

Construção da aparência e seus significados para os vencedores do Mister IPGG 2017, Brasil*

Construction of appearance and its meanings to winners of Mister IPGG 2017, Brazil

Creación de apariencia y sus significados para los ganadores Mister IPGG 2017, Brasil

Silvana Bassi Ramos
Andrea Lopes

RESUMO: Caracterização da construção da aparência e seus significados para homens idosos, visando à participação no concurso de *Mister IPGG*. Estudo de caso exploratório e de inspiração etnográfica. O investimento na aparência aconteceu ao longo de toda a vida, intensificando-se com a participação no concurso. Os significados foram elegância, tradição e dignidade. A promoção da aparência e seus significados na velhice masculina demonstraram oportunizar a criação e o usufruto de papéis, espaços e engajamento social vistos como positivos pelos vencedores.

Palavras-chave: Homens idosos; Aparência; Significados.

* O artigo faz parte de pesquisa de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Gerontologia da Universidade de São Paulo. O respectivo Programa recebe financiamento (Código 001) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Brasil.

ABSTRACT: *This study presents a characterization of the construction of appearance and its meanings for male older adults that participated in the Mister IPGG contest, Brazil. It is an exploratory and ethnographic case study. The investments in the personal appearance were made throughout life, being intensified by the participation in the contest. The meanings related to their appearances were elegance, tradition, and dignity. The promotion of appearance care and its meanings among male old aged demonstrated itself as an opportunity to create roles, and room for social engagement which were seen as positive attributes by the winners.*

Keywords: *Male older adults; Appearance; Meanings.*

RESUMEN: *El estudio presenta una caracterización de la construcción de la apariencia y sus significados entre hombres mayores que participaron del concurso Mister IPGG, Brasil. Estudio de caso exploratorio y etnográfico. La inversión en la apariencia sucedió a lo largo de la vida, intensificándose con la participación en el concurso. Los significados relacionados a la apariencia eran elegancia, tradición y dignidad. La promoción del cuidado de la apariencia personal y sus significados se presentó como una oportunidad de crear roles, espacios y involucramiento social en la vejez masculina, atributos que fueron considerados como positivos por los ganadores.*

Palabras clave: *Hombres mayores; Apariencia; Significados.*

Introdução

As populações de diferentes partes do mundo vêm vivenciando o aumento da expectativa de vida (Neri, 2014). No Brasil, a Política Nacional do Idoso (PNI), através do capítulo I, art. 2º (Brasil, 2010), marca legalmente a velhice como uma categoria social, que se inicia aos sessenta anos. Dessa forma, tal limite regulatório concede um contorno etário a essa experiência do processo de envelhecimento (Silva, Cachioni, & Lopes, 2012).

Para Debert (1999), a velhice é uma concepção sociocultural. A posição que o velho ocupa na sociedade e o tratamento que recebe dos mais jovens ganham significados de acordo com os diferentes contextos históricos, sociais e culturais.

Assim, como verificado por Nogueira e Alcântara (2014), a velhice é heterogênea, apresentando vários perfis e estilos de vida.

Na atualidade, com o sucessivo aumento da expectativa de vida a partir do século XX, observa-se que a chamada velhice abrange desde os indivíduos nascidos nas primeiras décadas do século XX até por volta de meados do século. Portanto, trata-se de um segmento social complexo e intergeracional, composto por indivíduos que apresentaram laços de parentalidade, como pais, filhos ou netos; igualmente, que participaram e viveram ativamente diversas e diferentes mudanças sociais significativas. Entre elas, novos modelos de famílias, casamento, estilo de vida, papéis de gênero, mercado de trabalho, comunicação, comportamento sexual, tecnológicos em diferentes áreas, dentre outras.

No bojo dessas mudanças, observa-se igualmente mudanças de mentalidade e crenças sobre a concepção e a percepção da velhice. Nota-se a criação de diferentes modelos e modos de vivenciar a velhice, ancorados em experiências, atitudes, oportunidades e expectativas sociais em mudança, consolidando novas possibilidades de pertencer a esse segmento (Silva, Cachioni, & Lopes, 2012).

