

“O que é Ser Jovem até o Fim”: uma análise discursiva

“What it means to be young to the end”: a discursive analysis

Silvane Aparecida de Freitas*
Hellen Ferreira da Silva Alves dos Santos**

RESUMO

Tivemos como objetivo, neste artigo, analisar uma reportagem da Revista *Veja*, que investiga a questão da velhice. Para isso, utilizamo-nos dos pressupostos teóricos da Análise do Discurso de orientação francesa (AD), com o fito de analisar os possíveis sentidos presentes nos discursos que a imprensa veicula sobre a velhice na sociedade contemporânea. Assim, pudemos verificar que há uma representação de que só é velho quem quer. Na reportagem analisada, ao mesmo tempo em que se procura promover o idoso ideal, que se dispõe a ter uma vida ativa, acaba, também, por divulgar um sujeito marginalizado, inativo, ocioso, sem vez e voz.

Palavras-chave: Discurso; Idoso; Jovem; Mídia; Ideologia.

ABSTRACT

Our goal in this paper is to analyze a report in *Veja* magazine that deals with the topic of old age. To do this, we use the theoretical assumptions of discourse analysis

Recebido em 16 de junho de 2022.

Aceito em 11 de novembro de 2022.

DOI: <https://doi.org/10.18364/rc.2023n64.1317>

*Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Silvaneafreitas@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0619-1499>

**Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, j_xmem@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1845-302X>

of French orientation (AD), with the aim of analyzing the possible meanings of the discourse that the media conveys about aging in contemporary society. Thus, we found that there is a representation that old is simply everyone. Analyzed in the report, while promoting the ideal elderly who are willing to have an active life; also ends up being a marginalized topic, idle, idle, time and voice to reveal.

Keywords: Discourse; Elderly; Young; Media; Ideology.

“Todos desejam chegar à velhice; e quando chegam a ela, acusam-na”.
(CÍCERO - 106-43 a.C.).

Introdução

Essa temática fez parte de um Projeto de Pesquisa maior com apoio do CNPq, “Imagens dos idosos em discursos midiáticos”, o qual teve como objetivo analisar o discurso veiculado na mídia sobre a pessoa idosa, com o fito de compreender que representações fazem do idoso, que imagens têm sido veiculadas sobre a velhice na sociedade contemporânea.

Nessa perspectiva, neste artigo, analisamos uma reportagem da Revista *Veja*, edição 2221, ano 44, nº 24, cujo título “*O que é ser jovem até o fim*” explora a questão do idoso. Para isso, utilizamo-nos dos pressupostos teóricos da Análise do Discurso de orientação francesa (AD), com o fito de problematizar como é veiculada a ideia do envelhecimento, analisar os possíveis sentidos presentes nos discursos que a imprensa veicula sobre a velhice na sociedade contemporânea.

1. Abordagem discursiva e a ideologia nos textos midiáticos

As mídias, na visão de Gregolin (2003) desempenham um papel de mediadoras entre os leitores e a realidade, ou melhor dizendo, elas permitem ao leitor produzir formas simbólicas de representação de si com a realidade,

pois não dá para as mídias reproduzirem a realidade, mas sim construírem imagens simbólicas (efeitos de sentido) no imaginário social.

Além disso, a mídia, na era da informação ininterrupta e em tempo real, utiliza de estratégias disciplinares e vigilâncias sofisticadas que exigem reordenamentos discursivos, que a própria resistência passa a ser uma mercadoria a ser negociada, (re)produzida e transformada em discurso, de modo que neutraliza a subversão, destrói os contra-discursos (GREGOLIN, 2003, p.108).

Segundo Charaudeau (2006, p.19), “as mídias não transmitem o que ocorre na realidade social, elas impõem o que constroem do espaço público”, pois “no discurso informativo, o *status* da verdade é da ordem do que já foi: algo que aconteceu no mundo, é esse novo conhecimento proposto no instante de sua transmissão-consumação que vai dar credibilidade aos fatos transmitidos” (CHARAUDEAU, 2009, p. 61).

Em outras palavras, a mídia é responsável por reconstruir os fatos de acordo com seus próprios critérios, porque ela não tem espaço para inserir tudo o que acontece ao seu redor. Assim, cabe a ela selecionar os fatos e dar o devido tratamento ao conteúdo que será publicado (no caso da mídia escrita) ou que irá ao ar (no caso da mídia televisiva/radialista).

Nessa perspectiva, o discurso jornalístico/discurso informativo tem por finalidade despertar o interesse das pessoas, sensibilizando-as afetivamente, ou seja, tentando apresentar os fatos de forma objetiva. A mídia usa o seu “saber” como “verdade absoluta” para informar o público, que só terá acesso à informação por meio desta. Ela se utiliza de sua fonte de poder, ao tentar firmar o seu compromisso de retratar a realidade e levá-la ao conhecimento do público, tal como assevera Charaudeau (2006, p.63):

O discurso informativo não tem uma relação estreita somente com o imaginário do saber, mas igualmente com o imaginário do poder, quanto mais não seja, pela autoridade que o saber lhe confere. Informar é possuir um saber que o outro ignora (“saber”), ter a aptidão que permite transmiti-lo a esse outro (“poder dizer”), ser legitimado nessa atividade

de transmissão (“poder de dizer”). Além disso, basta que se saiba que alguém ou uma instância qualquer tenha a posse de um saber para que se crie um dever de saber que nos torna dependentes dessa fonte de informação. Toda instância de informação, quer queira, quer não, exerce um poder de fato sobre o outro. Considerando a escala coletiva das mídias, isso nos leva a dizer que as mídias constituem uma instância que detém uma parte do poder social.

