tanto a elas quanto aos envolvidos no processo, garantindo a permanência dos vínculos. Nesse sentido, uma das investigadas comentou sobre a força conferida ao próprio aspecto pessoal, especialmente no que diz respeito à manutenção de boa relação com seu entorno:

é que eu acho que você não pode dizer “me deixo” porque morreu... não sei. Eu, vamos, acho que a pior morte que você pode sofrer é a morte de um filho. Mas eu acho, não sei, graças a Deus isso não aconteceu comigo, mas eu acho que eu ainda assim não me deixaria, teria minha pena, mas não me deixaria. É uma maneira de se motivar, de seguir a vida. É que é preciso que você pense em seguir, ao menos para que as pessoas do seu entorno não tenham mal seus males. É preciso viver pensando nos que estão no seu entorno, não somente em você.¹⁹

Dessa forma, as participantes utilizam da aparência para conseguir e firmar relações sociais significativas, além de tentar combater os prejuízos associados ao velho com uma imagem, na visão delas, mais atraente e positiva. O elo entre a aparência, educação informal e engajamento social esteve presente ao longo de toda vida de diferentes formas e continua

¹⁹ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*es que pienso que no puedes decir ‘me deixo’ porque se ha muerto... no sé. Yo, vamos, pienso que la muerte peor que puedes sufrir es la muerte de un hijo. Pero yo pienso, no lo sé, gracias a Dios no me lo ha pasado, pero yo pienso que yo tampoco me dejaría, mi pena la tendría, pero no me dejaría. Es una manera de motivarse, de seguir la vida. Es que hay que pensar en seguir tú, sino que los que estén a tu alrededor no tengan mal tus males. Hay que vivir un poco pensando en los que están al alrededor tuyo, no solamente tú*”.

ativo entre as participantes durante a velhice avançada. A seguir, o quadro 9 apresenta uma síntese sobre os determinantes da construção da aparência na velhice em ambas culturas.

Quadro 9: síntese da construção da aparência na velhice

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

4.2. ESCOLHAS E CONSUMO PARA APARÊNCIA: COMPOSIÇÃO DO ACERVO

Ao descreverem seus guarda-roupas, todas as participantes mencionavam a grande quantidade de vestuário e acessórios – fora os cosméticos, em geral, guardados em um armário no banheiro – que compõem seu acervo. Notou-se que a baixa renda das investigadas não impediu a aquisição de variados itens para a aparência que atendessem a suas necessidades e desejos, como ficar bonita, ter combinações diversificadas e não repetir muito no estilo, dispor de trajes para toda semana ou até o dia de lavar roupa, estrear algo em data especial, manter-se engajada, etc.

Na elaboração de seu acervo da aparência, têm contado com a ajuda de familiares, que as presenteiam com roupas, sapatos, cremes e outros que as participantes queiram ou que sua família acredite ser de seu gosto. Estes presentes são dados, geralmente, em datas comemorativas como aniversários, dia das mães e Natal. Algumas vezes são fruto de vaquinhas

entre filhos, netos, noras, genros e demais parentes, seja por suas baixas condições, seja para, ao invés de comprar muitos produtos simples e baratos, adquirir algo mais caro, vistoso e de qualidade. Os objetos presenteados, nesse caso, vêm a funcionar como símbolos de afeto, consideração e sacrifício (SCALCO & PINHEIRO-MACHADO, 2010). E, em alguns casos, para adquirir algo de valor, até mesmo a própria presenteada vem a participar do rateio, como contou uma das espanholas:

o ano passado, para o meu aniversário, logo compraram (filhas) um casaco de pele para mim, que eu já tinha, mas já tinha muita barriga e já não me servia, e elas compraram para mim. Bem, não deixei que elas pagassem tudo, porque fui, agora não tem mais por aqui, não sei onde me levou meu genro, valia 300 euros, e eu paguei 100 e elas 100 cada uma.²⁰

Quando recebem presentes em datas especiais e em outras também, não comemorativas, as participantes disseram ganhar na maior parte das vezes itens para a aparência. Constatou-se que, frequentemente, estes são mimos escolhidos por mulheres, sendo uma filha, nora, neta, bisneta, cunhada ou sobrinha. No Brasil, em alguns casos, estas parentes trabalham para empresas relacionadas à aparência, como Avon e Natura, produtoras de cosméticos. Através de seu acesso a variados produtos e novidades, ainda com desconto por serem revendedoras, estas parentes aproveitam para presentear suas mães, avós ou bisavós, alimentando seus estoques de beleza (painel 21).

A maioria das investigadas relatou sentir-se muito contente por ser lembrada e considerada por sua família. Procuram, assim, retribuir o carinho recebido utilizando os presentes em ocasiões que encontre os parentes que as presentearam, como forma de demonstrar que gostaram do que ganharam.

²⁰ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*el año pasado, para mi cumpleaños, luego me compraron un chaquetón de piel, que tenía yo ya, que tenía mucha tripa y ya no me llegaba, y me lo compraron ellas. Hombre, no las dejé pagar todo, porque fui, ahora no hay por aquí, no sé dónde me llevó mi yerno, valía 300 euros, y yo pagué 100 y ellos 100 cada uno*”.

Painel 21: cosméticos utilizados pelas participantes do Brasil (Natura, Avon e Rugol) e da Espanha (Nivea e esmalte)

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Porém, mesmo com muita boa intenção, nem sempre a família acerta no gosto pessoal das participantes, já na velhice, mais autônomo e apurado. Segundo elas, já tiveram que disfarçar o descontentamento com uma peça que não fazia seu estilo e usar de vez em quando contra sua vontade, mas seguindo a estratégia de mostrar o uso do presente – como se tivesse gostado. Por outro lado, algumas menos contidas não deixam de expressar seu contragosto, como relatou uma brasileira:

Ela fala: "mãe, eu vou dar uma roupa para senhora". Eu falo: "bom, você já sabe, né?" [Risos]. "Não vem com blusa decotada e calça apertada que eu não visto isso! Você sabe disso"! Ela falou: "tá bom, mãe. Eu vou comprar outra coisa então, mais largo". Falei: "compra meio largo, porque eu não gosto de roupa justa também. Calça justa não gosto".

Apesar de alguns desencontros na questão do gosto, as investigadas disseram que os familiares tendem a acertar nas escolhas. Expuseram também que procuram deixar claro o que gostam: roupas comportadas, nada muito curto, decotado ou justo; mas não deve ser antiquado, tem que parecer atual também; cosméticos precisam ser suaves; os sapatos, não muito altos ou apertados, sendo a cor infalível o preto; joia e bijuterias precisam ser discretas e leves. Além disso, para qualquer produto segue a velha regra da qualidade, que, de acordo com elas, vale a pena pelo conforto dos materiais, que costuma ser maior, e por durar mais tempo. Para Schemes, Duarte e Magalhães (2015), independentemente da classe econômica, na aquisição de uma peça, a qualidade e a conformidade ao gosto pessoal costumam estar acima do preço.

Mais uma vez, com as participantes dos dois países, percebeu-se que estas procuram orientar familiares sobre o que apreciam em termos de aparência e que suas preferências estão relacionadas à educação que receberam, principalmente, de seus pais. Estes as ensinavam sobre os princípios morais e de gênero que consideravam apropriadas ao vestir e se comportar: ser decente, feminina e não transformar exageradamente seu aspecto natural.

Desse modo, na relação entre familiares e aparência, as investigadas recebem influência de seus parentes, que escolhem, indicam e apresentam variados produtos. Porém, elas também procuram passar um pouco de seu repertório sobre a composição do aspecto pessoal, valendo-se de seu envolvimento e intimidade com eles.

A troca de presentes para a aparência, no entanto, não ocorre somente entre familiares, mas também com amigas. São lembranças de aniversário, amigo secreto, confraternização de fim de ano do núcleo de convivência, sorteio entre grupo da igreja, etc. Para as amigas, vale a mesma lógica de usar e mostrar que gostou do que ganhou, aludindo ao descrito por Goffman (1985), o qual explica que os indivíduos procuram cotidianamente representar e transmitir mensagens às pessoas ao seu redor. Nesta pesquisa, a utilização dos presentes re-

cebidos por parentes e colegas significa carinho, respeito, consideração e também assertividade quanto ao gosto pessoal. Porém, quando uma colega não acerta no gosto, nesse caso, já é mais complicado expressar descontentamento.

De acordo com as participantes, elas têm mais receio de dizer a verdade a uma amiga que a um parente. Notou-se que a expressão de opinião sincera depende do grau e tipo de intimidade – que também se relaciona ao acertar ou não no presente. Dessa forma, para lidar com as amigas a saída às vezes tem que ser outra, como explicou uma das investigadas: “eu falo: ‘ah, eu vou para igreja (com a roupa presenteada), não vou usar aqui (no núcleo de convivência)’. [...] Eu fico com aquela roupa e dou”.

A partir da estratégia desta participante, além de outras compartilhadas, como usar certa peça só uma vez para a pessoa que presentou ver e depois nunca mais, ou doar o que foi ganhado para alguém que não a conheça, percebeu-se, de fato, que é importante para todas que os presentes para a aparência estejam de acordo com seu gosto pessoal. Para evitar situações embaraçosas, alguns familiares têm optado por dar dinheiro e deixar a escolha por conta das investigadas. Entre elas, há as que já preferem que ninguém se meta com seu visual, pedindo: “me dá até um pão, mas não me dá roupa”!

Um outro meio de adquirir itens para a aparência e que coloca as participantes mais no controle das escolhas é a troca. Essa prática é realizada na maior parte das vezes entre irmãs, que tem idade, gosto e manequim aproximado. Por vezes, trocam ou doam peças em razão das alterações de tamanho ou de estilo. Em geral, procuram não descartar produtos sem motivo algum.

Assim como no caso dos presentes, a troca ou doação são estratégias para conseguir peças de interesse e em bom estado sem custos, fortalecendo, ainda, a relação com familiares e amigos. A exemplo, uma das brasileiras comentou os ganhos em doações realizadas por conhecidas de seu antigo trabalho:

Participante – Isso, porque quando eu trabalhava, geralmente eu nem comprava roupa, que eu ganhava, das professoras, roupa, sapato. Eu ganhava. E muitas calçavam igual eu, manequim igual eu, né? Então, elas me davam roupa. Às vezes usavam uma vez ou duas, pegavam e me davam, né? Então, aí no outro dia eu punha aquela roupa, no outro dia eu já ia. Entrava lá: “ai, Cida, como dá gosto dar as coisas para você, porque você usa”! Falei: “é claro que eu vou usar”! Então, é assim.

Pesquisadora – Então você gostava de usar para elas verem que você gostou?

Participante – É lógico. A pessoa tem que ver que a gente está usando aquilo que ela deu.

Uma outra participante, espanhola, relatou que é através de trocas e doações entre irmãs que ela tem acesso a itens de maior valor:

tenho irmãs que vão muito bem, economicamente muito bem. Muito bem, muito bem, muito melhor que eu. Eu sou a mais velha. E essa bolsa elas me deram tem cinco ou quatro anos, essa bolsa. Olha como é boa. [...] Mas elas me davam muita roupa boa, porque compravam muito e igualmente jogavam fora.²¹

Dessa forma, através de presentes, trocas e doações, as investigadas vêm conseguindo subsidiar e renovar boa parte de seu acervo. Além disso, esses são meios para conseguir itens mais caros, de qualidade elevada e renomadas marcas, aos quais não teriam acesso se dependesse de sua renda muito limitada. Nesse sentido, a ilustração 11 trata dos incrementos feitos na construção da aparência ao longo da vida a partir de investimentos próprios, parentes e amigos.

Ilustração 11: aquisição a longo prazo

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

²¹ Trecho traduzido do espanhol. Versão original: “tengo hermanas que marchan muy bien, económicamente marchan muy bien. Muy bien, muy bien, mucho mejor que yo. Yo soy la mayor. Y ese bolso me dieron hace cinco años o cuatro años, ese bolso. Fíjate que es bueno. [...] Pero me daban ellas mucha ropa buena, porque compraban mucho y tiraban que tal y que cual”.

No sentido de conter gastos e ao mesmo tempo construir a aparência desejada, parte das idosas estudadas, desde a juventude, costura as próprias roupas. Até hoje, seguem visitando lojas de tecido para selecionar cortes de bom preço e qualidade. Em seguida, desenvolvem moldes ou usam algum feito antes, que estava guardado porque, como dito por uma das brasileiras: “foi o que se adaptou em mim”. Por fim, costuram com muito capricho a própria roupa. Às vezes, quando não há habilidade para tanto, também recorrem a costureiras com revistas de corte e costura, realizando encomendas com antigas amigas e oficiais produtoras de seus modelos de vestir.

Em uma outra instância, também adquirem parte de seus produtos para aparência em lojas. Estas tendem a ser de bairro ou departamento, locais em que se sentem mais à vontade para escolher e comprar. Nesse sentido, foram mencionadas com frequência as redes Pernambucanas, no Brasil, e *El Corte Inglés*, na Espanha. Esses são varejistas amplamente espalhados em São Paulo e Madrid, além de serem empresas genuínas dos respectivos países. Segundo as participantes, nestes espaços é possível encontrar variada oferta de roupas, calçados e acessórios, além de cosméticos no caso da rede espanhola, que estão de acordo com suas preferências e dentro de suas possibilidades financeiras.

Na Espanha, foi possível visitar o departamento de pesquisa e planejamento de coleções da empresa *El Corte Inglés*. Na visita, explicou-se que existe uma preocupação em produzir artigos de boa qualidade, segundo informantes, marca registrada da rede. A empresa tem conhecimento de que grande parte de seu público é idoso e, mesmo a parcela de baixa renda, procura por produtos bem feitos e duradouros, ainda que não sejam os mais baratos do mercado.

Em acréscimo, Scalco e Pinheiro-Machado (2010) consideram que os produtos entendidos como superiores possibilitam, de certa forma, manipular a imaginação de classe em sociedades em que ocorre a discriminação por renda e acesso. Assim, o ter “coisas boas de verdade”, às vezes, é mais importante para os mais pobres (p. 339).

Ademais de lojas de bairro e departamento, as investigadas circulam também por grandes centros de comércio popular, como o dos bairros de São Miguel e Bom Retiro, em São Paulo, e a Gran Vía de Madrid. Nessas regiões, estão concentradas grande quantidade de comerciantes de vestuário e complementos, perfumarias, farmácias, etc. Para as participantes,

esses locais são interessantes por disporem de muito do que possam precisar em um único endereço.

Quando buscam algum produto para a aparência, elas também procuram comprar em lojas próximas de suas casas, que facilita mais ainda em seu deslocamento e, geralmente, são estabelecimentos de antigos conhecidos. Em saída com uma das investigadas espanholas para comprar roupa íntima, ela recorreu à venda de uma amiga, que, inclusive, é conhecida por atender as senhoras do bairro há anos. No local, há espaço para sentar-se e escolher os produtos com tranquilidade, enquanto se coloca a conversa em dia com a proprietária, que até telefona para as clientes que estiveram enfermas. Existe ainda, por parte da investigada, além de suprir uma necessidade, a intenção de ajudar o negócio da amiga, tendo em vista as muitas lojas fechadas na localidade por questões financeiras.