De acordo com Camarano, Kanso e Fernandes (2014), o crescimento da participação do velho e sua diversidade na sociedade brasileira possibilita ganhos e conquistas diversas, gerando igualmente benefícios nas condições físicas e mentais dessa população.

Segundo observam Silva e Pirolo (2017) em seu estudo, os próprios idosos estão adotando medidas que consideram importantes para manterem-se saudáveis. Algumas ações envolvem a preocupação com a saúde física, os relacionamentos sociais, a saúde emocional, alimentação adequada, prática de exercícios e, inclusive, a prática religiosa. Para o grupo pesquisado, essas medidas trazem como consequência a manutenção da autonomia ao longo da vida.

Nesse contexto, o envolvimento em atividades sociais tem mostrado diferenças entre a velhice de homens e de mulheres. A pesquisa de Sousa, Lima, Cesar e Barros (2018) identificou em um grupo de idosos, cuja prevalência etária era de 60 a 69 anos, que as mulheres demonstraram maior envolvimento social, com o predomínio da frequência semanal a cultos religiosos. Já os homens estavam mais voltados para a participação no mercado de trabalho e para algumas atividades físicas, ainda dentro da dimensão laboral.

A pesquisa sugere que o engajamento de idosos em atividades sociais só se torna efetivo se for adaptado e apropriado às questões de gênero e etárias, promovendo o sentimento de realização e pertencimento.

O estudo de Wichmann, Couto, Areosa e Montanes (2013), realizado no Brasil e na Espanha no período de 2009 a 2011, procurou descrever o nível de satisfação de idosos que participavam de grupos ou centros de convivência. Destaca-se que o estudo apresentou prevalência masculina no caso espanhol. Os dados revelaram o quão era importante para os idosos estarem integrados a uma rede social. Em vários relatos constatou-se que os participantes, “antes de frequentarem os grupos, viviam com dores que os impediam de realizar atividades comuns da vida diária” (p. 831).

O envolvimento social é marcado pela compreensão e acordos que temos dos papéis e espaços disponíveis de interação em determinada época e cultura. A velhice, da mesma maneira, é marcada por um tempo, um *status*, diferentes nomenclaturas, papéis e, ainda, diversos estereótipos. Marinho, Chaves, Souza e Reis (2016) afirmam que, embora estereótipos vinculados à velhice ainda estejam presentes no imaginário social, as pesquisas com populações idosas vêm refutando ideias generalistas e simplistas do envelhecimento. Conforme Vieira e Lima (2015), estereótipos e crenças acerca dos idosos acarretam determinadas atitudes e comportamentos que ignoram as particularidades desse segmento, em suas diferentes condições de vida.

Nessa seara, um dos aspectos relacionados à percepção que temos da velhice relaciona-se com a forma como os idosos se apresentam socialmente ou, ao menos, o leque de possibilidades de apresentação pessoal disponível para esse segmento socioetário. 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. Conforme indica Crane (2006, p. 240), 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”.

Compartilhando e avançando nesse posicionamento, Yokomizo e Lopes (2019, p. 239) realizaram revisão nacional e internacional da literatura e propõem um conceito original para o termo aparência: “conjunto de aspectos físicos, comportamentais, atitudinais, estéticos e simbólicos construídos e externalizados pelos indivíduos ou grupos, compondo sua apresentação pessoal ou coletiva”. As autoras ainda apontam que

a noção de aparência ainda envolve comunicação, pertencimento ou isolamento social. O conceito, de natureza multideterminada, permite inclusive uma visão ampla das possibilidades de percepção da velhice e como integrá-la e apresentá-la socialmente em termos da sua diversidade. Nesse sentido, dar destaque e compreender melhor o universo masculino do envelhecimento faz-se tarefa relevante mediante às peculiaridades desse grupo, ainda tão ausente dos estudos gerontológicos.