Se a mídia exerce poder, esse poder se dá por meio do discurso, que é, segundo Foucault “ao mesmo tempo soberano e prisioneiro. Aquilo ao qual o homem cede, que o conduz em sua superfície translúcida, que age e pensa por ele, que dita os enunciados necessários e autoriza os enunciados possíveis” (FOUCAULT, 1996, p.13).

A ideologia é uma tomada de posição social do sujeito, num determinado contexto sócio-histórico. Assim sendo, o discurso não é uma simples transmissão de mensagem, ou de informação de um sujeito a outrem, não há neutralidade de informação, pois o sujeito é historicamente constituído na e pela linguagem, portanto, podemos afirmar que “[...] o discurso é o lugar em que se pode observar a relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/para os sujeitos”. (ORLANDI, 2009, p.17).

Como todo discurso é carregado de ideologias, assim o texto midiático não deixará de ser, é apenas mais um gênero discursivo dentre outros. De acordo com Bakhtin (1992), o texto é o conjunto interpretações da realidade social, retrata e refrata a realidade social. Nesse sentido, temos um sujeito heterogêneo, atravessado pela ideologia e pelo inconsciente. Isso acarreta um sujeito descentrado que não é fonte dos processos discursivos. Tudo que dizemos é um “já-dito”, mas nem tudo que se pensa pode ser dito, pois o discurso é controlado socialmente, não podemos dizer tudo o que queremos em qualquer lugar. Nosso discurso é sempre é perpassado por diversos outros, pois

[...] todo discurso se mostra constitutivamente atravessado pelos ‘outros discursos’ e pelo ‘discurso Outro’. O *outro* não é um objeto (exterior,

do qual se fala), mas uma *condição* (constitutiva, *para* que se fale) do discurso de um sujeito falante que não é fonte-primeira desse discurso. (AUTHIER-REVUZ, 2004, p.69).

Entendemos que a linguagem é sempre marcada por sua incompletude, o sujeito se constitui na e pela linguagem, nem sujeitos, nem sentidos são completos ou definitivos, eles se constituem histórica e socialmente pela memória discursiva. Assim, o discurso remete aos aspectos exteriores à língua, aos “aspectos sócio-históricos impregnados nas palavras quando elas são pronunciadas” (FREITAS, 2010, p. 152), pois na perspectiva discursiva, não podemos analisar as marcas linguísticas por si só, é preciso relacionar com o extralinguístico, ou seja, com o sócio-histórico-ideológico, já que seu modo de existência está diretamente relacionado às propriedades do discurso, que é o objeto de análise.

Para Foucault (2008), os enunciados inexistem isoladamente, não existe “enunciado em geral, enunciado livre, neutro ou independente; mas, sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou de um conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, apoiando-se neles e se distinguindo deles” (p.124), ele se integra sempre em um jogo enunciativo.

Para Bakhtin (1992), o discurso se constitui pelo fenômeno social da interação verbal, o outro constitui o discurso do eu. Assim,

[...] a palavra será sempre o indicador mais sensível de todas as transformações sociais, mesmo daquelas que despontam que ainda não tomaram forma, que ainda não abriram caminho para sistemas ideológicos estruturados e bem formados [...] A palavra é capaz de registrar as fases transitórias mais íntimas, mais efêmeras das mudanças sociais (1992, p. 41).

Nesse sentido, podemos afirmar que a palavra nos constitui como sujeito, que são as nossas identificações, isso porque “ao produzir o seu discurso, o sujeito se posiciona social e historicamente, assume uma formação ideológica que direciona seu discurso para que não ocorram conflitos e contradições a outro interlocutor” (FREITAS 2010, p. 155).

Os efeitos de sentido que circulam nos discursos produzidos em uma sociedade, produzem ideias e valores que são cristalizados na consciência social, conforme as representações de uma certa época. Bakhtin (2003) argumenta que o sujeito, ao produzir seu discurso, se apossa e se posiciona ante outros discursos ou gêneros socialmente estabelecidos, cujas relações entre eles são permeadas pelo diálogo. Para esse autor, todo discurso está impregnado de vozes outras, já que o discurso é produzido num dado momento social, situado na história e num espaço demarcado. Essas vozes são trazidas pelo sujeito produtor, resgatados pela ideologia que “afeta” a imagem/representação que o sujeito falante faz de si durante a enunciação.

Portanto, dependendo do lugar social que o sujeito ocupa, da época, da imagem que ele faz de seu interlocutor, será a interação estabelecida entre ambos, o jogo de imagem que se estabelece no momento da interação verbal é fundamental na produção de sentidos. Essas imagens também incluem o referente (o “contexto”, a “situação” na qual aparece o discurso), uma vez que se trata de um “objeto imaginário” e não da realidade física (CARDOSO, 1999).