No caso da Espanha, percebeu-se uma forte preferência por produtos nacionais, não apenas da aparência, mas também para alimentação. As espanholas frequentemente falavam de seus artigos de couro produzido no país, dos cosméticos à base do bom azeite espanhol – ótimo para a pele, cabelos e dieta, segundo elas – e do cardápio variado e saudável da cultura espanhola. Notou-se uma relevância em saber a origem dos produtos, que quando espanhóis, significava qualidade garantida. Em defesa do mercado de seu país, atualmente bastante abalado por crise econômica, pregavam contra os produtos chineses, que para elas vêm tomando clientes com preços mais baixos e produtos de qualidade ruim, como alertou uma das participantes:

eu nos chineses não compro nada. Além disso, não vou dizer que eu não compre, mas calçados jamais. Jamais. Vou te explicar por que. Porque tem coisas que são bonitas, não vou dizer que não. Mas, eu ouvi dizer em uma ocasião que dentro da palmilha tem algo que produz muitas vezes doença nos pés. Por causa do material que usam.²²

O painel 22 apresenta modelos de sapatos usados por participantes das duas culturas investigadas. Segundo elas, calçados cômodos para o dia a dia:

²² Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “yo en los chinos no compro nada. Además, yo no te digo que no compre, calzados jamás! Jamás. Te voy a decir por qué, porque hay cosas que son bonitas, yo no te digo que no. Pero, yo he oído en una ocasión que dentro de la plantilla y eso que producen muchas veces enfermedades en los pies. Por el material que usan”.

Painel 22: sapatos usados por brasileiras e espanholas, entendidos como confortáveis

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

No entanto, para outros produtos, que não da aparência, como eletrônicos e utensílios domésticos, as espanholas dizem abrir exceções. A estratégia de consumo, então, depende do contexto de uso, alternando entre produtos de alta e baixa qualidade em acordo com a situação de exposição do bem adquirido (SCALCO & PINHEIRO-MACHADO, 2010).

O consumo de produtos chineses por parte das espanholas também ocorre quando desejam adquirir a moda corrente e não querem gastar muito com algo que pode vir a cair em desuso muito em breve, como comentou uma participante:

é que no centro de La Laguna (bairro de Madrid) tiraram quase todas as lojas de roupa de mulher, quase todas são de chineses. Mas dentro dessas lojas tem coisas bonitas e é mais baratinho, e assim não me dá pena adquiri-la.²³

²³ Texto livremente traduzido do espanhol. Versão original: “es que en el centro de La Laguna han quitado casi todas las tiendas de ropa de mujer, casi todas son de chinos. Pero dentro de las cosas tiene una cosa mona y es más baratita, y así no me da pena quedarla”.

Outra, ainda, disse que compra roupas chinesas e aproveita de seus dotes com a costura para aprimorar as peças, ajustando sua modelagem e acabamento ruins:

esta camisa é dos chineses. Eu gostei e é que, pois veja, a utilizo aberta porque estava um pouquinho justa. Pois aberta, tem umas pences atrás que eu posso tirar e ao passá-las te dão um pouquinho mais de largura. Mas digo: “esta para pôr com um suéter por debaixo, azul marinho ou vermelho...” Ou uma coisa branca, ou tom branco com decote. Sim, eu digo: “esta é dos chineses”. Mas para comprar roupa simples para você, a roupa é barata e tem coisas bonitas.²⁴

Boa parte das espanholas mencionou também a relevância dos penteados e sapatos. Disseram ser itens de extrema importância em um visual – fato confirmado pela tutora de pesquisa no exterior – pois, como dito por uma delas: “todo mundo olha seus sapatos feios ou estragados, estragados é uma exageração. E nada. Ainda que você vista o melhor vestido do mundo, ninguém te vê. Você passa despercebida”.²⁵

Observou-se que, de modo geral, as investigadas dessa cultura usavam sapatos limpos e sem roturas ou sinais de desgaste, ainda que fossem repetidos, além de estarem com cabelo sempre escovado, às vezes por cabeleireiras. Os serviços de corte, penteado e tratamento dos cabelos, inclusive, são oferecidos por preços acessíveis pelo Centro de Idosos Los Cármenes, de Madrid, parceiro de pesquisa.

Uma das investigadas deste local, por exemplo, foi ao salão horas antes de uma entrevista, tendo em vista, principalmente, que tiraria fotos para o estudo (figura 9). Assim, em termos de investimentos na aparência, as espanholas procuram, em especial, comprar bons calçados e ir regularmente ao cabeleireiro para manutenção das madeixas, demonstrando constante atenção a estes dois elementos vistos como importantes para relacionar-se em sua cultura.

²⁴ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “esta camisa es de los chinos. A mí me gustó y es que, pues mira, la utilizo abierta porque me estaba un poquito justa. Pues abierta, tiene unas pinzas atrás que las puedo quitar y al plancharlas te dan un poquito más de anchura. Pero digo: ‘esta para poner con un jersey por debajo, azul marino o rojo...’ O una cosa blanca, o tono blanco con escote. Sí, y digo: ‘esta es de los chinos’. Pero para comprarte ropa sencilla, la ropa es barata y hay cosas monas”.

²⁵ Trecho traduzido do espanhol. Versão original: “Todo mundo te mira a los zapatos feos o rotos, bueno, rotos es una exageración. Y nada. Aunque lleves el mejor vestido del mundo, nadie te ve. Pasas despercebida”.

Figura 8: penteado de uma espanhola, que foi ao cabeleireiro antes de participar de uma das entrevistas

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Independentemente dos itens mais valorizados, em ambas culturas as participantes apontaram que, no que tange à aparência, não compram apenas por necessidade, mas também por certo prazer e gosto. Nesse sentido, Friedman (1990) sugere investigar a relação entre as estruturas locais de desejo e identidade com o contexto político-econômico. O autor coloca que na aquisição de um bem, em alguns casos, as aspirações pessoais podem desconsiderar as condições de renda e status social em razão do valor simbólico que um produto possui em determinada sociedade.

Entre as investigadas, existe a satisfação em apresentar-se bem, elaborar *looks* e, quem sabe, receber algum elogio. Também gostam de dispor de autonomia para fazer escolhas, mesmo que às vezes as opções à venda não sejam muitas, dados seus recursos financeiros principalmente. Nesse sentido, a maioria disse que, mesmo que goste de ganhar presentes e doações, prefere adquirir o máximo de produtos sozinha. Assim, dizem gerar menos gastos, em especial, a filhos e netos, além de adquirir algo que certamente será de seu gosto – e foi comprado com seu próprio dinheiro.

Em relação à oferta de produtos para a aparência, investigadas dos dois países, por vezes, se queixaram da falta de alguns produtos especializados no público idoso, que fica camuflada na grande quantidade de lojas das cidades em que vivem. Para elas, tem sido difícil encontrar principalmente roupas que conciliem praticidade, conforto e beleza: algo que vista bem em seu corpo envelhecido. A exemplo, uma das participantes relatou sobre a escassez de modelos do mercado de lingerie:

e olha, agora, quando vou comprar calcinhas, vou ao *Corte Inglés* e na melhor das hipóteses digo: “você têm umas calcinhas para idosas, mas que não sejam para pôr debaixo dos sovacos?” [Risos]. E me dizem: “temos isso...” (com pouco ânimo). É que eu não entendo: como não podem fazer calcinhas para idosas que tenham um pouquinho de renda? Por que tem que ser de algodão branca e até aqui? [Sinalizando os sovacos]. Não entendo! Eu não entendo. E dizem: “tem razão”. E não entendo. Por que eu tenho que por uma camisola com manga por aqui (punho), com a gola por aqui (pescoço)? Porque sou idosa? Não, eu ponho alcinha! Ponho alcinha.²⁶

Além da escassez de opções em determinadas categorias de produtos para a aparência, algumas participantes apontaram também a falta de preparo de algumas lojas para receber clientes idosos. Reclamaram da ausência de locais para eventualmente sentar-se, de vendedores sem paciência ou atenção às necessidades dos mais velhos e que saibam fazer sugestões interessantes para suas compras. Comentaram, ainda, que notam certa dificuldade dos funcionários em atendê-las por conta, justamente, da falta de mercadorias em acordo com o que procuram.

Algumas idosas disseram, inclusive, comprar em lojas de marcas voltadas ao público jovem quando encontram algo que lhes agrada e sirva. Relataram que como não há empresas de moda especializadas no público idoso com produtos bonitos, da tendência ou de modelagem adequada, acabam por não se importar com as distinções de estilo por faixa etária do mercado. Compram o que querem, parece ficar bem e podem pagar. Nesse contexto, uma das participantes comentou que o mais importante é saber filtrar, entre as ofertas, o que veste bem em seu corpo, podendo ser usado em sua idade:

[...] então eu gostava das coisinhas de lá (uma loja). Assim, eu não acho que é muito para minha idade, acho que é um pouquinho mais jovem, entendeu? Mas eu também não tenho constrangimento quanto a isso. Se eu gosto, se é para uma menina de 18 anos, não me interessa. Eu gostei, eu vou usar. Dentro da minha idade também. Se é uma coisa muito decotada, lógico que eu não vou usar, né? Se é blusa aqui encima, também não vou usar, ficar com barriga de fora não dá, né?

²⁶ Texto traduzido do espanhol. Versão original: “*y fíjate, ahora, cuando voy a comprarme bragas, me voy al Corte Inglés y a lo mejor digo: ‘tenéis bragas para mayores, pero que no sea para ponerlas por debajo de los sobacos?’ [Risos]. Y me dicen: ‘tenemos eso...’ [con poco ánimo]. Es que no entiendo: como no pueden hacer bragas para mayores que tengan un poquito de encaje? Por qué tienen que ser de algodón blanca y hasta aquí? [señalando los sobacos]. No lo entiendo! Yo no entiendo. Y dicen: ‘tienes razón’. Y no lo entiendo. Por qué me tengo que poner un camisón con la manga por aquí (puño), con el cuellito por aquí (cuello)? Por qué soy mayor? No, me pongo tirantes! Me pongo tirantes”.*

Afortunadamente, ao longo da vida, as investigadas dizem ter conseguido construir um acervo de roupas, calçados, bolsas e demais complementos em quantidade e diversidade que, segundo elas, não requer que façam compras com tanta frequência. Assim, também aproveitam para poupar recursos para uma eventual aquisição especial, como um traje para festa ou algo que vêm namorando em alguma vitrine.

Além de realizar aquisições para a aparência, as participantes se dedicam ao cuidado e organização dos itens que possuem. Em ambas culturas, as investigadas relataram sobre estratégias para ordenar seu acervo de modo funcional a seu dia a dia, além de lavarem, passarem e arrumarem cada uma de suas peças.

Boa parte costuma separar as roupas em mais de um armário, aproveitando o espaço que antes pertencia ao marido ou filhos. Também dispõem de cômodas, sapateiras, criados-mudos, caixas, porta-joias, penteadeiras e outros móveis para dar lugar a cada tipo de item. Para elas, isso também facilita encontrar as peças quando necessitam.

No que tange à praticidade, também procuram separar itens, principalmente roupas, por estação, deixando mais à mão o que se usa no tempo vigente. Organizam peças, ainda, por ocasiões, como dia a dia, fim de semana, festa, igreja, etc. Uma das brasileiras, por exemplo, mostrou em sua casa um armário exclusivo para as roupas especiais da comunidade católica que frequenta.

Figura 9: participante brasileira que procura deixar combinações prontas em cabides

Fonte: Andrea Lopes, 2015

A participante mais velha disse que, em termos de organização, já deixa combinações prontas nos cabides, facilitando sua preparação diária (figura 10). E demonstrou que não gosta muito que outras pessoas interfiram em seu esquema de ordenação, pedindo no encontro da entrevista: “não, deixa, a gente guarda depois. Eu vou guardando pela ordem”.

Em geral, notou-se que o modo como vivem, os locais que frequentam, as pessoas que encontram e atividades sociais que desempenham influenciam a ordenação de seus produtos para a aparência. Portanto, as estratégias de organização não são estáticas e, sim, alternam em acordo com suas rotinas e envolvimento social. A exemplo, uma das espanholas mostrou seus casacos mais bonitos reservados em capas plásticas, uma vez que atualmente não frequenta muito lugares em que caberia usá-los, segundo ela, um restaurante mais chique ou um teatro.

Quando percebem que algum item está desgastado ou um pouco fora de suas preferências e realidades, se não o doam, o customizam com novos botões, corte na manga, barras, etc. Fazem também reparos, evitando descartar peças. No limite, roupas antigas podem se transformar em milhares de retalhos para um trabalho artesanal, como o *patchwork*. Procuram aproveitar o máximo que podem ou dar um bom destino ao que sai de seus guarda-roupas.

O costume de reparar, ajustar e aproveitar as roupas vem em parte da vida humilde que tiveram e também, no caso de algumas, pelo ofício de costureira. Assim, observam atentamente uma peça e procuram reconfigurar seu aspecto quando necessário, como relatou uma das participantes:

e o que estava te contando do casamento do meu filho, eu cheguei e disse: “uh, que terninho mais bonito”! Era de seda, preto. E disse: “prova e você vai ver”. E: “olha, a saia está um pouco folgada para mim”, digo, “mas já sei o que vou fazer com a saia”. Digo: “aqui, passo uma costura, diante, no lado esquerdo”. E a passei, e fiz uma linha assim, aqui, em cima dos joelhos. O blazer era em seda com manga comprida. Não, não tinha manga comprida, tinha manga assim por aqui (três quartos). E vinha presa a um lado. E onde ia o nó fazia como um triângulo no tecido, de onde saía esta, para o nó. E nesse triângulo coloquei um broche. E você não tem ideia de como estava aquele terninho. E o pouquinho que me custou. Acho que me custou não sei se umas 32 pesetas ou algo assim. Porque era muito barato!²⁷

²⁷ Texto traduzido do espanhol. Versão original: “y lo que te estaba contando de la boda de mi hijo, yo llegué y digo: ‘uh, que traje de chaqueta más mono!’ Era de seda, negro. Y dice: ‘pruébatelo y lo verás’. Y ‘mira, la falda me está un poquito ancha’, digo, ‘pero ya sé lo que voy a hacer a la falda’. Digo: ‘aquí, me cojo una costura, delante, en el lado izquierdo’. Y la cogí, y la hice una raya así, aquí, encima de la rodilla. La chaqueta era en seda

As participantes procuram administrar sabiamente seus recursos, para que não lhes falte meios de conseguir, no caso, o que necessitam e desejam na composição de sua aparência. O fato de serem presenteadas por familiares e amigas, além das trocas e doações recebidas, também ajudam na gestão de sua renda, advinda de pensão do marido ou baixa aposentadoria. Mesmo com as limitações financeiras ou da oferta de produtos especializados, conseguem levar adiante a construção de sua aparência sem abrir mão de seu gosto pessoal.

Portanto, observou-se que as variadas estratégias para adquirir produtos da aparência incluem o apoio de agentes informais e têm em vista a obtenção da roupa da moda, do *look* adequado ou desejado e a diversificação do acervo pessoal. Em outras palavras, visam dispor de ferramentas que consideram necessárias ao preparo de seu aspecto pessoal para conseguir engajamento social e manter relações.

A gama de peças que dispõem considera os papéis, mensagens e situações que precisam desempenhar cotidianamente, tal como elucida Goffman (1985). Assim, organizam seus guarda-roupas em acordo com suas rotinas e procuram manter a autenticidade em seu estilo mesmo com recursos escassos, valendo-se da costura e demais meios citados, além de promoções, liquidações, pontas de estoque, etc. Dessa forma, ainda que em condições de renda que limitam muito seu consumo, conseguem construir a aparência que entendem ser bonita, apropriada a sua idade, decente, feminina e sem exageros, usando de certa habilidade criativa e administrativa para não deixar de lado o próprio gosto pessoal, moral e dignidade por restrição financeira. O quadro 10 apresenta uma síntese sobre as aquisições e investimentos para a aparência na velhice em ambas culturas.

con la manga larga. No, no tenía la manga larga, tenía una manga así por aquí (tres cuartos). Y venía atada a un lado. Y adónde iba el nudo hacía como un triángulo en la tela, de donde salía esta, para el nudo. Y en ese triángulo puse un broche. Y no te puedes hacer idea como estaba el traje de chaqueta aquel. Y lo poquito que me costó. Me parece que me costó no sé si 32 pesetas o alguna cosa así. Porque era muy barato!"