Destaca-se que, ao explorar a temática envelhecimento masculino e aparência através da literatura especializada, percebeu-se que o foco dos estudos está voltado especialmente para as questões de saúde (Ferreira, Neves, & Tavares, 2014); declínio da funcionalidade e combate ao surgimento de doenças (Vieira, Cardoso, & Guimarães, 2016; Gouveia, Antunes, Bortolozzi, Marques, & Bertolini, 2017); e estado emocional (Figueira, Haddad, Gvoz, & Pissinati, 2017). Averiguou-se pouco interesse no que se refere aos seus aspectos socioculturais e simbólicos, como especialmente nas formas de construção, significados e modalidades de apresentação social da velhice masculina.

Dessa forma, o objetivo do presente trabalho é caracterizar, na percepção dos vencedores, a construção da aparência e seus significados visando à participação e obtenção do título de *Mister*, edição do concurso realizada em 2017 no Instituto Paulista de Geriatria e Gerontologia (IPGG) José Ermínio de Moraes.

Método

A pesquisa foi inspirada no método etnográfico proposto por Geertz (2008). Trata-se de estudo de caso, qualitativo, nos moldes exploratório e descritivo. Utilizou-se observação livre e participante, conversas informais, entrevista em profundidade e documentos provenientes de acervo pessoal, como notícias midiáticas e registros fotográficos. Uso de caderno de campo. Visando a estruturar a coleta de dados, utilizou-se roteiro semiestruturado organizado em 23 perguntas abertas sobre a construção e os significados da aparência e 13 fechadas sobre o perfil socioeconômico e envolvimento com o IPGG. O ponto de saturação foi alcançado.

A pesquisa obteve a aprovação do Comitê de Ética em Humanos da Escola de Artes, Ciências e Humanidades¹ e foi realizada na sede do IPGG, no bairro de São Miguel

¹ Pesquisa registrada com o número de Certificado de Apresentação para Apreciação Ética (CAAE) 79873117500005390, em novembro de 2017.

Paulista, cidade de São Paulo. Contou com a autorização da diretoria e apoio dos líderes do Núcleo de Convivência. Obteve-se todo o suporte necessário, como o contato dos participantes da pesquisa e sala reservada para as entrevistas. O período de coleta foi de maio a agosto de 2018.

Primeiramente denominado de Centro de Referência do Idoso (CRI), o IPGG foi o primeiro equipamento voltado à assistência à saúde da pessoa idosa na cidade de São Paulo, mantido pela Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo. Foi criado através do Decreto nº 46.206, de 23 de outubro de 2001. A nova denominação surgiu através do Decreto nº 54.193, publicado em 03 de abril de 2009. Tem como missão promover o envelhecimento saudável e a integração social da pessoa idosa².

Participaram da pesquisa os vencedores do concurso de *Mister IPGG 2017* nas categorias *Mister Timidez*, *Mister Sorriso*, *Mister Simpatia*, *Mister Elegância*, *Mister Beleza* e o finalista que obteve maior pontuação, o *Mister IPGG*. Infelizmente, o ganhador do *Mister Simpatia* não conseguiu participar da pesquisa, por motivo de enfermidade. A identificação dos participantes foi codificada, visando a resguardar o anonimato.

O perfil médio socioeconômico do grupo assim se compôs: idade em torno dos 76 anos; escolaridade e renda entre média e baixa; quatro casados e um viúvo; e residentes com seus familiares próximo à região do IPGG. Apenas um ganhador morava em uma Instituição de Longa Permanência para Idosos (ILPI) no bairro do Itaim Paulista. Esse participante foi entrevistado na instituição. Todos eram aposentados, sendo que dois deles continuavam a desempenhar atividades remuneradas. Por fim, relataram exercer semanalmente atividades físicas ou esportivas, familiares, culturais, de lazer e religiosas, inclusive no próprio IPGG.

A seguir, apresenta-se uma etnografia breve, que trata, especialmente, da dinâmica de retroalimentação presente na construção da aparência e seus significados, visando à obtenção do título de *Mister IPGG*, a partir da experiência do grupo de vencedores da edição 2017.

² Disponível em <<http://www.saude.sp.gov.br/instituto-paulista-de-geriatria-e-gerontologia-ipgg-jose-ermirio-de-moraes/institucional/historico>>. Acesso em 25/01/2019.