Considera-se que a noção de representação é como uma operação por meio da qual “o sujeito se apropria do objeto, de algo que lhe é heterogêneo e, convertendo-o em ideia, torna-o homogêneo à consciência”. Do Ser (ímanente) do filósofo grego, passa-se para a consciência, a certeza primeira, fonte das demais. Essa noção recusa a ideia de contradição, de efeitos de sentidos.

No entanto, para Brandão (2004), o sujeito é não é uno, é descentrado, pois ao interagir com os discursos veiculados socialmente, ele perde sua centralidade, o discurso passa a ser de vários outros que o constitui. Assim, podemos afirmar que o sujeito se constitui na e pela linguagem/discurso e também deixa nela as marcas do processo sócio-histórico-ideológico:

O discurso é ponto de articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos linguísticos. E a linguagem como interação é um modo de produção social, que não é neutra nem natural, sendo o local privilegiado da manifestação da ideologia, isto é, das formações ideológicas que estão diretamente ligadas aos sujeitos (GUERRA, 2008, p.56).

No entanto, não podemos nos esquecer de que o sujeito tem a ilusão de completude, de origem do saber, de unicidade, é por meio dessa ilusão que o sujeito continua produzindo o seu discurso como fonte de verdade. Para analisar o discurso, precisa-se interrogar a realidade apresentada, desconstruir a ideia pré-estabelecida do que seja verdade, refletir sobre os discursos verdadeiros disseminados pela mídia.

Temos buscado lançar um olhar amplo e detalhado para os textos midiáticos, uma vez que a “articulação entre os estudos da mídia e os de análise do discurso enriquece dois campos que são absolutamente complementares, pois ambos têm como objeto as produções sociais de sentidos” (GREGOLIN, 2007, p.13). Além do mais, sabemos que a mídia tenta divulgar um discurso considerado verdadeiro que influencia de forma direta no imaginário social dos leitores sobre o conceito do envelhecimento.

Por compreendermos que é importante desconstruir as representações simbólicas do que é transmitido pela mídia sobre o idoso, propusemo-nos, neste artigo, a uma análise das representações que a mídia veicula sobre o idoso via textos midiáticos/informativos, os textos considerados objetivos, que divulgam verdades absolutas. Circulados para não serem questionados, mas para serem seguidos, e, assim, muito influenciam na forma de pensar da sociedade, transformando a maioria em seres homogêneos, que tivessem uma única forma de pensar.

Entretanto, assim como Brandão (1998), entendemos a interpretação como produção de sentidos, ou seja, busca-se um dos sentidos possíveis da leitura de um texto, bem como reconstruir seus processos históricos discursivos de formação a partir de um lugar determinado, isto é, de uma dada perspectiva teórica, sobre um objeto do conhecimento: o discurso sobre a velhice.

2. Algumas considerações sobre velhice e mídia

O curso da vida ganha novas significações na contemporaneidade, nesse ínterim, a velhice é (re)significada, principalmente com o advento da

“terceira idade”, que promove mudanças significativas na maneira de se viver a velhice. O movimento da terceira idade visou, sobretudo, a combater os estereótipos de decadência, inatividade, que durante muito tempo foram imputados aos mais velhos, proporcionando a eles a chance de uma vida melhor mesmo depois dos 60 anos, como fica evidente no slogan “a vida começa aos 60”, muito utilizada na ilustração desse novo modo de ser/estar no mundo para os mais velhos. A terceira idade, na perspectiva de alguns autores como Debert (1999), Motta (2012), Sibilia (2012), Barros (2011), figura-se como um paradoxo, visto que, ao mesmo tempo em que proporciona formas inovadoras de se viver a velhice, nega-a, pois “é preciso envelhecer sem se comportar como velho” (DEBERT, 1999, p. 121), isso porque as bases ideológicas da terceira idade assentam-se na ideia de atividade e de responsabilidade pessoal.

Assim, todos aqueles que por um motivo ou outro não aderem a este novo estilo de envelhecer, são esquecidos, e/ou culpabilizados. Para Debert (1999), esse processo de redefinição dos símbolos da velhice se coaduna com as políticas neoliberais, que valorizam sentimentos como liberdade, independência e capacidade de agir por responsabilidade própria, ou seja, políticas pautadas na individuação dos sujeitos – o indivíduo, na perspectiva neoliberal, é concebido como autônomo e responsável por suas ações, nesse caso, por seu envelhecimento.

Essa nova visão da velhice, na perspectiva de Debert (1999), tem instado muitos indivíduos a suporem que boa aparência é igual a bem-estar, que viverão mais, aqueles que conservarem seus corpos com dietas, exercícios e outros cuidados. A autora, ainda, acrescenta que disciplina e hedonismo tem se traduzido na essência da velhice.

Segundo Pinheiro (2005), “as primeiras abordagens científicas sobre a velhice começam a surgir no século XVI, cientistas como Bacon e Descartes já se preocupavam em analisar aspectos referentes ao envelhecimento”. De lá para cá, surgiram diversas formas de representações sobre o tema, permitindo que diversos estereótipos sobre o idoso fossem criados no imaginário social.

No texto “O que é velhice”, Mascaro (2004, p.45) defende o princípio de que

[...] o processo de envelhecimento é a fase da velhice que faz parte de nossas experiências de ser vivo [...] os idosos são “personagens” reais e também fictícios em nossa vida pessoal, afetiva e intelectual, pois cada um deles veicula uma imagem pessoal e particular do que seja envelhecer.