Quadro 10: síntese sobre o consumo para a aparência na velhice

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

4.3. APARÊNCIA POR OCASIÃO: A PERFORMANCE NO PÚBLICO E NO PRIVADO

Em ambas culturas, diariamente, as investigadas procuram preparar suas aparências em acordo com às tarefas do dia: ir ao banco, ao mercado, buscar uma encomenda, ir ao núcleo de convivência, a uma consulta, a uma festa, entre outros eventos relativamente frequentes. Para tanto, depois de acordar, iniciam seus rituais diários de beleza, como lavar o rosto e só com água, nada de sabonetes e outros cosméticos – algumas dizem ser receita simples e antiga da mãe ou avó para ter a pele boa. Limpam a boca, em alguns casos dentaduras também. Algumas tem costume de tomar banho pela manhã e, no contexto do inverno espanhol, se banham dia sim, dia não, para conservar a hidratação da cutis. Porém, nesses períodos, não deixam de higienizar as partes íntimas e axilas todos os dias, evitando maus odores.

Antes ou depois de tomar o café da manhã, procuram escolher e separar as peças que irão vestir. Parte das investigadas disse considerar, além da agenda do dia, o humor com o qual despertam. Nesse sentido, quando se sentem tristes, por exemplo, optam por combinações bem simples, com poucos acessórios e cores neutras ou escuras. Estando mais alegres,

almejam vestir roupas mais coloridas, alguma estampa, passar um batom ou mesmo *blush*, para dar um ar de saúde e contentamento.

Por um outro lado, há também as que gostam de deixar o *look* separado com um dia de antecedência – umas mais ansiosas planejam por dois dias ou uma semana antes. Afinal, é preciso lavar, passar, ver se não é necessário fazer algum reparo nas peças. Ou ainda, saber se tem o que precisa, se não está contando com algo que foi doado ou não serve mais. Às vezes, segundo elas, é melhor experimentar tudo antes.

Em seu acervo pessoal, as participantes vêm buscando ter itens suficientes para usar nas distintas ocasiões de sua vida social, lembrando que em alguns eventos mais especiais, como casamentos, confraternizações ou formaturas, aprenderam que não é bom repetir roupa. Assim, têm um pouco de cada categoria de itens que possam necessitar: sapato para o dia a dia, de caminhar, para fazer ginástica, o de sair para um lugar próximo, aquele para de vez em quando em uma festa mais chique, sem faltar algum para ficar em casa. As roupas também são orientadas pelos mesmos eventos, além de ter as fresquinhas para o calor, as pesadas de inverno, outras de meia estação. Há algumas que distribuem seus itens por locais: uma parte para quando for ver a família, uma para ir ao núcleo de convivência, outra para a igreja e assim por diante.

Independentemente da estratégia de composição do acervo, as investigadas falavam com frequência das atividades físicas que precisavam considerar ao preparar uma combinação, como carregar algo pesado ou caminhar bastante. Além disso, também buscam demonstrar através da aparência consideração, respeito e dignidade. Em outras palavras, não fazer feio na frente dos outros e dizer a que veio. Como dito por uma das espanholas, que aprendeu em casa como se apresentar publicamente, quando perguntada se a aparência era importante:

muitíssimo, muitíssimo. Você vai em um lugar e pode ter muito dinheiro, está mal e logo entra onde tem que entrar. Está bem e tem as portas abertas. E logo quando tem que falar com alguém, nunca diga: “escuta, posso falar...” [tom de voz mais baixo, sem ânimo]. “Bom dia, vim falar com o gerente do banco” [mais alegre]. Como já entrando e dizendo: “estou aqui”. Porque se a sua conta tem dez e esse senhor tem milhões, você é o mesmo que esse senhor. [...] Vou diretamente ao que tenho que ir. Com educação, bom, o que for. Logo me ocorre uma coisa, eu não tenho uma

cultura, porque eu fui muito pouco à escola. Nem terminei os estudos. Mas sim, tenho educação, portanto... porque minha educação me foi dada em casa.²⁸

Como descrito por Scalco e Pinheiro-Machado (2010), nota-se que entre as classes mais baixas, discriminadas especialmente por sua condição financeira restrita, vestir-se bem é muito importante para minimizar preconceitos e alcançar o mesmo respeito dado a grupos superiores. O estudo do Serviço de Proteção ao Crédito e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (2016), sobre significados da beleza e motivos para investimento na aparência, indicou que entre as pessoas investigadas, as de menor renda são as que mais se preocupam com seu modo de vestir e se apresentar. Em geral, antes das funções a serem desempenhadas, importa às participantes incorporar a suas aparências, novamente, os valores de decência, naturalidade e feminilidade, que aprenderam ao longo da vida, especialmente com os pais.

Painel 23: algumas das participantes adeptas do cabelo curto e branco

Fonte: Andrea Lopes, 2016

Da mesma forma, para estar sempre preparada, são feitas visitas regulares a cabeleireiros e manicures, sendo que algumas destas atendem também em domicílio. Geralmente, procuram ir uma vez ao mês no salão de beleza aparar o cabelo, que a maioria tem deixado curto (painel 23), no máximo médio comprimento. As unhas das mãos costumam ser feitas

²⁸ Texto livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*muchísimo, muchísimo. Tú vas a un sitio y puedes tener mucho dinero, que vas mal y luego entras donde tengas que entrar. Vas bien y tienes las puertas abiertas. Y luego cuando tengas que hablar con alguien, nunca decir: ‘oiga, puedo hablar...’ [tono más bajo, sin ánimo]. ‘Buenos días, he venido a hablar con el director del banco’ [más contenta]. Como ya entrando diciendo: ‘aquí estoy’. Porque si la cuenta tienes diez y ese señor tiene millones, tú eres lo mismo que ese señor. [...] Voy directamente a lo que tengo que ir. Con educación, bueno, lo que sea. Luego me pasa, yo no tengo una cultura, porque yo he ido al colegio muy poco. Ni he terminado lo que son los estudios. Pero sí, tengo educación, por lo tanto... porque mi educación en mi casa me la han dado*”.

toda semana por muitas delas (painel 24). Já a dos pés parecem aguentar até uma quinzena. Há também as que não usam esmaltes por parecer uma rotina trabalhosa ou um trato que prejudica outras atividades consideradas mais significativas, como cozinhar ou amassar uma massa de pão para distribuir depois a amigos e familiares.

Painel 24: mãos de participantes que usam e que não usam esmalte com frequência

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

As que são consumidoras assíduas de tais serviços de beleza, além da preocupação com o trato de mãos e cabelos, também demonstraram ter vínculo afetivo com os profissionais. São cabeleireiros de anos, oficiais, manicures amigas com quem falam da vida enquanto pintam as unhas. Uma das investigadas disse levar até bolos e outros quitutes ao rapaz que corta seu cabelo, o qual vem da mesma cidade que ela e adora receber os mimos. Outra participante disse ser tão próxima da manicure que, quando está apertada com o dinheiro, ganha desconto no tratamento ou paga somente o que pode sem nenhum problema.

Dessa forma, notou-se que o contato e relação estabelecida com outras pessoas, sejam profissionais ou amigos, é uma motivação para continuar cuidando da própria aparência e vice-versa. As participantes demonstraram contentamento em visitar não apenas cabeleireiros e manicures, mas também seus filhos, netos, irmãos, amigos do núcleo de convivência e outros, para os quais se preparam e configuram como os eventos mais importantes e significativos de suas rotinas.

Algumas disseram usar de sua aparência para mostrar às pessoas com as quais se relacionam, especialmente familiares e profissionais dos núcleos de convivência, que estão bem, embora nem sempre seja verdade. Relataram que receiam passar uma imagem de decadência e negatividade, fazendo com que filhos, amigos e outros se afastem.

Uma das espanholas comentou que é constantemente cobrada pela filha quanto a apresentar-se bem e demonstrar positividade, para não parecer uma velha presa a lembranças ruins do passado, como explicou a investigada. Outra participante, brasileira, disse nesse sentido que tem muita cautela em seus comportamentos quando vai a casa dos filhos, hoje financeiramente superiores a ela, preferindo que eles a visitem:

eu tenho um defeito comigo: dizem que o velho cheira mal. Todo mundo fala. Dizem, pelo menos é o que eu vejo falar. Diz que tem velho que cheira mal. Que entra no banheiro, cheira mal. E eu, não que eu me enquadrando nisso, porque graças a Deus eu sei que eu não sou essa, mas eu tenho medo de ter problema de urina. Você sabe, você estuda, sabe como é. Então, eu tenho medo que alguém fale que eu... que eu vou no banheiro e ficou com cheiro ruim. Então eu não vou na casa de gente superior a mim. Nem na casa dos meus filhos eu me sinto bem. [...] Muito chique, como é a casa dele (filho). Dessa outra minha filha que mora no Butantã, um apartamento chique. Então, eu não vou. Falo: "vocês querem vir? Vocês vêm aqui me ver". Eu lá não vou.

A própria casa é vista pela maioria das investigadas como o lugar em que dispõem de maior conforto e privacidade. Como boa parte mora sozinha, este espaço é considerado como um local em que a preocupação com a aparência pode ser menor. Mesmo as que ainda moram com marido ou filhos entendem que a intimidade com esses companheiros possibilita estar mais à vontade quanto a seu visual caseiro. Tal fato se relaciona ao descrito por Young, Gabriel e Schlager (2014), os quais colocam que o grau de a intimidade nas relações influencia a maneira como a aparência é preparada e avaliada.

4.3.1. Aparência no ambiente privado: as roupas de ficar em casa

A aparência dita de ficar em casa costuma ser composta por uma roupa mais velha ou que se entende que não se deve utilizar na rua ou em presença de alguma visita. As espanholas, no entanto, demonstraram que seus trajes domésticos são peças que ainda têm certa qualidade. Não estão furadas, descosturadas ou remendadas, talvez estejam só um pouco desbotadas ou já muito usadas.

A exemplo, uma delas comentou sobre a roupa que estava usando em um dia de entrevista em sua residência: “bom, este suéter antes eu usava para a rua, mas já tem tempo. Não está velho, mas, vamos, já não está. Este é para casa”²⁹. Em explicação sobre a classificação das peças que usava como próprias “para casa” disse: “olha, não sei. Não é que essa roupa que uso em casa esteja suja, mas não está adequada, sob meu ponto de vista, para sair à rua”³⁰.

Em geral, as investigadas da Espanha procuram não se vestir com o que lhes pareça feio ou desajeitado mesmo em seu lar. Entendem que em casa é permitido arrumar-se de modo mais simples que para sair, mas não por isso deve desarrumar-se. Afinal, como dito por uma delas, é essencial cuidar-se todos os dias, pois “o corpo nota (os cuidados) como se fosse uma planta”.³¹

As brasileiras, por outro lado, não demonstraram muita preocupação com a questão, usando em geral pijamas, peças sem necessariamente estabelecer uma combinação ou significado, algo que não tenham pena de estragar se for preciso. Para elas, a roupa de casa esteve mais relacionada às funções de conforto, mobilidade para as tarefas do lar, estar aquecida e bem abrigada ou, simplesmente, poder transpirar melhor. “Porque às vezes a gente está com calor em casa, fica à vontade”, como disse uma participante. Consideram que combinações esteticamente harmoniosas não são essenciais no ambiente privado.

Nesse sentido, algumas brasileiras ainda revelaram usar em casa peças que, às vezes, se contrapõem a suas ideias de decência e moralidade, uma vez que se encontram em ambiente privado: “para você andar em casa, assim, essas camisetinhas (mais decotadas e de alcinha) não tem problema. Agora para ir para rua, assim, eu não aceito. Não, não gosto”. No entanto, outra participante comentou a cobrança que recebe constantemente da filha em relação a sua aparência no âmbito doméstico:

minha filha: “a senhora não tem outra roupa”? Falei: “não interessa, eu quero essa”. Comentam! (Os filhos) me xingam porque eu não uso (outras roupas melhores que possui). Dentro de casa, tem dia que eu passo o dia todo de pijama.

²⁹ Texto livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*bueno, este jersey antes lo usaba para la calle, pero ya tiene tiempo. No está viejo, pero, vamos, ya no está. Este es para casa*”.

³⁰ Texto livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*hombre, no sé. No es que esa ropa que tengo en casa esté sucia, pero no está adecuada, bajo mi punto de vista, para salir a la calle*”.

³¹ Texto livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*el cuerpo lo nota como se una planta*”.

Em síntese, apesar da diferença quanto à composição da aparência no ambiente privado, tanto brasileiras quanto espanholas possuem o costume de reservar as melhores peças para sair de casa. Percebeu-se que no contexto da vida pública as participantes se preocupam mais com suas aparências, pois esta é importante para manutenção de seu envolvimento social e pertencimento aos grupos e espaços que frequentam.

4.3.2. Aparência para o público: as roupas de sair

Especialmente pela menor preocupação em arrumar-se para o ambiente privado, notou-se que um dos principais motivos para o investimento na aparência é o sair de casa. Fora do ambiente doméstico, as investigadas utilizam de seu aspecto pessoal para estarem atrativas ou, no mínimo, respeitáveis a qualquer pessoa que venham a encontrar, conhecida ou desconhecida. O receio, como aprendido por algumas das espanholas: “quando jovem, (arrumar-se) para agradar. E quando velha, para não assustar”.³²

Assim, quando necessitam sair e decidir sobre um sapato ou blusa, além de considerar, por exemplo, questões como o clima ou meio de transporte que será utilizado, planejam como irão lidar com diferentes públicos e situações, quase como uma corrida de obstáculos. No entanto, o cuidado para “não assustar”, por vezes, é tão exitoso que gera, segundo algumas viúvas, um problema: paqueras.

De forma geral, todas as participantes que são ou foram casadas utilizam diariamente a aliança de casamento, como sinal de respeito e eterno compromisso com o marido. Porém, as viúvas, que não planejam casar-se novamente ou ter qualquer outro tipo de relação amorosa, disseram que também seguem usando a aliança como escudo de cantadas e insinuações, que outrora foram recebidas de companheiros de trabalho, passageiros no ônibus e colegas do núcleo de convivência. Uma brasileira narrou, inclusive, que além de usar o anel de casamento, deixou de vestir calça jeans por um episódio desconcertante:

é, ela (calça jeans) tem uns bolsos, uns bordados. Bem no dia que eu vesti ela, um cara ficou me enchendo o saco no ônibus, eu não vesti mais ela. É, foi assim: eu entrei aqui, na praça, né? Aí eu entrei, ele falou: "senta aqui". Eu falei: "não senhor, eu vou

³² Texto livremente traduzido do espanhol. Versão original: “*de joven, (arreglarse) para agradar. Y de vieja, para no assustar*”.

sentar lá atrás". Sabe o que que ele fez? [Risos]. Levantou e ficou em pé, lá na frente, olhando para mim. Aí quando chegou lá onde eu desço, ele veio na porta. Eu falei: "dá licença, que eu vou descer". Aí não sei o que que ele falou, eu falei... ah, antes de eu passar, ele falou: "ai". Eu falei: "tá cansado, tio"? Ele falou: "não, eu tenho é 30 anos em cada perna. Quer casar comigo"? Eu falei: "cai fora! Me respeita, rapaz"! Mas o motorista deu tanta risada. E eu desci do ônibus e fui embora. Olha só. Estava com essa calça. Está lá, novinha, lá no guarda-roupa. Acho que agora eu vou levar para a viagem. Se eu cismar, eu visto.

Tanto brasileiras como espanholas pensam que um comportamento envolvendo sedução para uma senhora de 80 e poucos anos não cai bem. Dessa forma, procuram alcançar através de sua aparência a respeitabilidade que desejam, segundo os princípios morais aprendidos na infância, como o de que o casamento é sagrado e para toda vida e que uma mulher casada não deve se insinuar a outros homens, que não o marido.

Por outro lado, no caso das poucas participantes solteiras, estas também não buscam utilizar de sua aparência para conseguir parceiros, segundo elas por decepções anteriores ou porque não combina com a idade avançada. Porém, tanto casadas, viúvas e solteiras não deixam de expressar certa satisfação ao receberem elogios ou atenção de pessoas nas ruas, que não têm medo de dividir um banquinho na praça e puxar conversa com elas. Nesse sentido, uma espanhola confessou se arrumar quando sai para fazer caminhada sozinha, pensando em arranjar uma companhia para o percurso, alguém que inicie um papo com ela, que disse ser tímida.

Algumas investigadas acreditam que é mais difícil engajar-se na velhice, pois além de familiares – e às vezes nem todos – os amigos que ficam são poucos: uns por falecimento, alguns por mudança de endereço, outros por enfermidades crônicas que os afastam da vida social. Ou, ainda, por não estarem de acordo com o modo que os colegas encaram a velhice, mais próximo do modelo de eterna juventude e terceira idade, como descreve Debert (2004 a).

No contexto da aparência, uma das espanholas comentou que perdeu amizades depois que começou a usar bengala. Disse que as amigas a repreendiam, como se estivesse entregando-se a algo ruim. Viam o suporte como um símbolo pejorativo e, portanto, ficavam constrangidas em sua companhia. Assim, passaram a não convidá-la mais para cafés, caminhadas e outros passeios que realizavam regularmente, segundo o dito estilo *callejero* de Madrid.

O termo *callejero* é usado em Madrid para descrever as pessoas que gostam de estar na rua a comer e beber algo em boa companhia, passando o dito *buen rato* – traduzido por

momento agradável. Em diversos estabelecimentos, como bares e restaurantes, notou-se que boa parte não tende à segmentação etária, como costuma ser feito em guias de lazer. Assim, abriga-se ao mesmo tempo um grupo de jovens universitários e casais idosos que saem para tomar uma cerveja, por exemplo. Em conversa com pessoas locais e a própria tutora da pesquisa na Espanha, constatou-se que, realmente, em Madrid a privação destes espaços a certos grupos não costuma acontecer. Em outras palavras, um velho que entre em um bar repleto de jovens não é motivo de choque ou foco de atenção, segundo os informantes.

Entretanto, em saídas com a participante repreendida pelo uso da bengala, percebeu-se que, na verdade, existe certa segmentação. São nos bairros que concentram mais idosos que se encontram os lugares para comer e beber entre variadas gerações. E os idosos *callejeros*, em geral, não usam bengalas e outros aparatos que dificultem o acesso a tais locais ou prejudiquem sua imagem, uma vez que vistos como prejuízo. A investigada que usa bengala disse não ir mais a certos estabelecimentos em razão da má acessibilidade, que gera constrangimentos.

Nesse contexto, Pin e Spini (2016) ressaltam a importância de proporcionar integração social, principalmente, entre idosos longevos, que, segundo os autores, tendem a não conseguir realizar certas atividades sociais em razão de suas limitações funcionais, o que ocasiona um alto risco de isolamento social. De acordo com os pesquisadores, o envolvimento social reduz significativamente problemas relacionados ao sentimento de solidão, como a depressão e o suicídio.

Uma das idosas espanholas que detém de certa dificuldade para andar disse que, ainda assim, se esforça para sair de casa regularmente, indo à rua para caminhar, observar pessoas, encontrar amigos e vizinhos. Nos passeios, leva em seu andador documentos e itens para a aparência, como xale, tiara e protetor de ouvido, conforme demonstra a figura 11, a seguir.

Figura 10: cesto, que funciona como uma espécie de bolsa, incorporado ao andador de uma das espanholas

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Os locais de melhor acesso e que, conseqüentemente, vem a ser mais frequentados pelas participantes dos dois países, são as igrejas, os núcleos de convivência para idosos, os médicos e hospitais, além da casa e eventos de parentes. Estes espaços configuram, atualmente, as estruturas, não apenas físicas, mas também afetivas e simbólicas, mais preparadas para acolhimento do idoso, de acordo com as participantes.

A religião, mais do que papel de guia espiritual, é um meio para engajar-se significativamente com pessoas da mesma fé, que também tendem a ter opiniões semelhantes. Nestes espaços, vigoram regras de vestimenta e comportamento instruídos por padres, pastores e outros líderes para participação nos centros religiosos. Foi possível visitar algumas entidades e grupos frequentados pelas participantes dos dois países.

Entre as espanholas, majoritariamente católicas, existe a roupa de missa, sempre mais especial que a da semana. Após ida a algumas igrejas de distintos bairros de Madrid, notou-se que a maior parte de seus fiéis são idosos e que estes vestem trajes como casacos de visom e terno, além de penteado estruturado. Segundo umas das participantes do local, o melhor que podem fazer com sua aparência. Uma outra disse estrear roupa nova todo ano na missa de Ramos, evento muito importante do catolicismo, como forma de demonstrar seu respeito e apreço pela ocasião – e, ainda, não destoar das demais senhoras, que vão tão arrumadas quanto (ilustração 12).

Ilustração 12: pérolas e batom para um dia especial

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Na Espanha, participou-se ainda de um evento de uma comunidade católica organizado por um grupo de mulheres idosas, por convite de uma das investigadas. No dia, não foram realizados rituais da crença, mas apresentações de teatro, coral e poesia elaborados pelas frequentadoras. A participante que fez o convite explicou que este grupo se dedica a unir e entreter as mulheres idosas da igreja, esta que sedia espaço para que façam suas reuniões e atividades com fins de gerar envolvimento. O grupo conta com cerca de 80 mulheres e realiza encontros semanais. No dia do evento, que se tratava de uma confraternização de final de ano, encontrou-se senhoras penteadas, usando maquiagem e algumas um pouco de salto nos sapatos, casacos de visom, joias, perfume e muita alegria com a comemoração de mais um ano juntas.

Ainda no cenário da igreja, agora no Brasil, uma das participantes contou sobre os cuidados que realiza em sua aparência, seguindo orientações de padres e outros líderes religiosos quanto à participação em uma irmandade de mulheres, da qual ela tem muito orgulho de fazer parte:

falei: "não, eu vou mandar fazer outra blusa" (para ir à igreja). Aí eu fui lá na Santo Antônio (loja de tecidos de seu bairro) e mostrei para o moço, levei a blusa, falei: "olha, a mulher (costureira que faz as roupas da irmandade da igreja) falou que comprou esse pano aqui para fazer a blusa e está amarela. E eu não quero se for esse pano assim". Ele falou: "não, aqui ela não comprou, porque a gente não vende esse

pano, essa qualidade de pano. Nós vendemos esse daqui. Esse não amarela. Então, ela não comprou aqui". Aí eu comprei o pano e dei para ela (costureira) fazer. Mandei fazer duas. Porque às vezes tem qualquer coisa, né, que nem agora tem finados, vai ter (evento da igreja) ali agora no cemitério. Sempre vou e ainda faço coleta, dou os folhetos. É, eu adoro fazer, sabe. Eu gosto mesmo, de coração.

A mesma participante comentou, ainda, sobre mudanças feitas em seu acervo por conta do vestuário padronizado do referido grupo religioso: "agora esses (sapatos) de saltinho assim eu não uso não. Dei tudo embora. Tinha seis desses. Que eu comecei na igreja, né, tinha que ser sapato preto de meio saltinho. Então, agora eu não posso usar daquele, aí eu dei embora. Estava novo, novo".

Uma outra brasileira, adepta da Testemunha de Jeová, disse encomendar roupas na costureira especialmente para os dias e eventos da comunidade. Em entrevista, relatou estar planejando o *look* para uma reunião que estava próxima: "agora, domingo nós temos a reunião. Eu estava pensando: eu vou pôr uma saia cinza, marrom, com uma blusa estampadinha. Uma estampa miudinha assim, bem bonita, que eu ganhei a blusa. Ganhei os panos. Vou pôr". Ainda no contexto da religião, o painel 25 apresenta alguns símbolos do catolicismo usados por participantes do Brasil em colares.

Painel 25: colares religiosos utilizados por participantes católicas

Fonte: Andrea Lopes, 2016

Ademais das igrejas, outros espaços que se mostraram muito significativos às participantes dos dois países foram os núcleos de convivência para idosos (NCI). Majoritariamente, as investigadas passaram a frequentar estes centros depois de algum episódio de perda de um ente querido, em especial o marido, ou por depressão e sentimento de solidão. Notou-se que, com o tempo, os NCI se tornaram uma espécie de segunda família para essas mulheres, que foram acolhidas com muito carinho e respeito por outros frequentadores, os quais pertencem a mesma geração ou gerações próximas e compartilham experiências semelhantes, além de profissionais especializados no público idoso.

A partir das atividades organizadas pelos NCI, as participantes passaram a realizar novos investimentos em termos de aparência. São roupas esportivas para fazer ginástica, fantasias para eventos temáticos, traje para confraternizações especiais de fim de ano ou outro do tipo, além de no dia a dia se prepararem para ir bem arrumadas aos grupos que participam. Nesse sentido, uma das brasileiras relatou que estava há alguns dias ausente do NCI porque não tinha pintado a raiz branca do cabelo e não queria que as colegas a vissem assim, como se fosse um sinal de desleixo ou desânimo:

eu não fui no projeto porque não tive tempo de arrumar o cabelo, porque eu fui operada tem 15 dias. Eu fui operada desse olho, de catarata. E eu não tenho saído, sabe, por causa disso. Aí eu falei: "terça-feira eu vou, porque eu não aguento ficar mais longe. Vou lá buscar trabalho". Eu faço tricô, crochê, bordado.

Entre as frequentadoras dos núcleos de convivência existem observações, cobranças e apoio com relação ao cuidado da aparência. Nesse sentido, Feltrin e Velho (2016) apontam que o convívio com pessoas de mesma idade pode contribuir para a abertura no compartilhamento de experiências e informações, às vezes não compartilhadas com pessoas de outras faixas etárias e gerações, familiares ou profissionais, os quais tendem a ter trajetórias e visões de vida distantes de sua realidade.

Uma das espanholas, que começou a participar do centro de Los Cármenes, Madrid, depois da morte do marido, disse que foram suas amigas do grupo que a ajudaram e incentivaram a usar roupas mais alegres como forma de aos poucos superar a perda – algo que já tinha sido vivido por algumas. Por essa razão, ela comentou:

e faz muito tempo que venho (ao grupo de leitores do NCI que frequenta). Além disso, olha, sabe que passam lista. Digo: “não faltei nenhum dia”. E dizem: “Você nunca fica doente”? E eu: “não, eu não”. É que se tenho que ir à enfermeira, para controle da tensão e tudo isso, digo: “não, na sexta-feira (dia do grupo) não posso. Marque em outro dia”.³³

Os NCI constituem, ainda, um lugar em que encontram mulheres da mesma idade para se inspirar quanto à aparência (painel 26), tendo em vista que adotam o critério etário em suas composições. Muitas afirmaram que reparam no que as demais vestem e, quando se tratam de amigas, pedem e dão dicas. Perguntam onde uma comprou o tênis que é bom para a aula de ginástica, indicado pelo professor ou sobre a modelagem que fica bem para seu tipo de corpo. Passam, então, a não apenas conviver, mas a serem educadas por pares etários, com os quais apontam ter mais empatia e intimidade.

Painel 26: espanholas, frequentadoras do mesmo NCI, que tinham em comum o uso de lenço no pescoço

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

³³ Trecho livremente traduzido do espanhol. Versão original: “y llevo todo ese tiempo viniendo (al grupo de lectores del centro de convivencia). Además, mire, sabes que nos pasa lista. Digo: ‘ni un solo día he faltado yo’. Y dicen: ‘tú nunca te pones mala’? Y yo: ‘no, yo no’. Es que si tengo que ir por la de la enfermera, si me controla la tensión y todo eso, pero digo: ‘no, en el viernes (día del grupo de lectores) no puedo. Dame otro día’”.

No Brasil e na Espanha, inclusive, muitas participantes disseram estar mais à vontade para ser e falar de si mesmas nestes espaços que entre sua própria família consanguínea. Explicaram que os parentes, mais jovens e distantes do contexto da velhice, especialmente avançada, por vezes não oferecem a mesma atenção recebida pelos amigos e profissionais dos centros de convivência para idosos.

Ainda assim, a família configura um núcleo importante da vida das investigadas. Muitas afirmaram que seus familiares são o que têm de mais precioso na vida. É com eles que procuram organizar almoços, festas de aniversário, uma ida a suas casas ao longo da semana ou mesmo chamadas telefônicas regulares. É também através deles que dispõem de outras oportunidades de socialização e envolvimento, como casamentos, batizados, bodas, formaturas e demais marcos relevantes para filhos, netos, bisnetos, sobrinhos, afilhados, etc. A ilustração 13 representa alguns dos trajes e combinações elaboradas pelas participantes para dias entendidos como especiais.

Ilustração 13: roupa de festa

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

Dessa forma, os acervos da aparência das participantes estão muito envolvidos com sua vida familiar. Disseram caprichar no visual quando vão encontrar parentes, que costumam reparar em seus *looks*, inclusive para saber como elas estão. De acordo com as investigadas, principalmente os filhos observam seu aspecto para notar o ânimo, disposição, vontade de se arrumar, de estar bonita, fatores que acusariam o nível de bem-estar, autoestima, alegria e positividade. Essas são características que os familiares buscam perceber para inspirar-se em termos de modelo de velhice e ter menos preocupações com suas mães, avós ou bisavós.

As participantes procuram, então, apresentar-se bem nos eventos da família, como forma de manter seus parentes tranquilos e seu papel de referência de velhice. Assim, mesmo quando se encontram abaladas por alguma dificuldade, tentam disfarçar-la com uma aparência bem arrumada, não deixando pistas para preocupar os filhos – embora nem sempre o plano dê certo, por ser difícil manipular a voz ou expressões que acusam não estar muito bem.

Em eventos especiais da família, como um casamento (figura 12), planejam meticulosamente cada detalhe de seu visual, sempre mais caprichado que o habitual, mas sem deixar de lado as ideias de decência, naturalidade e feminilidade, construídas desde a infância. Nesses dias, se permitem usar um pouco mais de maquiagem, colocar um colar e brinco mais vistosos ou joias, um sapato com algum salto, fazer um penteado diferente ou qualquer outro procedimento que demonstre sua consideração ao elaborar uma aparência que foge um pouco de seu modelo convencional do dia a dia.