Para essa autora, “o processo de envelhecimento humano precisa ser considerado num contexto amplo, no qual circunstâncias de natureza biológica, psicológica, social, econômica, histórica, ambiental e cultural estão relacionadas entre si”. (2004, p. 50). Em algumas pesquisas sobre o processo de envelhecimento e as fases da velhice, podemos deparar com muitas circunstâncias que nos tecerão informações relevantes acerca desse assunto e da forma que construímos as imagens dessas figuras, sendo elas reais ou não.

Novaes (1997, p. 91) argumenta que “[...] atualmente, a mídia brasileira [...] desencadeou verdadeira campanha a favor da população idosa, chamando atenção para suas dificuldades e problemas sociais, econômicos e psicológicos, além de suas potencialidades e necessidades”. No entanto, temos de nos atentar às representações veiculadas, refletir sobre os efeitos de sentidos que perpassam essas mensagens.

Diante da diversidade de imagens veiculadas sobre a velhice, pode-se perceber que existem diversas maneiras de vivenciar o envelhecimento. Assim, poderemos melhor compreender os valores que propagam, entender como a mídia refrata e reflete o idoso de nossa sociedade e até que ponto essas ideias contribuem para a cristalização de muitos estereótipos a seu respeito.

De acordo com Orlandi (1999), o discurso é visto como constituidor dos sujeitos e da realidade. Ou seja, ele expressa um conjunto de vozes integrantes da realidade social e histórica. Mas a que realidade nos referimos? As possíveis realidades? Verdades? Ou representações simbólicas? Muitas informações emitidas por textos midiáticos contribuem para essa realidade. Vejamos o que diz Silveira em sua tese:

A mídia possui um papel central na legitimação de discursos, ao veicular representações de idosos exercendo a função de ponto de referência, ou seja, a constituição de um imaginário a respeito da velhice é resultante de uma atribuição de sentidos feita às suas imagens veiculadas socialmente. Assim, podemos afirmar que não há construção de sentidos alheia ao discurso. O discurso midiático funciona retirando partes da história, encenando-as e introduzindo-as ao discurso pré-construído, estabelecendo uma coerência e instituindo uma realidade a respeito da velhice a partir desta construção, tornando-se, assim, um discurso fundador do espaço social e construtor de imagem(ns) da velhice. (2010, p. 62-63).

A velhice é vista/transmitida pela mídia de forma negativa, muitas vezes, mascarando questões sobre ser “velho”, ter idade avançada, ou ser “idoso”. Sobre isso Bueno & Oliveira Filha ressaltam:

Por que a fase da velhice é vista como algo tão ruim? A resposta é evidente: a sociedade, a mídia principalmente, enfatiza a cada dia que envelhecer não é uma coisa boa. O fato de ter mais idade e ser idoso é reforçado pelos meios de comunicação como uma coisa que já não serve ou não é capaz. Esta, possivelmente, é a resposta para que tantas pessoas façam o que for preciso para não se tornar idoso e principalmente ter a aparência de “velho”. (2013, p.14).

A velhice é apresentada à sociedade por meio de estereótipos que mascaram a realidade. Em alguns momentos os idosos são descritos como bondosos, de calor humano, cheios de sabedoria, mas em outros discursos são representados como incompetentes, inativos, parecendo ser sempre uma sub-representação do mesmo sujeito, provocando, por vezes, a autodepreciação do idoso. Como ressalta os dizeres a seguir:

As imagens do idoso na mídia são, assim, ativas na criação de novas hierarquias sociais, na medida em que a velhice e o envelhecimento passam a ser uma espécie de doença auto-infligida [...]. Essas novas imagens da velhice, numa realidade inescapável a que estamos todos condenados,[...] que permitem uma escolha verdadeiramente livre é, numa sociedade altamente hierarquizada como a brasileira, uma receita

para uma vida sem dignidade, repleta de humilhação e autodepreciação (DEBERT, 2002, s/n).

A mídia constrói diversas representações sobre o idoso, muitas delas presentes nos discursos ditos informativos, nos não ditos que nos remetem aos já ditos, construções históricas/sociais/culturais de um tempo/momento/ espaço. Essas representações estão em movimento constante, que relacionam sujeitos, ora individuais/ora coletivos, construindo as chamadas vozes sociais, no dizer bakhtiniano. Assim, essas informações são disseminadas/propagadas à sociedade, utilizando-se de diversos veículos, entre eles o discurso midiático, que tem contribuído para a veiculação de ecos das vozes sociais, sobretudo, daqueles que são considerados verdadeiros, como os informativos.

3. A velhice no discurso da Revista *Veja*

Dentre as revista de grande alcance nacional, a *Veja* foi uma das selecionadas como nosso **objeto** de estudo para esta análise, devido ao fato de ela se configurar como uma das revistas de grande influência no cenário brasileiro, está dentre as revistas mais vendidas em nosso país, determinando, assim, os valores e crenças de grande parcela da população brasileira (SCALZO, 2003).