Figura 11: detalhes do visual de uma das espanholas para o casamento do filho

Fonte: arquivo pessoal de uma participante

Porém, as investigadas procuram também manter parte de seu estilo nessas ocasiões. Por vezes, usam o mesmo tipo de conjunto de blusa e calça vestidos cotidianamente, mas adaptados com tecidos mais finos e acessórios mais caprichados, exemplo compartilhado por uma das brasileiras. Há as que mandam fazer roupas em costureiras, com uma ideia especial tirada de uma revista de moldes, de uma celebridade ou da própria cabeça mediante seu repertório de moda. Também há as que compram roupas e acessórios novos. Porém, nesse caso, como serão exclusivos para determinado evento, uma vez que entendem e concordam que nessas situações não fica bem repetir *look*, devem ser elegantes, mas não absurdamente caros. Ou seja, precisam caber em suas condições financeiras e não comprometer seu orçamento mensal.

Em geral, notou-se que são os eventos públicos envolvendo a família, a igreja e os núcleos de convivência para idosos que conferem às participantes oportunidades significativas de envolvimento, visibilidade, legitimação e vinculação. Nestas, são estabelecidas relações de ensino e aprendizagem informal que orientam a manutenção de seus vínculos sociais e rol de significados estruturantes. É a partir dessas pessoas que elas têm obtido sentido para investir e construir a própria aparência na velhice, além de disporem de motivos para exercitar a imaginação e gosto por se arrumar (painel 27). Há muitas que dizem ter prazer em cuidar da aparência e se preparar para diferentes compromissos.

Painel 27: participantes do Brasil e da Espanha fazendo uso de batom para sessão fotográfica da pesquisa

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2016

Nesse sentido, uma das brasileiras comentou sobre seu preparo para eventos da comunidade religiosa que frequenta: “eu gosto de me vestir bem. Quando eu vou para reunião (da igreja), eu ponho saia, blusa bonita. Gosto de me vestir bem. Gosto de me maquiar”. Acrescentou, ainda, que, por vezes, recebe críticas negativas em relação a sua vaidade: “tem gente

que diz que eu gosto de me aparecer. Eu digo que é ciúme. É. ‘Você gosta de se aparecer’. Eu falo: ‘e daí?’”

Apesar das oportunidades de engajamento social mencionadas, percebeu-se que às vezes faltam convites. Nem sempre há casamentos, formaturas, batizados, etc. Da mesma forma, nem sempre há convite para estar com familiares e amigos fora da casa de parentes, NCI e igrejas. Algumas comentaram o desejo de frequentar mais teatros, cinemas, cafés e demais atrações ainda incomuns em suas rotinas por falta de companhia disposta a ir com elas para outros lugares. Em outras palavras, existe uma expectativa e desejo por viver outros espaços que não os religiosos, familiares ou voltados exclusivamente ao público idoso.

Parte das investigadas disseram que faziam mais investimentos na aparência quando eram mais jovens e tinham mais lugares para frequentar, recebiam mais convites porque, especialmente sua condição física, era diferente: detinham de maior mobilidade. A falta de lugares adequados para receber idosos, seja por sua estrutura ou atração oferecida, também têm limitado algumas participantes. Percebeu-se, então, que quanto mais diversificadas as oportunidades de engajamento social, também mais diversificado é o guarda-roupa. Nesse sentido, a figura 13 mostra um traje de dança do ventre de uma das idosas brasileiras. Segundo ela, tais vestes são muito diferentes de suas roupas do dia a dia, mas eram feitas e utilizadas especialmente para participar de apresentações de dança do NCI que frequenta.

Figura 12: participante brasileira com um traje que utilizava em eventos de dança do NCI que frequenta

Fonte: Patrícia da Silva Yokomizo, 2015

No caso das solteiras, notou-se que estas detêm de menor vínculo com a família do que as que foram casadas e mães. Demonstraram maior afetividade por amigos e profissionais dos NCI que frequentam, dispendo de menos oportunidades de envolvimento no contexto familiar. Foi possível conviver semanalmente com uma destas participantes e notar transformações e maior entusiasmo com a aparência mediante convites da pesquisadora para cafés, almoços, caminhadas, cinema e outras atrações.

A partir das diversas visitas e programas realizados, movimentou-se parte de seu acervo especial, como casaco e luvas de couro preto retomados depois de muito tempo para uma ida a um cinema no centro de Madrid. Também foi resgatado um casaco roxo comprido de tecido e corte nobres para um almoço de aniversário. Viu-se ainda surgir a vontade de passar *blush* no rosto para ter uma cara mais alegre e o uso da única calça jeans que tinha, guardada e não estreada por anos, que, depois de ter sido notada e elogiada pela pesquisadora, se tornou frequente.

A partir do exposto e vivenciado com as investigadas, percebeu-se, em síntese, que o envolvimento social constitui sentidos para construção da aparência, bem como esta é utilizada para manter vínculos estabelecidos. As informações sobre como compor o aspecto pessoal para engajamento social, no caso, são inferidas através do contato com familiares, líderes religiosos, profissionais dedicados ao público idoso e servidores do setor de beleza, seus principais relacionamentos. De modo geral, o ambiente público se mostrou mais relevante ao trato da aparência, uma vez que há maior exposição, mais observadores, regras de conduta e possibilidades de envolvimento. Este se mostrou central às participantes das duas culturas em questão, que ao longo de anos vêm procurando conferir mudanças a suas vidas por meio do estabelecimento de relações significativas em idades avançadas. Por fim, o quadro 11 sintetiza os significados e intenções da construção da aparência, tendo em vista o envolvimento social nas duas culturas.

Quadro 11: síntese sobre o engajamento social através da aparência

Fonte: Andrea Lopes & Patrícia da Silva Yokomizo, 2017

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa realizada, considera-se, primeiro, que construção da aparência é processual, dinâmica, interdependente, heterogênea, singular e simbólica, mesmo perante um cenário de mais semelhanças que diferenças culturais. Portanto, ocorre ao longo do envelhecimento, inclusive em idades mais avançadas, e segundo variáveis biopsicossociais.

Neste estudo, debruçou-se em mapear e analisar a performance das variáveis e determinantes socioculturais renda, escolaridade, gênero, idade e etnia em relação à construção da aparência. Percebeu-se que o aspecto pessoal das participantes se relaciona aos *modus operandi* de seu envelhecer, estando em acordo com a educação informal e o engajamento social proporcionados durante a vida.

Tanto no Brasil quanto na Espanha, foi percebido que com o passar dos anos as investigadas foram se tornando mais autônomas quanto à composição de suas aparências, seja por certa independência financeira, rompimento de vínculos ou mudança de papéis e novos espaços sociais de engajamento. Apesar disso, sempre se mantiveram fiéis às ideias de decência, recato, simplicidade, delicadeza e naturalidade relacionadas com a concepção de feminilidade, fortemente influenciadas pela educação informal recebida na infância. Tal como descrito pelo grupo EAPS, no caso estudado, nota-se que a aparência abrange não apenas aspectos físicos, mas também comportamentais, atitudinais e simbólicos, que são influenciados pelas relações sociais estabelecidas durante a vida e buscam transmitir e dialogar com mensagens, significados, papéis, senso de pertencimento e expectativas acordadas socialmente.

Nesta pesquisa, as baixas renda e escolaridade das investigadas favoreceu seu maior envolvimento com a educação informal, principal meio de ensino e aprendizagem. Apesar das dificuldades e escassez de recursos diversos, não deixaram de investir e conferir sentido a suas aparências, estabelecendo através delas relações significativas.

No que se refere à situação financeira, limitada durante toda vida, aprenderam a otimizar seus poucos recursos. São opostas a ideia de consumo de massa, descartável e determinista, pouco autoral. Têm preferido investir em poucos itens, mais caros, porém de maior qualidade, como forma de fazer um investimento de melhor custo-benefício em suas aparências. Nesse sentido, tendo em vista a dinâmica capitalista e consumista que vigora em diversos países, considera-se que a forma como as participantes constroem suas aparências pode estar

ameaçada. Levanta-se, então, a questão sobre como dar visibilidade, atender e fazer funcionar essa demanda menos fugaz de consumo, especialmente buscando atender essas gerações mais velhas.

Em relação à composição da aparência, as investigadas preocupam-se em estar de acordo com o que consideram bem apresentável, especialmente quando fora de suas casas. Através de amigos e parentes dispõem, ainda, de trocas, doações e presentes para compor seu acervo com produtos de valor econômico, simbólico e afetivo, além de fortalecer suas relações e reconhecimento social. Estes intentos têm sido constantes e se orientam especialmente pelo que inferem de familiares, amigos, profissionais de beleza, especialistas em idosos, médicos, TV e até mesmo desconhecidos observados pelas ruas.

Assim, considera-se que a educação informal é uma modalidade de ensino-aprendizagem muito importante para esta geração, pouco escolarizada. Vale ressaltar que, neste cenário educativo, as idosas investigadas são também educadoras, tendo participação na orientação de filhos, netos, amigas e outros envolvidos. Usam de sua aparência para transmitir mensagens às pessoas de seu entorno, principalmente sobre o que consideram uma velhice digna, procurando despertar o interesse e respeito alheio e, ainda, evitar o isolamento físico e simbólico.

As participantes, de modo geral, são cientes dos preconceitos sobre o velho presentes em ambas sociedades, o que é comentado por parte da literatura consultada, e, portanto, buscam com sua aparência distanciar-se de estereótipos. Alguns que elas mesmas ajudam a disseminar, como a “assanhada” e “velha fedida”. Existe certo estranhamento e rejeição por figuras que estejam fora de seus padrões morais e de gênero, mais do que econômicos e de classe. Notou-se, ainda, que as longevas procuram ser exemplo de aparência para outras idosas, familiares e amigas, constituindo-se modelo decente e feminino nessa fase da vida, especialmente, de sua faixa etária.

Dessa forma, percebeu-se que existe a relação estabelecidos e *outsiders*, descrita por Elias e Scotson (2000), entre as participantes e demais idosas de seu entorno. Porém, neste caso, a oposição não é fundamentada por uma diferença de idade, entre jovens e velhos, como apontava a literatura consultada. Na verdade, trata-se de uma rivalidade entre as próprias idosas, que independe de renda ou escolaridade e estabelece conflitos entre decentes e indecentes, femininas e desleixadas, naturais e artificiais.

De certa maneira, o fato mostra que as idosas investigadas contribuem, ainda que involuntariamente, para a homogeneização dos idosos a partir de um critério etnocêntrico, uma vez que procuram estabelecer modelos de velhice em termos de aparência e rejeitar ou excluir os que não seguem seus preceitos. Considera-se, então, que é importante tratar em variados âmbitos, tanto científico como popular, da discriminação e diversificação dos modos de aparentar e envelhecer.

A adequação da aparência segundo um critério de idade foi percebida nas duas culturas. Observou-se que brasileiras e espanholas não têm procurado esconder seus anos ou negar a velhice. Na verdade, estabelecem referenciais de aparência, negativos e positivos, exclusivos e inclusivos, que estão de acordo com sua educação familiar e delimitam o que deve e não se deve, ou o que é e não é permitido, aparentar em determinada idade. Assim, no que tange à aparência, não procuram ser jovens – e algumas repreendem os que tentam – assumindo e administrando perdas e ganhos biopsicossociais típicos do momento e condições em que vivem.

A aparência, neste estudo, se mostrou importante não apenas para a convivência, mas também na indicação do nível de inserção social das investigadas. Notou-se que a variedade de itens e investimentos no aspecto pessoal é proporcional às oportunidades de envolvimento. O engajamento social vem a ser, assim, um sentido para cuidar da aparência e vice-versa.

Nesse contexto, percebeu-se que em ambas culturas as oportunidades de engajamento social das participantes estão concentradas nas famílias, núcleos de convivência para idosos e igrejas. Considera-se que existe uma necessidade de ofertar mais espaços para socialização e promoção de sentido à vida dos mais velhos, uma vez que as longevas investigadas sinalizaram o desejo de ampliar o leque de papéis e espaços sociais e variantes da própria aparência.

Dessa forma, notou-se que há entre as participantes o gosto por arrumar-se, por preparar-se para um evento, pensar e planejar combinações para distintas ocasiões. Esta espécie de *hobby* ou ocupação, é fomentada, em parte, pelo fato de na velhice, depois de anos de investimentos e boas aquisições, terem um acervo bastante amplo, além de mais tempo e dinheiro para cuidar de si mesmas.

Entre as duas culturas, foram percebidas, ao final, poucas diferenças no que tange ao objetivo de investigação, provavelmente em razão de perfil socioeconômico e geracional semelhante e prevalente ao longo de toda vida. Em acréscimo, o regime político e econômico dos dois países investigados, ao longo do século XX, maior parte da vida das participantes, foi muito parecido, sendo marcados por guerras, ditaduras e opressões.

Como diferença, observou-se apenas que as espanholas possuem maior preocupação com a aparência no ambiente doméstico, entendendo que o trato da aparência é uma motivação necessária não apenas para se expor na rua, mas também para estar em casa de bem consigo mesma. As madrilenas também demonstraram maior conhecimento de moda, sabendo citar marcas e estilistas, além de algumas acompanharem desfiles pela televisão. Supostamente, o fato relaciona-se a seu pertencimento à comunidade europeia, considerada referência do campo da Moda, além da valorização do conhecimento sobre a origem dos produtos, tendo preferência pelos nacionais.

Por fim, foram observadas algumas diferenças entre as idosas como um todo. Ademais das poucas peculiaridades culturais, notou-se que o estado civil também proporcionou vivências e investimentos diferentes na aparência, agora, entre casadas e solteiras. Estas, demonstraram maior influência da vida profissional e amigos em seu modo de compor o aspecto pessoal, enquanto aquelas estiveram mais influenciadas por maridos, filhos e demais familiares.

Desse modo, considera-se pertinente realizar outros estudos que explorem mais a relação de variáveis como estado civil, geração e religião com os modos de envelhecer. Igualmente, sugere-se prosseguir com a investigação sobre o processo de construção da aparência, tendo em vista seu potencial para compreender o estabelecimento ou não de relações sociais durante a vida, bem como os usos da aprendizagem informal. Pesquisas sobre a temática se mostram relevantes, ainda, ao considerar que a aparência constitui uma ferramenta de gestão gerontológica.

6. LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Durante o desenvolvimento da investigação, surgiram algumas limitações que, no entanto, considera-se que não prejudicaram o formato original do estudo, bem como o alcance dos objetivos propostos. A primeira delas, certamente, diz respeito ao tempo para execução de um projeto de caráter transcultural, que no período de mestrado requer muito planejamento, preparação e disciplina. Além disso, foi preciso conciliar as exigências e prazos do programa de pós-graduação em questão com os da agência que fomenta esta pesquisa no que tange, em especial, aos requisitos para o exame de qualificação e à concessão de financiamento para ida ao campo exterior.

Ainda na questão do tempo para execução da pesquisa, também foi preciso administrar o cronograma em acordo com os prazos para autorizações de instituições parceiras do estudo. No Brasil, dado que estas já detinham de associações com o curso de graduação em Gerontologia da Universidade de São Paulo, os trâmites foram mais facilitados. Na Espanha, tendo em vista que se estava iniciando novas parcerias e em outro país, o período para concessão de autorizações foi mais demorado, levando pouco mais de um mês. No entanto, foi possível reorganizar e adiantar outras tarefas previstas para o estágio no exterior durante a espera, cumprindo satisfatoriamente o plano de atividades.

Quanto à formulação original do projeto desta pesquisa, inicialmente previa-se a inclusão dos homens e também de inúmeros outros critérios de composição da amostra, tais como religião e estado civil. Tendo em vista os estudos anteriores do grupo EAPS e a literatura que foi consultada, entendeu-se que essas variáveis devem, do mesmo modo, influenciar a construção da aparência. Infelizmente, visando atender a exiguidade do tempo de mestrado, considerou-se que, por enquanto, abordar o universo feminino aliando renda e escolaridade, duas das variáveis mais exploradas na literatura gerontológica, seria possível atender ao tempo de curso e organizar o material teórico e argumentativo.