Antes de partirmos para as análises, buscamos a definição de enunciado que adotaremos nesta pesquisa. Segundo Foucault (2008), o enunciado se distingue de frase, proposição, ato de fala, porque está no plano do discurso, não está submetido a uma estrutura linguística canônica, não se trata do ato material; trata-se da operação efetuada, de se levar em conta o processo de enunciação, ou seja, as condições de produção do discurso.

Traremos, para nossa análise, pequenos **recortes** “[...] seleção de fragmentos/partes que o analista seleciona do *corpus*, que deverá recortar desse material amplo” (FERNANDES, 2008, p. 65), com o fito de analisar as unidades selecionadas levando em conta não só o linguístico, mas também o

extralinguístico para melhor compreensão do discurso, dos ditos e não ditos presentes na reportagem sob análise.

Para este artigo, foi escolhida a reportagem da Revista *Veja*, edição 2121, cujo título é formado pelo seguinte **enunciado**: “*O que é ser jovem até o fim*” de Betty Milan, conforme figura 1, Anexo I.

Na reportagem, a autora relata a experiência que vivenciou com um amigo de infância. Logo a princípio, a colunista inicia o artigo com uma pergunta bem pertinente, tendo que se remeter ao dicionário de língua portuguesa na tentativa de respondê-la: “O que significa envelhecer?” Ela mesma responde: “[...] No primeiro sentido do dicionário, envelhecer é tornar-se velho. [...] No segundo sentido, envelhecer é tomar aspecto de velho” (MILAN, 2011, p.137).

Ambos os conceitos atribuídos ao ato de envelhecer: “tornar-se velho” e “tomar aspecto de velho”, remetem-nos a algo descartável, sem valor, pois numa sociedade capitalista como a nossa, tudo que é velho é substituído, descartado. É exatamente assim que os idosos são considerados. Numa contraleitura do título, já é dito que eles “não são jovens até o fim”, não são considerados seres humanos significativos e de relevância em nossa sociedade.

Na verdade, podemos observar que a autora da reportagem utiliza uma citação indireta para falar do idoso, ela mesma faz pequenos recortes e anexos (utilização do dicionário) para a compreensão do conceito “Velhice”. A autora utiliza-se da presença de diferentes **vozes integrantes**/presentes na voz do sujeito, ou seja, muitas vozes sociais ecoam nesse dizer, pois o nosso dizer é sempre dialógico.

Para não se comprometer, ela busca o discurso de *outrem*, a voz do outro ressoa em sua voz, é uma voz de autoridade que define o que é velhice, o autor de um dicionário. Com isso, podemos observar a presença de um discurso **informativo**/indutivo, verdadeiro, na tentativa de persuadir o leitor. O discurso veicula a imagem do envelhecimento como um processo degradante para aquele que não consegue “ser jovem até o fim”. Se a colunista recorre ao dicionário, conclui-se que, por meio de um argumento de

autoridade, ela quer levar o leitor a acreditar nesse discurso como verdadeiro. Nos dizeres de Gregolin (2007, p. 24), “[...] a verdade [...] o que é senão uma construção discursivamente moldada [...]”. Então todo discurso é moldado de acordo com vários fatores, um deles é a sociedade, historicamente construída e reconstruída de tempos em tempos.

A busca pela definição precisa dessa fase da vida do ser humano traz angústias para muitos. Na reportagem, a autora demonstra estar insatisfeita devido a outros sentidos possíveis do termo “envelhecer”, e por isso ressalta: “[...] não encontro uma resposta satisfatória. No caso dos seres humanos, não se pode dizer que envelhecer é perder o viço, o homem não é um fruto. Tampouco se pode dizer que é estar em desuso. O homem não é um objeto” (MILAN, 2011, p.137).

Nesse recorte, não podemos afirmar que o sujeito discursivo encontre uma resposta satisfatória/plena para seu questionamento, ele apenas problematiza a questão do que é ser idoso. Ele se diz insatisfeito, mas traz à tona um conceito dicionarizado, cristalizado em nosso imaginário para que todos o rememorem, e assim ele dá vida a esse conceito. O conceito dicionarizado é discurso autorizado, é ele que prevalece no imaginário das pessoas. Na mente da maioria da sociedade esse discurso já está cristalizado.

Fernandes (2008) ressalta que juntamente com a noção do discurso encontra-se a noção de sentido compreendido como um efeito de sentidos entre sujeitos em interlocução (sujeitos se manifestando por meio do uso da linguagem). Como todo discurso é tenso e contraditório, a autora deixa entrever as vozes contraditórias que há dentro de si. Ela mesma, querendo demonstrar-se indignada, insatisfeita com a definição, revifca o ato de envelhecer como “tornar-se velho”, da mesma forma que atribuímos o envelhecimento a um objeto.

O sujeito do discurso não tem noção de que o sentido compreendido foge ao dito, visto que cada indivíduo pode compreender o discurso de forma distinta, “[...] o sujeito tem a ilusão de ser o centro de seu dizer, pensa exercer o controle dos sentidos do que fala, mas desconhece que a exterioridade está

no interior do sujeito, em seu discurso está o ‘outro’, compreendido como exterioridade social”. (FERNANDES, 2008, p. 30).

Ao enunciar, vamos nos expressar num determinado gênero discursivo, mas meu enunciado, meu discurso, meu texto, será sempre uma resposta aos que vieram antes, suscitando respostas futuras. Assim, ao procedermos à leitura dessa reportagem, logo em suas primeiras linhas, deparamo-nos com o aspecto formal, é um texto informativo, do gênero reportagem e como qualquer texto desse gênero discursivo e de outros vende uma ideia, um ponto de vista.

No entanto, para interpretá-lo, precisamos levar em conta o “sujeito falando, que se refere a um sujeito inserido em uma conjuntura sócio-histórica-ideológica, cuja voz é construída de um conjunto de vozes sociais” (FERNANDES, 2008, p. 25-26). O sujeito falando expõe sua voz, mas na verdade é um pensamento construído por toda sociedade; nesse caso, o não dito nos remete à ideia das diversas vozes presentes nesse discurso, os diversos outros que o constitui.

Observemos isso no recorte: “[...] O Francisco acreditou que, a partir dos 60 anos, já não podia iniciar nada e, [...] morreu precocemente por não ter sido capaz de entender que, depois de deixar de ser natural, a juventude é uma conquista” (MILAN, 2011. p. 137). Nesse fragmento, fala-se de um sujeito chamado Francisco. Foi preciso que outro sujeito falasse dele e por ele.

O sujeito discursivo do artigo transmite as informações, vistas de forma externa; a autora fala em nome de Francisco por meio do discurso indireto, portanto, não é a voz de Francisco que temos nesse discurso, mas outras vozes sociais existentes, pois muitas pessoas também pensam dessa forma e também agem assim; não seria, portanto, apenas o “Francisco” que não valoriza ou compreende os processos de envelhecimento saudável. Muitos outros sujeitos estão envolvidos nesse discurso, muitos outros “Franciscos” não conseguem ser “jovens até o fim”. Ou seja, o discurso se construiu a partir da formação de um discurso que resulta da combinação de diferentes Outros. Com isso, a autora dessa reportagem pode também induzir/ inculcar

muitos a pensarem como ela, ou como o personagem criado, denominado Francisco.

A forma com que esse discurso é construído tenta nos mostrar a indignação da autora para com o idoso que se entrega ao ócio ou solidão da velhice; observamos isso pelos aspectos **não verbais**, tais como a figura 1, em que temos um idoso trabalhando com instrumentos, temos a cabeça de um homem aberta, o que nos remete à ideia de um idoso com muita disposição e em processo de ativa construção neural; é como se se quisesse mostrar ao mundo que o idoso pode (re)construir algo e “ser jovem até o fim”.

A própria psicanalista faz análise da figura, relacionando-a à foto de Jacques Lacan; ela observa a imagem e remete-nos aos cabelos brancos, característica da pessoa idosa “[...] observo os seus cabelos brancos, só que ele não se mostra envelhecido pelas suas cãs. A intensidade do seu olhar evidencia a juventude do homem” (MILAN, 2011, p.137). Para ela, Lacan acreditava que o trabalho poderia renovar e revigorar o homem, dando-lhe dignidade, pois ele sempre recomeçava, era um exemplo, disse a psicanalista. No entanto, ela demonstra, por meio desse artigo que, muitas vezes, ideias novas demandam grande esforço e, por esse motivo, muitas pessoas idosas se limitam aos hábitos rotineiros, à ociosidade da velhice, como foi o caso de Francisco que não trabalha e “não é jovem até o fim”. Isso nada mais é que um mascaramento da realidade social do idoso.

Diferente do primeiro sujeito, o Francisco; este último sujeito, o “Lacan” descrito pela autora, é um idoso ativo e vivo, exemplo a ser seguido. Sem perceber, a autora faz uma comparação, e logo se esquece de que cada indivíduo é único, cada um tem sua história, história que a sociedade lhe proporcionou, na maioria das vezes, sem condições de sobrevivência digna, trabalho, plano de saúde, tudo que levaria qualquer ser humano a ter um envelhecimento mais digno.

Nesse fragmento/trecho, a autora da reportagem cita:

[...] Francisco acreditou que, a partir dos 60 anos, já não podia iniciar nada e, por esse motivo, não parou de se repetir. Não quis, inclusive,

abrir mão de nenhum hábito da juventude. Continuava a comer, beber e fumar como aos 18. Lamentava o tempo que passava, porém não aceitava o fato traduzido nas mudanças do corpo e, assim, recusava-se a encontrar soluções para a sua própria vida. [...] Morreu precocemente por não ter sido capaz de deixar de ser natural, a juventude é uma conquista. (MILAN, 2011, p. 137).

Analisando esse fragmento, notamos que há uma indução do modo de ser e agir do idoso, que leva muitos a produzirem representações estereotipadas: “[...] As representações, ao construírem uma organização do real por meio de imagens mentais transpostas em discurso. [...] fabricam um discurso de

justificativa dessas trocas, produzindo um sistema de valores que se erige em norma de referência [...]”. (CHAURAUDEAU, 2006, p. 63).

Pudemos observar que muitos valores e conceitos são veiculados por essa reportagem; o sujeito discursivo transmite algumas mazelas que estão presentes no cotidiano na vida dos idosos. Ressalta muitas das atitudes negativas de Francisco como se fosse de todos, persuadindo, assim, para que muitos ajam da mesma forma “Continuava a comer, beber e fumar como aos 18”. Se é para “ser jovem até o fim”, não se pode comer como um jovem? É para ser jovem só de mente, mas a colunista não expressa isso em sua reportagem.