Em relação à escolha do universo feminino, considerou-se, ainda, que nos espaços públicos de socialização de velhos da atualidade, as mulheres longevas seriam encontradas em maior número e estariam mais disponíveis, pois vêm habitando com mais assiduidade tais núcleos. O mesmo foi a impressão e encaminhamento da professora supervisora do estágio

de pesquisa na Espanha quanto a amostra de Madrid. Em conversa com especialistas em Gerontologia, tutores em estágios supervisionados, também foi previsto que possivelmente os homens mais longevos, além de pertencerem mais ao ambiente doméstico, poderiam estar mais debilitados que as mulheres de sua geração, impedindo ou dificultando o avanço e conclusão do campo. Assim, a opção por mulheres ao invés de homens de 80 anos ou mais, ou outras identidades de gênero, visou oportunizar segurança e assertividade na seleção de participantes, uma vez que a escolha metodológica busca atender a saturação dos dados, seja através de uma amostra relativamente pequena ou, se necessário, grande.

Como uma última limitação, a coleta de dados nos dois países não pode ser totalmente realizada na residência das participantes, como havia sido idealizado. Não houve autorização de algumas instituições e idosas para visitar suas casas, por motivos pessoais e manutenção de privacidade, posição que foi rigorosamente respeitada.

No Brasil, ficou a critério das participantes receber ou não a pesquisadora responsável em sua casa. Algumas não quiseram realizar a coleta em sua moradia por constrangimento com a simplicidade do local ou por morar com parentes, que poderiam dificultar a realização do estudo em seus lares. Por fim, houve uma desistente brasileira, cujos dados foram descartados, e uma participante espanhola que não pode integrar os registros fotográficos por motivos de saúde.

REFERÊNCIAS

- ABOIM, Sofia. **Narrativas do envelhecimento: ser velho na sociedade contemporânea**. Tempo Social, revista de sociologia da USP, v. 26, nº 1, p. 207-232, junho, 2014.
- ALMEIDA, Heloisa Buarque de. **“Classe média” para a indústria cultural**. Psicologia USP, v. 26, nº 1, p. 27-36, 2015.
- ALMEIDA, Heloisa Buarque de. **Identificações afetivas: telenovelas e as interpretações das audiências**. Runa XXXIV, nº 2, p. 163-176, 2013.
- ALONSO, Fabio Roberto Bárbolo. **As mulheres idosas que residem em domicílios unipessoais: uma caracterização regional a partir do Censo 2010**. Revista Kairós Gerontologia, caderno temático Envelhecimento Ativo e Velhice, v. 18, nº 19, p. 99-122, 2015.
- ARAÚJO, Angélica Simões Augusto & LOPES, Andrea. **Engajamento social e velhice: caracterização literária e conceitual em periódicos nacionais e bases internacionais e nacional**. Trabalho de conclusão de curso. Graduação em Gerontologia. Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Orientação: Andrea Lopes. São Paulo, SP: 2013.
- ARAÚJO, Denise Castilhos de & LEORATTO, Danielle. **Alterações da silhueta feminina: a influência da moda**. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, Florianópolis, v. 35, nº 3, p. 717-739, julho/setembro, 2013.
- ARGIMON, Irani Iracema de Lima; PIZZINATO, Adolfo; ECKER, Daniel Dall’Igna; LINDERN, Daniele & TORRES, Samantha. **Velhice e identidade: significações de mulheres idosas**. Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 14, nº 4, p. 79-99, setembro, 2011.
- AVELAR, Cátia Fabíola Parreira de & VEIGA, Ricardo Teixeira. **Como entender a vaidade feminina utilizando a autoestima e a personalidade**. Revista de Administração de Empresas, FGV-EAESP, São Paulo, v. 53, nº 4, p. 338-349, julho/agosto, 2013.
- BALTES, Paul B. & SMITH, Jacqui. **Novas fronteiras para o futuro do envelhecimento: da velhice bem-sucedida do idoso jovem aos dilemas da Quarta Idade**. Revista A Terceira Idade, SESC São Paulo, v. 17, nº 36, p. 7-31, junho, 2006.
- BAPTISTA, Tadeu João Ribeiro. **Corpo e envelhecimento: um estudo de caso em Universidade Aberta à Terceira Idade**. Estudos Interdisciplinares do Envelhecimento, v. 19, nº 3, p. 723-741, 2014.
- BAZO, Francisco Perales. **La mujer como imagen de marca en el cartel de cine español en el periodo 2010-2013**. Historia y Comunicación Social, v. 18, nº Especial Noviembre, p. 189-201, 2013.
- BELELI, Iara. **O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais**. Cadernos Pagu, Campinas, nº 44, p. 91-114, janeiro/junho, 2015.
- BENBOW-BUITENHUI, Anoushka. **A feminine double-bind? Towards understanding the commercialisation of beauty through examining anti-ageing culture**. Social Alternatives, v. 33, nº 2, p. 43-49, 2014.
- BLACKMAN, Cally. **100 anos de Moda**. São Paulo: Publifolha, 2011.
- BONADIO, Maria Claudia & GUIMARÃES, Maria Eduarda Araujo. **Telenovelas: consumption and dissemination of a brazilian fashion**. Fashion Theory, v. 20, nº 2, p. 209–228, 2016.

BOURDIEU, Pierre. **Capital cultural, escuela y espacio social**. (Compilação e tradução: Isabel Jimenez). Siglo Veintiuno Editores: Coyoacan, 1998.

BROWN, Ann & KNIGHT, Tess. **Shifts in media images of women appearance and social status from 1960 to 2010: a content analysis of beauty advertisements in two Australian magazines**. *Journal of Aging Studies*, v. 35, p. 74-83, 2015.

BROWN, Ashley. Picture [im]perfect: **Photoshop redefining beauty in cosmetic advertisements, giving false advertising a run for the Money**. *Texas Review of Entertainment and Sport Law*, v. 16, nº 2, p. 87-105, 2015.

BURKLEY, Melissa; BURKLEY, Edward; STERMER, S. Paul; ANDRADE, Angela; BELL, Angela C. & CURTIS, Jessica. **The ugly duckling effect: examining fixed versus malleable beliefs about beauty**. *Social Cognition*, v. 32, nº. 5, p. 466-483, 2014.

CAIO, Carolina; GRAEFF, Bibiana; LOPES, Andrea. **Envelhecimento e Aparência: a experiência de indianos imigrantes da cidade de São Paulo, Brasil**. Trabalho de conclusão de curso. Graduação em Gerontologia. Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Orientação: Andrea Lopes. São Paulo: 2012.

CAMARANO, Ana Amélia. **Estatuto do Idoso: avanços com contradições**. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1840.pdf. Acessado em: 30/09/2014.

CAMPOS, Raquel Discini. **A educação do corpo feminino no Correio da Manhã (1901-1974): magreza, bom gosto e envelhecimento**. *Cadernos Pagu*, Campinas, v. 45, p. 457-478, julho/dezembro, 2015.

CARNEIRO, Renata; ZEYTINOGLU, Senem; HORT, Florina & WILKINS, Erica. **Culture, beauty, and therapeutic alliance**. *Journal of Feminist Family Therapy*, nº 25, p. 80-92, 2013.

CARSTAIRS, Catherine. **“Look younger, live longer”: ageing beautifully with Gaylord Hauser in America, 1920-1975**. *Gender & History*, v.26, nº 2, p. 332-350, agosto, 2014.

CARTER, Claire. **Still sucked into the body image thing: the impact of anti-aging and health discourses on women's gendered identities**. *Journal of Gender Studies*. *Journal of Gender Studies*, 2014. DOI: 10.1080/09589236.2014.927354.

CASTILLO, Enrique Gervilla. **Desafíos de la belleza corporal. Valoración y crítica educativa**. *Revista Lusófona de Educação*, nº 26, p. 29-43, 2014.

CASTRO, Ana Lúcia & PINTO, Renata Pires. **Corporalidade brasileira na fabricação da identidade nacional**. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 50, nº 1, p. 34-40, janeiro/abril, 2014.

CAVICO, Frank J.; MUFFLER, Stephen C. & MUJTABA, Bahaudin G. **Appearance discrimination in employment: legal and ethical implications of “lookism” and “lookphobia”**. *Equality, Diversity and Inclusion International Journal*, v. 32, nº 1, p. 83-119, 2013.

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (CIA). **The world factbook**. Disponível em: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2102rank.html>. Acessado em: 13/05/2015.

CENTRO INTERNACIONAL DE LONGEVIDADE – BRASIL. **Envelhecimento ativo: um marco político em resposta à revolução da longevidade**. 1ª edição. Rio de Janeiro: 2015.

CHOW, Nelson & BAI, Xue. **The effects of sociodemographic characteristics on Chinese elders' perception of the image of ageing**. *International Journal of Population Research*, p. 1-11, 2011.

- COFFEY, Julia. **Bodies, body work and gender: exploring a Deleuzian approach.** Journal of Gender Studies, v. 22, nº 1, p. 3-16, 2013.
- COHEN, Lawrence. Não há velhice na Índia: os usos da gerontologia. In: DEBERT, Guíta Grin (org.). **Textos Didáticos nº 13: Antropologia e Velhice**, 2ª edição, p. 65-118. Campinas: Textos Didáticos, 1998.
- COLETTE, Shelly. **Eroticizing Eve: a narrative analysis of Eve images in fashion magazine advertising.** Journal of Feminist Studies in Religion, v. 31, nº 2, p. 5-24, 2015.
- CÔRTE, Beltrina. **O papel da comunicação na construção do nosso longeviver.** Revista Portal de Divulgação, São Paulo, v. 35, p. 3-14, agosto, 2013.
- COUTINHO, Renato Xavier; TOMAZETI, Renata Venturini & ACOSTA, Marco Aurelio de Figueiredo. **Representação de corpo na velhice: o corpo real versus o corpo social.** Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 16, nº 4, p. 215-236, dezembro, 2013.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas.** (Tradução Cristiana Coimbra). São Paulo: Editora Senac, 2006.
- CRISTÓFOL-RODRÍGUEZ, Carmen & MÉNDIZ-NOGUERO, Alfonso. **Análisis del brand placement en las revistas femeninas. Hibridación de discursos: informativo, publicitario y de la moda.** Revista Mediterránea de Comunicación, v. 6, nº 1, p. 7-25, 2015.
- DEBERT, Guíta Grin & BRIGEIRO, Mauro. **Fronteiras de gênero e a sexualidade na velhice.** Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 27, nº 80, p. 38-54, 2012.
- DEBERT, Guíta Grin. **A cultura adulta e juventude como valor.** Texto apresentado no 13º Seminário Temático - Imagens da modernidade: mídia, consumo e relações de poder, da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS). Coordenação: Esther Hamburger, Everado Rocha e Peter Fry. 2004 a.
- DEBERT, Guíta Grin. **A dissolução da vida adulta e a juventude como valor.** Horizontes Antropológicos, v. 16, n. 34, p. 49-70, 2010.
- DEBERT, Guíta Grin. **A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento.** 1ª Edição, 1ª reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, FAPESP, 2004 b.
- DEBERT, Guíta Grin. **O velho na propaganda.** Cadernos Pagu, v. 21, p. 133-155, 2003.
- DEBERT, Guíta Grin. **Velhice e o curso da vida pós-moderno.** Revista USP, São Paulo, nº 42, p. 70-83, junho/agosto, 1999.
- DELBONI, Bárbara; JOAQUIM, Stephanie Bittencourt; PLONER, Katia Simone & CYRINO, Luiz Arthur Rangel. **Gerascofobia: o medo de envelhecer na contemporaneidade.** Revista Brasileira de Ciências do Envelhecimento Humano, Passo Fundo, v. 10, nº 2, p. 203-214, maio/agosto, 2013.
- DIAS, Maria Angélica Ferreira, PAÚL, Constança Paúl & WATANABE, Helena Akemi Wada. **Representações sociais de velhice e suas relações com declínio e finitude em comentários e críticas publicados na mídia.** Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 17, nº 1, p.125-143, 2014.
- DIB, Claudio Zaki. **Formal, non-formal and informal education: concepts/applicability.** Cooperative Networks in Physics Education – Conference Proceedings 173, American Institute of Physics, p. 300-315, 1988.

DOMÍNGUEZ, Trinidad Núñez. **Cine y envejecimiento activo: la imagen de la actividad física en las películas.** Escritos de Psicología, vol. 6, nº 2, p. 20-25, maio/agosto, 2013.

DWECK, Ruth Helena. **A beleza como variável econômica: reflexo nos mercados de trabalho e de bens e serviços.** Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 1999.

ECO, Humberto. **História da beleza.** 4ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2014.

ELIAS, Norbert & SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade.** Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2000.

ESCUELAS DON QUIJOTE. **El sistema educativo en España.** Disponível em: <http://www.donquijote.org/cultura/espana/sociedad/costumbres/la-educacion-en-espana>. Acessado em: 14/03/2016.

ESTATUTO DO IDOSO. **Lei nº 10.741** de 01 de outubro de 2003. Brasília (DF): Senado Federal, 2003.

FARIAS, Patricia Silveira de; CECCHETTO, Fátima & SILVA, Paulo Rodrigo Pedroso da. **Homens e mulheres com H(GH): gênero, masculinidades e anabolizantes em jornais e revistas de 2010.** Cadernos Pagu, Campinas, v. 42, p. 417-446, janeiro/junho, 2014.

FEATHERSTONE, Mike. O curso da vida: corpo, cultura e imagens do processo de envelhecimento. In: DEBERT, Guita Grin (org.). **Textos Didáticos nº 13: Antropologia e Velhice**, 2ª edição, p. 45-64. Campinas: Textos Didáticos, 1998.

FELTRIN, Rebeca Buzzo & VELHO, Lea. **Representações do corpo feminino na menopausa: estudo etnográfico em um hospital-escola brasileiro.** Sexualidad, Salud y Sociedad – Revista Latinoamericana, nº 22, abril, p. 148-174, 2016.

FENNO, Colleen. **Zadie Smith on beauty, youth and aging.** Tulsa Studies in Women's Literature, v. 33, nº 2, p. 179-202, 2014.

FERNANDES, Luís & BARBOSA, Raquel. **A construção social dos corpos periféricos.** Saúde e Sociedade, São Paulo, v. 25, nº 1, p. 70-82, 2016.

FERREIRA, Aline Alves; MENEZES, Maria Fátima Garcia; TAVARES, Elda Lima; NUNES, Nathália César Nunes; SOUZA, Fernanda Pereira de; ABULQUERQUE, Natália Adélia Ferreira & PINHEIRO, Margarida Adelaide Mendes. **Estado nutricional e autopercepção da imagem corporal de idosas de uma Universidade Aberta da Terceira Idade.** Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia, Rio de Janeiro, v. 17, nº 2, p. 289-301, 2014 a.

FERREIRA, Magda G. Ferreira, BIANCHI, Mariana, MENEGÓCIO, Alexandre M. & ZAGO, Gabriela Mariotoni. **Desconstruindo a imagem do idoso nos meios midiáticos.** Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 17, nº 4, p.211-223, 2014 b.

FONSECA, Cristiane Costa Fonseca; CHAVES, Érika de Cássia Lopes; PEREIRA, Sarah Salvador; BARP, Milara; MOREIRA, Andréia Mara & NOGUEIRA, Denismar Alves. **Autoestima e satisfação corporal em idosas praticantes e não praticantes de atividades corporais.** Revista de Educação Física, UEM, v. 25, nº 3, p. 429-439, 2014.

FRIEDMAN, Jonathan. **Being in the world: globalization and localization.** Theory, Culture & Society, v. 7, p. 311-328, 1990.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Idosos no Brasil: vivências, desafios e expectativas na 3ª idade**. Anita Liberalesso Neri (org). Edições SESC: 2007.

GALAK, Jeff; GRAY, Kurt; ELBERT, Igor & STROHMINGER, Nina. **Trickle-down preferences: preferential conformity to high status peers in fashion choices**. PLOS ONE, maio, v. 11, nº 5, p. 1-11, 2016.

GARCÍA, Alejandro Nestor. **Distinção social e processo civilizador em Norbert Elias**. Revista Iara, São Paulo, v.1, nº 1, p. 68-101, abril/agosto, 2008.

GARCÍA, Noelia Castillo. **La imagen de la mujer española en la fotografía de prensa durante la Guerra Civil. Análisis de contenido aplicado a las principales cabeceras portuguesas**. Historia y Comunicación Social, v. 19, nº Especial Enero, p. 781-795, 2014.

GASPAR, Alberto. A educação formal e a educação informal em ciências. In: MOREIRA, Ildeu de Castro; MASSARANO, Luisa & BRITO, Fatima (orgs.). **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**, p. 171-183. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Fórum de Ciência e Cultura, 2002.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1ª edição, 13ª reimpressão. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GLOBAL AGE WATCH INDEX 2014. **Country report cards**. Disponível em: <http://www.helpage.org/global-age-watch/population-ageing-data/country-report-cards/>. Acessado em: 13/05/2015.

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

GOHN, Maria da Glória. **Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas**. Ensaio: avaliação e políticas públicas em Educação, v. 14, nº 50, p. 27-38, janeiro/março, 2006.

GÓIS JUNIOR, Edivaldo & SILVA, Leonardo Mattos da Motta. **Educação do corpo e higiene escolar na imprensa do Rio de Janeiro (1930-1939)**. Educação e Pesquisa, v. 42, nº 2, p. 411-426, abril/junho, 2016.

GOLDENBERG, Mirian. Invisíveis ou inclassificáveis? Gênero, corpo e envelhecimento na cultura brasileira. In: MESQUITA, Cristiane & CASTILHO, Kathia (orgs.). **Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores**, p. 55- 72. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

GOLDENBERG, Mirian. **Mulheres e envelhecimento na cultura brasileira**. Caderno Espaço Feminino, v. 25, nº 2, p. 46-56, 2012.

GOLDENBERG, Mirian. **Corpo, gênero e envelhecimento na cultura brasileira**. Revista A Terceira Idade, v. 24, nº 58, p. 69-81, novembro, 2013.

GOMES, Paula & LOPES, Andrea. **Engajamento social, aparência e velhice homossexual masculina: caracterização dos aplicativos de relacionamento**. Trabalho de conclusão de curso. Graduação em Gerontologia. Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Orientação: Andrea Lopes. São Paulo: 2014.

GUEVARA, Jordan. **A conversation on beauty**. Tese de mestrado. Columbian College of Arts and Sciences. George Washington University. Orientação: Susan Sterner. Washington, D.C., 2015.

HARPER'S BAZAAR. **11 Inspiring quotes from fashion icon Iris Apfel**. Disponível em: <http://www.harpersbazaar.com/fashion/news/a11893/11-inspiring-quotes-from-eternal-fashion-goddess-iris-apfel/>. Acessado em: 20/06/2017.

HENNING, Carlos. **Paizões, tiozões, e tias e cacuras: envelhecimento, meia idade, velhice e homoerotismo masculino na cidade de São Paulo**. Tese de doutorado. Programa de Antropologia Social, UNICAMP. Orientação: Guita Grin Debert. Campinas: 2014.

HERNÁNDEZ, Adriana Amaya; MANCILLA-DÍAZ, Juan Manuel; RAYÓN, Georgina Leticia Álvarez; LUYANDO, Mayaro Ortega; LÓPEZ, Maricruz Larios & GUERRERO, José Ignacio Martínez. **Edad, consciencia e interiorización del ideal corporal como predictores de insatisfacción y conductas alimentarias anómalas**. Revista Colombiana de Psicología, Bogotá, v. 22, nº 1, p. 121-133, janeiro/junho, 2013.

IACUB, Ricardo. **Erotismo y vejez en la cultura greco-latina**. Revista Brasileira de Ciências do Envelhecimento Humano, p. 84-103, julho/dezembro, 2004.

JANKOWSKI, Glen S.; DIEDRICHS, Phillippa C.; WILLIAMSON, Heidi; CHRISTOPHER, Gary & HARCOURT, Diana. **Looking age-appropriate while growing old gracefully: a qualitative study of ageing and body image among older adults**. Journal of Health Psychology, 2014. DOI: 10.1177/1359105314531468.

JOHNSON, Kim K. P.; YOO, Jeong-ju; KIM, Minjeong & LENNON, Sharron J. **Dress and human behavior: a review and critique**. Clothing & Textiles Research Journal, v. 26, nº 1, janeiro, p. 3-22, 2008.

KACZAN, Gisela Paola. **La práctica gimnástica y el deporte, la cultura física y el cuerpo bello en la historia de las mujeres**. Argentina 1900-1930. Historia Crítica, nº 61, julho-setembro, p. 23-43, 2016.

KARL, Katherine A.; Leda McIntyre, HALL & PELUCHETTE, Joy V. **City employee perceptions of the impact of dress and appearance: you are what you wear**. Public Personnel Management, v. 42, nº 3, p. 452-469, 2013.

KARL, Katherine; PELUCHETTE, Joy Van Eck & HALL, Leda McIntyre. **Employee beliefs regarding the impact of unconventional appearance on customers in Mexico and Turkey**. Employee Relations, v. 38, nº 2, p. 163-181, 2016.

KNOW, Yoo Jin & KNOW, Kyoung-Nan. **Multifaceted appearance management as cultural practice**. Review of European Studies, v. 5, nº 4, 2013.

LANGEVIN, Annete. **A construção social das idades: mulheres adultas de hoje e velhas de amanhã**. Caderno CRH, Salvador, nº 29, p. 129-149, julho/dezembro, 1998.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Companhia de Bolso: 2009

LIVRAMENTO, Maria Nazaré, HOR-MEYLL, Luis Fernando & PÊSSOA, Luís Alexandre Grubits de Paula. **Valores que motivam mulheres de baixa renda a comprar produtos de beleza**. Revista de Administração Mackenzie, São Paulo, v. 14, nº 1, p. 44-74, janeiro/fevereiro, 2013.

LOPES, Andrea. **A Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia e os desafios da Gerontologia no Brasil**. Campinas: Átomo e Alínea, 2000.

LOPES, Andrea. **Trabalho voluntário e envelhecimento: um estudo comparativo entre idosos americanos e brasileiros**. Tese de Doutorado. Faculdade de Educação. Unicamp. Orientação: Anita Liberalesso Neri. Campinas: 2006.

LOPES, Andrea; BERNARDO, Caroline Miranda; SILVA, Larissa Henrici; MELO, Patrícia; YOKOMIZO, Patrícia; YOSHIOKA, Thaís Fernanda Luz. Envelhecimento e velhice: pistas e reflexões para o campo da moda. In: MESQUITA, Cristiane & CASTILHO, Kathia (orgs.). **Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores**, p. 45-54. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

LÖVGREN, Karin. **The swedish tant: a marker of female aging**. Journal of Women & Aging, v. 25, p. 119-137, 2013.

MALHEIROS JUNIOR, Alberto & FREITAS, Silvana Aparecida de. **Envelhecimento e consumo: as representações da velhice feminina no discurso midiático**. Estudos Interdisciplinares do Envelhecimento, v. 17, nº 1, p. 275-291, 2012.

MARCELJA, Karen Grujicic. **A beleza como passaporte intergeracional**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Gerontologia Social. Orientação: Vera Lúcia Valsecchi de Almeida. São Paulo: 2012.

MARTINS, Carla Cristina Siqueira & MARTINS, Ana Caroline Siqueira. **Cultura, consumo e mídia: o espetáculo “Moda” está no ar!** Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte, v. 8, nº 2, janeiro, 2016.

MASCIO, Antonella. **La moda como forma de valorización de las series de televisión**. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Cuaderno 44, p. 185-195, 2013.

MENEZES, Tarciana Nobre de; BRITO, Kyonayra Quezia Duarte; OLIVEIRA, Elaine Cristina Tôrres & PEDRAZA, Dixis Figueroa. **Percepção da imagem corporal e fatores associados em idosos residentes em município do nordeste brasileiro: um estudo populacional**. Ciência & Saúde Coletiva, v. 19, nº 8, p. 3451-3460, 2014.

MONTELEONE, Thiago Vinicius; WITTER, Carla & GAMA, Eliane Florencio. **Representação social de idosos: análise de imagens publicadas no discurso midiático**. Estudos Interdisciplinares do Envelhecimento, v. 20, nº 3, p. 921-937, 2015.

MONTEMURRO, Beth & Meghan M. **Wrinkles and sagging flesh: exploring transformations in women’s sexual body image**. Journal of Women & Aging, v. 25, p. 3-23, 2013.

MOREIRA, Jacqueline de Oliveira. **Mudanças na percepção sobre o processo de envelhecimento: reflexões preliminares**. Psicologia: teoria e pesquisa, v. 28, nº4, p. 451-456, outubro/dezembro, 2012.

MOURA, Giselle Alves de & SOUZA, Luciana Karine. **Autoimagem, socialização, tempo livre e lazer: quatro desafios à velhice**. Textos & Contextos, Porto Alegre, v. 11, nº 1, p. 172-183, janeiro/julho, 2012.

MUSAIGER, Abdulrahman O.; D’SOUZA, Reshma & KHALDOON AL-ROOMI, Khaldoon. **Perception of aging and ageism among women in Qatar**. Journal of Women & Aging, v. 25, p. 273-280, 2013.

NERI, Anita Liberalesso. **Feminização da velhice**. In NERI, Anita Liberalesso (org.). **Idosos no Brasil: vivências, desafios e expectativas na terceira idade**, p. 47-64. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, Edições SESC-SP, 2007.

NERI, Anita Liberalesso. **Palavras-chave em Gerontologia**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2014 (Coleção Velhice e Sociedade). 4ª edição.

NOROGRANDO, Rafaela. **Imagem corporal: público, privado, superfície, âmagô**. Revista Iara, São Paulo, v. 7, nº 2, p. 113-133, 2014.

O’NEIL, Ashley. **A call for truth in the fashion pages: what the global trend in advertising regulation means for U.S. beauty and fashion advertisers**. Indiana Journal of Global Legal Studies, v. 21, nº 2, p. 619-641, 2014.

OMELCZUK, Fernanda & MONTEIRO, Gabriel Gouvêa. **Imagens de uma nova velhice: considerações a partir do filme “E se vivêssemos todos juntos”**. Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 17, nº 4, p. 245-259, 2014.

- ORR, Noreen & PHOENIX, Cassandra. **Photographing physical activity: using visual methods to ‘grasp at’ the sensual experiences of the ageing body**. *Qualitative Research*, v. 15, nº 4, p. 454-472, 2015.
- PANEK, Paul E.; HAYSLIP JR., Bert & PRUETT, Jessica H. **How do you know you’re old? Gender differences in cues triggering the experience of personal aging**. *Educational Gerontology*, v. 40, p. 157-171, 2014.
- PATRÍCIO, Karina Pavão; RIBEIRO, Helena; HOSHINO, Katsumasa & BOCCHI, Silvia Cristina Mangini. **O segredo da longevidade segundo as percepções dos próprios longevos**. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 13, nº 4, p. 1189-1198, 2008.
- PEREIRA, Cláudia da Silva & PENALVA, Germano Andrade. **Nem todas querem ser Madonna: representações sociais da mulher carioca, de 50 anos ou mais**. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 22, nº 1, p. 173-193, janeiro/abril, 2014.
- PÉREZ-NEBRA, Amalia Raquel; DIAS, Moema Brasil & TORRES, Claudio V. **Acessibilidade crônica e agenda setting: interface entre a psicologia e a comunicação no estudo da beleza**. *Psicologia & Sociedade*, v. 26, nº 2, p. 335-345, 2014.
- PICOLLI, Mariana; LOPES, Andrea; ARAÚJO, José Renato Campos; GRAEFF, Bibiana. **Idosos “roqueiros” e a juventude eterna: pistas para reflexão**. *Revista Temática Kairós Gerontologia*, v. 15, nº 6, p. 291-312, 2012.
- PIN, Stephanie & SPINI, Dario. **Meeting the needs of the growing very old population: policy implications for a global challenge**. *Journal of Aging & Social Policy*, v. 28, nº 3, p. 218-231, 2016.
- PINHEIRO, Geisa Aparecida Dariva. **Educação e envelhecimento: atividade intelectual na terceira idade**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Educação. Universidade Estadual de Maringá. Maringá: 2009.
- PLENS, Joice; ACCIOLY, Marisa; BATISTONI, Samila; LOPES, Andrea. **Envelhecimento, engajamento e aparência: percepções de idosas participantes de um núcleo de convivência de idosos**. *Revista Kairós Gerontologia*, v. 15, nº 6, p. 269-289, 2012.
- PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Índice de Desenvolvimento Humano Municipal Brasileiro**. Brasília: PNUD, Ipea, FJP, 2013. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/arquivos/idhm-brasileiro-atlas-2013.pdf>. Acessado em: 13/05/2015.
- RE, Daniel E. & RULE, Nicholas O. **Predicting firm success from the facial appearance of Chief Executive Officers of non-profit organizations**. *Perception*, v. 45, nº 10, p. 1137-1150, 2016.
- RIBEIRO, Rúbia Guimarães Ribeiro & KRUSE, Maria Henriqueta Luce. **O corpo da mulher em revista: o imperativo da beleza**. *Texto Contexto Enfermagem*, Florianópolis, v. 23, nº 1, p. 101-108, janeiro/março, 2014.
- RODRIGUES, Aretusa de Paula & JUSTO, José Sterza. **A resignificação da velhice na terceira idade**. *Revista Estudos Interdisciplinares do Envelhecimento*, Porto Alegre, v. 14, nº 2, p. 169-186, 2009.
- RUBINHO, Talita de Rezende & LOPES, Andrea. **Engajamento social e voluntariado: um panorama dos programas intergeracionais disponíveis na internet**. Trabalho de conclusão de curso. Graduação em Gerontologia. Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Orientação: Andrea Lopes. São Paulo: 2014.
- RUNFOLA, Cristin D.; HOLLE, Ann Von; PEAT, Christine M.; GAGNE, Danielle A.; BROWNLEY, Kimberly A.; HOFMEIER, Sara M. & BULIK, Cynthia M. **Characteristics of women with body size satisfaction at midlife: results of the gender and body image study (GABI)**. *Journal of Women Aging*, v. 25, nº 4, p. 1-17, 2013.

SABIK, Natalie J. **Ageism and body esteem: associations with psychological well-being among late middle-aged african american and european american women.** Journals of Gerontology, Series B: Psychological Sciences and Social Sciences, v. 70, nº 2, p. 189-199, setembro, 2013.

SÁNCHEZ, Mirta Lidia & MONCHIETTI, Alicia. **Envejecer y parecer joven: obstáculos y consecuencias.** Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 16, nº 2, p. 9-19, junho, 2013.

SANDBERG, Linn. **Affirmative old age: the ageing body and feminist theories on difference.** International Journal of Ageing and Later Life, v. 8, nº 1, p. 11-40, 2013.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil.** Editora Contexto: São Paulo, 2014.