Temos que Francisco “[...] Lamentava o tempo que passava, porém não aceitava o fato traduzido nas mudanças do corpo e, assim, recusava-se a encontrar soluções para a sua própria vida.” É ressaltado muitos dos desafios a que os idosos estão sujeitos, como as mudanças no corpo e outras, mas depois faz questão de afirmar que “a juventude é uma conquista”, como se com esforço, Francisco conseguiria o mérito de ser jovem. Portanto, ela se posiciona; para essa reportagem, só é velho quem quiser, só é velho quem não conseguiu conquistar a juventude, pois quem tem coragem e determinação tem o mérito de ser como Lacan e não como Francisco, quem é pró-ativo será “jovem até o fim”.

Algumas considerações

Com base na análise dessa reportagem, que é apenas uma leitura dentre várias outras, pudemos compreender que os discursos voltados para a questão dos idosos veiculados pela mídia, muitas vezes, criam representações sobre a velhice que nem sempre conferem com a realidade; há um mascaramento da realidade, como se fosse fácil não sucumbir mediante os problemas que a vida proporciona ao idoso. Há uma representação de que só é velho quem quer. Nesse sentido, ao mesmo tempo em que procura promover o idoso ideal, aquele que se dispõe a ter uma vida ativa, acaba, também, por divulgar um sujeito marginalizado, inativo, ocioso, sem vez e voz, já que todo discurso é tenso e conflituoso.

O artigo analisado veicula um imaginário negativo sobre a velhice; é a juventude que é ressaltada: “a juventude é uma conquista”. Gregolin (2007, p. 19) resalta que “[...] na sociedade contemporânea, a mídia realiza a imensa tarefa de fazer circular as representações [...]”. Para a referida autora: “[...] o trabalho discursivo de produção de identidades desenvolvido pela mídia cumpre funções sociais básicas tradicionalmente desempenhadas pelos *mitos* – a reprodução de imagens culturais, a generalização e a integração social dos indivíduos” (GREGOLIN, 2007, p.17).

A imagem do idoso que é transmitida na reportagem sob análise gera efeitos de sentidos “verdadeiros”. Por esse motivo, é necessário um olhar mais amplo, refletir sobre os não ditos dos enunciados, compreender as condições de produção dos discursos, levar em consideração as diversas vozes sociais contidas num discurso, pois os discursos veiculados pela mídia devem ser questionados, ressignificados, podendo ser desconstruídos e reconstruídos de acordo com cada leitor, em cada momento/tempo/ espaço. Nesse sentido, entendemos que é importante relativizar algumas certezas e abalarmos/refletimos ou (des)construirmos muitas verdades.

A mídia possui, de fato, um papel fundamental na interação dos indivíduos na sociedade, é um veículo/propagador de informações, responsável

por propagar as mais variadas notícias; no entanto, precisamos estar atentos à legitimação do que está sendo transmitido por ela. Observamos as vozes sociais presentes nesse contexto para não nos tornarmos submissos aos já ditos e ficarmos atentos aos silêncios que podem conter muitas significações.

Referências

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. **Palavras incertas**: as não coincidências do dizer. Campinas, SP: Ed. Unicamp, 2004.

BAKHTIN, Michel. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: HUCITEC, 1992.

BAKHTIN, Michel. **Estética da Criação Verbal**. Trad. Aurora Fornoni Bernadini et al. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARROS, Mirian Moraes Lins de. A velhice na pesquisa socioantropológica brasileira. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). **Corpo, envelhecimento e felicidade**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2011, pp. 45-64.

BERQUO, Elza. Considerações sobre o envelhecimento da população no Brasil. In. NERI, Ana; DEBERT, Guita (Org.). **Velhice e Sociedade**. Campinas: Papyrus, 1999.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Subjetividade, argumentação, polifonia**. A propaganda da Petrobrás. 1ª ed. São Paulo: Fundação editora da UNESP, 1998.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2ª ed. Campinas, São Paulo: editora da Unicamp, 2004.

BUENO, Micheli S.; OLIVEIRA FILHA, Elza A. **Revista Veja e a terceira idade**. Univers. Positivo:Curitiba, PR. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1027-1.pdf>. Acesso em: 26 de julho de 2013.

CARDOSO, Sílvia Helena Barbi. **Discurso e ensino**. Belo Horizonte; Autêntica, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Trad: Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

DEBERT, Guita Grin. **A reinvenção da velhice**: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, Fapesp, 1999, 2002.

DICIONÁRIOWEB. Termo-**Velha**. Disponível em: <http://www.dicionarioweb.com.br/velha/> Acessado em 29 de julho de 2013.

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do Discurso**: reflexões introdutórias. São Paulo: Editora Claraluz. 2. ed., rev. Atual., 2008.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1996.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FREITAS, Silvane Aparecida de. **Imagens de idosos em discursos midiáticos**. Projeto de Pesquisa. Dourados. UEMS/CNPQ. 2011.

FREITAS, Silvane Aparecida de. As representações da família apresentadas nas Propagandas da Qualy. Rio de Janeiro: **Confluência**, 2010. Disponível em: <http://lp.bibliopolis.info/confluencia/pdf/748.pdf>. Acesso em: em 06 de setembro de 2014.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. Análise do discurso e mídia: a (re) produção de identidades. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo. v. 4, n. 11, p. 11-25, 2007. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/issue/view/11/showToc>>. Acesso em: 14 abr. 2012.

GUERRA, Vânia Maria Lescano. Literatura e leitura: a história da mudança é uma história ainda a construir. In: Antonio Rodrigues Belon & Sheila Dias Maciel (Org.). **Em diálogo: estudos literários e linguísticos**. 1ª.ed. Campo Grande (MS): Editora da UFMS, 2004, v. 1. P. 93-108.

GUERRA, Vânia Maria Lescano. **Práticas discursivas: crenças estratégias e estilos**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2008.

MASCARO, Sonia de Amorim. **O que é velhice**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

MILAN, Betty. O que é ser jovem até o fim. **Revista Veja**, São Paulo. edição 2221, ano 44, nº 24, p. 13, 15 de Junho de 2011.

MOTTA, Alda Brito da. A juvenilização atual das idades. In: **Caderno Espaço Feminino**. V. 25, n. 2, Uberlândia-MG: julho/dezembro, 2012. <http://www.seer.ufu.br/index.php/neguem/article/viewFile/21802/11963>

NOVAES, Maria. **Psicologia da Terceira Idade: Conquistas possíveis e Rupturas Necessárias**. 2. ed. Rio de Janeiro: NAU, 1997.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise do Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 1999.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. 5 ed. Campinas: Pontes, 2009.

PINHEIRO JUNIOR, Gilberto. Sobre alguns conceitos e características de velhice e terceira idade: uma abordagem sociológica. **Linhas**, Florianópolis. v.6, n.1, 2005. Disponível em: <<http://www.periodicos.udesc.br/index.php/linhas/article/viewFile/1255/1067>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SIBILIA, Paula. O corpo velho com uma imagem com falhas: a moral da pele lisa e a censura midiática da velhice. In: **Comunicação, mídia e consumo**. V. 9, n. 26, São Paulo: SP, 2012. <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/index>

SILVEIRA, Mara Regina. **O Ensino de Língua Inglesa e o Imaginário Sobre o Idoso**. Tese. Campinas: SP, 2010 . Instit. de estudos da linguagem. Mestrado em linguística aplicada. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000779042>. Acessada em 26 de julho de 2013.

Anexo

O Que é Ser Jovem até o Fim

Betty Milan

O que significa envelhecer? Ouso me perguntar o significado deste verbo que a modernidade ocidental baniria da língua se pudesse. No primeiro sentido do dicionário, envelhecer é se tornar velho. Leio e releio a frase que me remete a um amigo de infância, Francisco, precocemente envelhecido. Continuo, no entanto, sem resposta.

Volto ao dicionário. No segundo sentido, envelhecer é tomar aspecto de velho. Olho a foto de Lacan que está na parede e vejo os cabelos brancos. Só que ele não é velho pelas suas cãs. A intensidade do olhar evidencia a juventude do homem, que era jovem aos setenta e quatro anos, quando o conheci. Só bem depois ele deixou de estar bem.

Nos outros sentidos que o dicionário dá, eu também não encontro resposta. No caso dos humanos, não se pode dizer que envelhecer é perder o viço. O homem não é um fruto. Tampouco se pode dizer que é estar em desuso. O homem não é um objeto.

A busca de um esclarecimento, através da língua, se mostra infrutífera. Olho de novo para a foto e me digo que o envelhecimento físico não é suficiente para caracterizar o velho. Me pergunto então por que Lacan, como Freud, não o era com mais de setenta anos, enquanto Francisco envelheceu aos sessenta.

Comparando-se a Picasso, Lacan dizia que não procurava as suas ideias, simplesmente achava. Um belo dia, declarou no seminário: «—Eu agora procuro e não acho». Com esta frase, anunciou que a sua vida começava a acabar. Pouco depois, tomei o avião de volta para o Brasil. Na época, a única razão para estar na França era o trabalho com ele.

A juventude de Lacan, como a de Picasso, estava ligada à capacidade de se renovar através do trabalho. Duas vezes por mês, se apresentava em

público, diante de mil pessoas, com ideias novas, e, para isso, muito se esforçava. Mais de uma vez, encontrei-o exausto no consultório.

Lacan foi um exemplo de vida por nunca ter parado de começar. Embora fosse um intelectual, Francisco, ao contrário, considerou, a partir dos sessenta, que já não podia começar nada de novo e não parou de se repetir. Não quis abrir mão de nenhum hábito da juventude. Aos sessenta, comia, bebia e fumava como aos dezoito. Lamentava o tempo que passa, porém não aceitava este fato e não se detinha nas mudanças do corpo para encontrar soluções de vida.

Só sabia dizer: “Na minha idade é assim”. Foi vítima de uma fantasia arcaica sobre a idade e viveu à contramão do tempo, fazendo de conta que o tempo não passa. Morreu precocemente por não ter sido capaz de entender que, depois de ser natural, a juventude é uma conquista.

(MILAN, Betty. O que é ser jovem até o fim. **Revista Veja**. São Paulo: ed. 2221, ano 44, n. 24, p. 13, 15, jun. 2011.)