SANTANA, Carla da Silva Santana & BELCHIOR, Carolina Guimarães. **A velhice nas telas do cinema: um olhar sobre a mudança dos papéis ocupacionais dos idosos.** Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 16, nº 1, p. 93-116, 2013.

SANTOS, Geraldine Alves; LOPES, Andrea & NERI, Anita Liberalesso. Escolaridade, raça e etnia: elementos de exclusão social de idosos. In NERI, Anita Liberalesso (org.). **Idosos no Brasil: vivências, desafios e expectativas na terceira idade**, p. 65-80. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, Edições SESC-SP, 2007.

SCALCO, Lucia Mury & PINHEIRO-MACHADO, Rosana. **Os sentidos do real e do falso: o consumo popular em perspectiva etnográfica.** Revista de Antropologia, USP, v. 53, nº 1, p. 321-359, 2010.

SCHEMES, Claudia; DUARTE, Paulo Henrique Saul & MAGALHÃES, Magna Lima. **Anseios e desejos: mulher madura e a moda como construção social.** Revista PRÂKSIS, Novo Hamburgo, a. 12, v. 2, p. 146-158, agosto, 2015.

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC) & CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS (CNDL). **Significados da beleza: autoimagem e consumo.** Junho, 2016.

SEWELL, Rachel. **What Is appealing? Sex and racial differences in perceptions of the physical attractiveness of women.** The University of Central Florida Undergraduate Research Journal, v. 6, nº 2, p. 56-70, 2013.

SHARP, Elizabeth A. & KEYTON, Kristina. **Caught in a bad romance? The negative effect of normative dating and marital ideologies on women's bodies.** Sex Roles, v.75, p. 15-27, 2016.

SHEPHARD, Arlesa; POOKULANGARA, Sanjukta; KINLEY, Tammy R. & JOSIAM, Bharath M. **Media influence, fashion and shopping: a gender perspective.** Journal of Fashion Marketing and Management, v. 20, nº 1, p. 4-18, 2016.

SHKOLNIK, Darya Shkolnik & IECOVICH, Esther. **Health, body image, gender and migration status: their relationship to sexuality in old age.** International Psychogeriatrics, v. 25, nº 10, p. 1717-1727, 2013.

SILVA, Aparecida Costa; PLENS, Joice; MARCELJA, Karen Grujicic & LOPES, Andrea. **Significados de aparência e o perfil socioeconômico de idosos aposentados associados ao SINDNAPI.** Trabalho de conclusão de curso. Graduação em Gerontologia. Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Orientação: Andrea Lopes. São Paulo: 2015.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. **Moda, informação e cultura.** Revista Iara, São Paulo, v. 6, nº 1, p. 66-89, 2013.

SILVA, Natália Polo; CACHIONI, Meire; LOPES, Andrea. **Velhice, imagem e aparência: a experiência de idosos da UNATI EACH-USP.** Revista Kairós Gerontologia, v. 15, nº 7, p. 235-257, 2012.

SILVA, Teresinha Maria Nelli. **A Desigualdade de gênero na terceira idade**. Revista A Terceira Idade, SESC São Paulo, v. 17, nº 36, p.32-38, junho, 2006.

SIMMEL, George. **Filosofía de la Moda**. Casimiro Libros: 2014.

SIMMEL, George. **Philosophie der Mode**. Reihe Moderne Zeitfragen, Hans Landsberg (org.), nº 11, p. 5-41, Berlin, 1905.

SMALLWOOD, Rachel R.; BROWN, Natalie A. & BILLINGS, Andrew C. **Female bodies on display: attitudes regarding female athlete photos in Sports Illustrated's swimsuit issue and ESPN – The Magazine's body issue**. Journal of Sports Media, v. 9, nº 1, p. 1-22, 2014.

SOLAR, Maria Dolores Villaverde. **La imagen en la publicidad y el arte: con mujeres, ¿para mujeres?** Arte y Sociedad – revista de investigación, nº 6, 2014.

TAVENER, Meredith; BYLES, Julie & LOXTON, Deborah. **Expert perceptions of the popular baby boomer image**. Australasian Journal on Ageing, v. 33, nº 4, p. 31-35, dezembro, 2014.

TAYLOR, Judith; JOHNSTON, Josée & MOUNT, Krista Whitehead. **A corporation in feminist clothing? Young women discuss the Dove "Real Beauty" campaign**. Critical Sociology, v. 42, nº 1, p. 123 –144, 2016.

TEIXEIRA, Fábio Luís Santos; FREITAS, Clara Maria Silvestre Monteiro de & CAMINHA, Iraquitan de Oliveira. **A beleza feminina como poder: desvendando outros sentidos para a construção estética de si**. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, Florianópolis, v. 36, nº 2, p. 485-500, abril/junho, 2014.

TIGGEMANN, Marika & MCCOURT, Alice. **Body appreciation in adult women: relationships with age and body satisfaction**. Body Image, v. 10, p. 624-627, 2013.

TIIDENBERG, Katrin & CRUZ, Edgar Gómez. **Selfies, image and the re-making of the body**. Body & Society, v. 21, nº 4, p. 77–102, 2015.

TOFFOLETTI, Kim. **Baudrillard, postfeminism and the image makeover**. Cultural Politics, v. 10, nº 1, p. 106-119, 2014.

TSAL, Wan-Hsiu Sunny. **"There are no ugly women, only lazy ones": taiwanese women's social comparison with mediated beauty images**. Advertising & Society Review, MUSE, v. 13, nº 4, 2013.

TWIGG, Julia & MAJIMA, Shinobu. **Consumption and the constitution of age: expenditure patterns on clothing, hair and cosmetics among post-war "baby boomers"**. Journal of Aging Studies, v. 30, p. 23-32, 2014.

TWIGG, Julia. **The body, gender and age: feminist insights in social gerontology**. Journal of Aging Studies, v. 18, p. 59-73, 2004.

UNIÓN DEMOCRÁTICA DE PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE ESPAÑA (UDP). **Deliberación mayores: investigación participativa sobre las personas mayores**. Colección Estudio. Gobierno de España, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. IMSERSO: 2009.

UNIÓN DEMOCRÁTICA DE PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE ESPAÑA (UDP). **La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación de masas y la opinión pública**. Colección Estudio. Obra Social Caja Madrid: 2008.

UNIÓN DEMOCRÁTICA DE PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE ESPAÑA (UDP). **Voluntariado social UDP: tal como somos – envejecimiento activo**. Colección Estudio. Gobierno de España, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad: 2012.

VASCONCELOS, Michele de Freitas Faria & SEFFNER, Fernando. **A pedagogia das políticas públicas de saúde: norma e fricções de gênero na feitura de corpos**. Cadernos Pagu, Campinas, nº 44, p. 261-297, janeiro/junho, 2015.

VERGARA, María Carolina Cubillos. **Mujeres en el papel: representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970**. Historia y Sociedad, Medellín, nº 26, p. 209-236, janeiro/junho, 2014.

VIANA, Helena Brandão & ANDRADE, Jessica Souza Schlichting de. **Fotografia e imagem corporal na maturidade**. Revista Kairós Gerontologia, São Paulo, v. 16, nº 4, p. 103-123, dezembro, 2013.

VIEIRA, Camilla Araújo Lopes Vieira & BOSI, Maria Lúcia Magalhães. **Corpos em confecção: considerações sobre os dispositivos científico e midiático em revistas de beleza feminina**. Physis Revista de Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, v. 23, nº 3, p. 843-861, 2013.

VILHENA, Junia de, NOVAES, Joana de Vilhena & ROSA, Carlos Mendes. **A sombra de um corpo que se anuncia: corpo, imagem e envelhecimento**. Revista Latino-americana de Psicopatologia Fundamental, São Paulo, v. 17, nº 2, p. 251-264, junho, 2014.

VITORINO, Sueli dos Santos; MIRANDA, Maria Luiza Jesus & WITTER, Carla. **Educação e envelhecimento bem-sucedido: reflexões sobre saúde e autocuidado**. Revista Kairós Gerontologia, v. 15, nº 3, p. 29-42, junho, 2012.

YOKOMIZO, Patrícia. **Moda e mídia adolescente: análise da relação de meios de comunicação com a construção da auto-imagem para adolescentes paulistanos**. Trabalho de conclusão de curso. Graduação em Têxtil e Moda. Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Orientação: Ana Paula Cavalcanti Simioni. São Paulo: 2009.

YOUNG, Ariana F.; GABRIEL, Shira & SCHLAGER, Olivia M. **Does this friend make me look fat? Appearance-related comparisons within women's close friendships**. Basic and Applied Social Psychology, v. 36, p. 145-154, 2014.

YU, Ui-Jeen; KOZAR, Joy M. & DAMHORST, Mary Lynn. **Influence of multiple age identities on social comparison, body satisfaction and appearance self-discrepancy for women across the life span**. Family and Consumer Sciences Research Journal, v. 41, nº 4, p. 375-392, junho, 2013.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. News release (19 may 2016). **Life expectancy increased by 5 years since 2000, but health inequalities persist**. Disponível em: <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2016/health-inequalities-persist/en/>. Acessado em: 25/05/2017.

APÉNDICE A. GUIÓN SEMIESTRUCTURADO DE INVESTIGACIÓN

- A. ¿Cómo compone su apariencia o se prepara usted en la actual fase de su vida?
- A.1. ¿Dónde compra usted las cosas para preparar su apariencia?
- A.2. Usted, ¿tiene preferencia por alguna(s) marca(s)?
- A.3. ¿Tiene algún ritual a la hora de elaborar su apariencia?
- A.4. ¿Usted ya tiene combinaciones preestablecidas para determinadas ocasiones, lugares o estaciones del año?
- A.5. ¿Suele organizar su ropa y accesorios de alguna forma específica?
- A.6. ¿Usted suele ir con frecuencia a la peluquería o a otros locales en los que se realizan cuidados relacionados con el aspecto?
- B. ¿Cuál(es) es(son) el(los) mensaje(s) que usted quiere transmitir con su aspecto?
- B.1. ¿Existe una intencionalidad cuando usted se prepara?
- B.2. ¿Hay colores o ropas, por ejemplo, que usted utiliza en eventos o en períodos específicos (p. ej. negro y luto)?
- C. En la elaboración de su apariencia, cuando se propone pasar un mensaje, ¿usted lleva en consideración lo que es dicho por familiares, amigos, medios de comunicación y las lecturas diversas?
- C.1. ¿Su familia y amigos notan o comentan sobre su aspecto?
- C.2. ¿Usted suele dar o recibir regalos conteniendo ítems volcados para la apariencia? ¿Qué hace cuando no le gusta algo que le han regalado? ¿Lo utiliza solo para agradar a quien se lo regaló?
- C.3. ¿Su apariencia depende de con quién vaya a encontrarse?
- C.4. ¿Qué medio(s) de comunicación son los que más consulta usted? ¿Por qué?
- C.5. ¿A usted le gusta leer con regularidad? ¿Qué tipo de publicaciones lee?
- C.6. ¿Los medios de comunicación que utiliza y las cosas que lee influyen en la composición de su apariencia?
- D. ¿Cuándo considera usted que lo que ellos dicen, colabora en su involucramiento social?
- D.1. ¿Cómo percibe eso usted?
- D.2. ¿Cómo utiliza usted eso a su favor?
- D.3. ¿Qué actividades familiares, sociales o comunitarias realiza usted actualmente?

D.4. En resumen, ¿Cree usted que la forma de organizar y presentar su apariencia está relacionada, de alguna forma, con las relaciones e informaciones que recibe cotidianamente cuando quiere envolverse en la sociedad y en los grupos que participa?

APÊNDICE B. TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Objetivo da pesquisa: investigar e comparar a correlação entre construção da aparência, educação informal e engajamento social entre octogenárias brasileiras e espanholas.

Eu, _____, RG nº _____, fui informada sobre os objetivos e intenções da pesquisa “**Velhice e construção da aparência: a relevância da educação informal no engajamento social de octogenárias brasileiras e espanholas**”, sob a responsabilidade da pesquisadora Patrícia da Silva Yokomizo e sua orientadora Prof.^a Dr.^a Andrea Lopes, do Mestrado em Gerontologia da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da Universidade de São Paulo (USP).

Concordo em participar voluntariamente da referida da pesquisa e autorizo que as informações obtidas, sejam elas via áudio, relatos, registro fotográfico, arquivos/documentos pessoais, observações ou conversas informais, sejam divulgadas para fins acadêmicos e científicos, sabendo que:

1. Não receberei, nem pagarei, remuneração alguma;
2. Posso desistir de minha participação a qualquer momento, sem nenhum prejuízo a minha pessoa;
3. Posso invalidar parte das informações obtidas no(s) momento(s) da coleta;
4. Posso solicitar esclarecimentos sempre que desejar.

Por fim, solicito:

- () a manutenção de minha identidade em sigilo
() ser tratada nos produtos acadêmicos e científicos da pesquisa pelo nome:

Contatos para esclarecimentos

Patrícia da Silva Yokomizo
E-mail: pati@usp.br
Telefone: (xx) xxxxx-xxxx

Profa. Dra. Andrea Lopes
E-mail: andrealopes@usp.br
Telefone: (xx) xxxx-xxxx

São Paulo, SP – Brasil

_____ de _____ de _____

Assinatura da participante

Patrícia da Silva Yokomizo
Pesquisadora

Prof.^a Dr.^a Andrea Lopes
Orientadora da pesquisa

APÊNDICE C. TÉRMINO DE CONSENTIMIENTO LIBRE Y ESCLARECIDO

Objetivo de la investigación: investigar y comparar la correlación entre la construcción de la apariencia, la educación informal y el compromiso social entre octogenarias brasileñas y españolas.

Yo, _____, D.N.I. nº _____, fui informada sobre los objetivos e intenciones de la investigación: **“Velhice e construção da aparência: a relevância da educação informal no engajamento social de octogenárias brasileiras e espanholas”** ("Vejez y construcción de la apariencia: la relevancia de la educación informal en el involucramiento social de octogenarias brasileñas y españolas"), bajo la responsabilidad de la investigadora Patrícia da Silva Yokomizo y de su Directora Prof.^ª Dr.^ª Andrea Lopes, de la Maestría en Gerontología de la Escuela de Artes, Ciencias y Humanidades (EACH) de la Universidad de São Paulo (USP), Brasil.

Concuerdo en participar voluntariamente de la referida investigación y autorizo que las informaciones obtenidas, ya sean vía auditiva, relatos, registro(s) fotográfico(s), archivos/documentos personales, observaciones o conversaciones informales, sean divulgadas con fines académicos y científicos, sabiendo que:

1. No recibiré, ni pagaré remuneración alguna;
2. Puedo desistir de mi participación en cualquier momento, sin ningún perjuicio contra mi persona;
3. Puedo invalidar parte de las informaciones obtenidas en el(los) momento(s) de la colecta;
4. Puedo solicitar esclarecimientos siempre que lo desee.

Por fin, solicito:

() el mantenimiento de mi identidad en sigilo

() ser tratada en los productos académicos y científicos de la investigación por el nombre de:

Contactos para esclarecimientos

Patrícia da Silva Yokomizo

E-mail: pati@usp.br

Teléfono: (xx) xxxxx-xxxx

Prof.^ª Dr.^ª Andrea Lopes

E-mail: andrealopes@usp.br

Teléfono: (xx) xxxx-xxxx

São Paulo, SP – Brasil

_____ de _____ de _____

Firma de la participante

Patrícia da Silva Yokomizo
Investigadora

Prof.^a Dr.^a Andrea Lopes
Directora de la investigación