Construção da aparência de *Mister* e seus significados

Ao tratar sobre o processo de construção da aparência e seus significados visando à obtenção do título de *Mister* IPGG, percebe-se primeiramente que a composição da apresentação pessoal no atual momento de vida dos vencedores é fortemente marcada por eventos vividos ao longo do processo do envelhecimento. Ou seja, os participantes mencionaram que sua aparência atual era fruto de experiências, oportunidades, ações e escolhas realizadas ao longo de toda a vida.

Dessa forma, ainda, constatou-se que os investimentos na aparência fazem parte de uma dinâmica interdependente entre os participantes e o contexto em que viveram e vivem (Elias, & Scotson, 1994). Essa dinâmica permanece ativa também em idades avançadas, de um modo singular (Debert, 1999), marcada por papéis, espaços e relações sociais diversas.

Além da motivação intrínseca, construída ao longo da vida, por ocasião da participação no concurso observou-se que aumentam significativamente os cuidados que os *misteres* têm com o corpo, as vestimentas e, de modo geral, a aparência. Uma das razões é que, em uma das etapas de preparação dos candidatos para o desfile, eles recebem minicursos elaborados pelos profissionais que estagiam no IPGG, provenientes das mais diversas áreas de formação. Dentre os assuntos, destacam-se: técnicas de relaxamento; cuidados com o corpo, em especial, a pele; higiene pessoal; maneiras de caminhar pela passarela etc.

Assim, conforme relataram, esses conhecimentos tornam-se parte do cotidiano do homem que se candidata para ser um *Mister*. Nessa direção, eles afirmaram que gostavam de se arrumar para sair de casa, cuidando da barba e cabelo. Para isso, utilizam perfumes, desodorantes e cremes para o rosto. Igualmente, prezavam por andar com uma postura ereta. Ainda, relataram gostar de comprar roupas e observar vitrines. Alguns utilizam *sites* específicos na internet para comprar ou apenas para acompanhar as novidades do universo da moda. Um deles fez questão de ter seus ternos confeccionados por um alfaiate. O participante II declara:

“Gosto de andar com roupas combinando, gosto de arrumar bem, desde a minha juventude, esse é o meu natural [...]. Eu não faço isso para as pessoas me olharem. Mas, eu também não posso deixar de

notar que está todo mundo olhando para mim. Isso não me incomoda [...] gostaria que todos os homens se vestissem elegantemente.”

O participante I3 revela a repercussão que a conquista do título traz aos vencedores:

“Quanto mais você participa dos concursos, mais você passa a ser reconhecido pelas pessoas, com a divulgação do evento pela internet e na televisão. E, também, até as agências de modelos chamam, ou melhor, convidam para fazer o book de fotos. Mas eu não fiz.”

Quanto aos frutos advindos da experiência de conquistar o título, pode-se perceber uma sucessão de aspectos considerados por eles como positivos e recompensadores, como: *maravilhoso; muito gratificante; emocionante; experiência muito boa e benéfica; vitória inesquecível; você é um vencedor; você é importante; você é um ídolo; você é reconhecido e recebe aplausos.*

Assim, marcando uma noção significativa do envolvimento, os participantes foram unânimes em afirmar que ser finalista do *Mister IPGG* só traz benefícios, especialmente para a saúde física e mental. Essa percepção reforça o desejo de vínculo permanente com os concursos promovidos pelo IPGG. Destaca-se que, dos cinco vencedores da edição de 2017 investigada, apenas dois concorreram pela primeira vez. Os outros três já haviam participado de edições anteriores do concurso.

Dessa forma, percebe-se que a construção da aparência, visando à participação no concurso é processual. Alimenta motivações intrínsecas, como manter-se reconhecido e apreciado. Também, atende a motivações extrínsecas, como aquelas advindas da relação e conhecimento transmitido pelos estagiários e responsáveis pelo concurso. Os benefícios, frutos dessa experiência de apresentação pessoal, envolvem menções consideradas positivas. Os cuidados com o corpo e as vestimentas são o ponto central das ações, permeados pela dinâmica de retroalimentação entre investir na aparência e seus benefícios de participar do concurso, apresentados, a seguir.

Corpo de *Mister*: percepções sobre o autocuidado

No início deste século, Twigg (2004) indicou a necessidade de reconhecer e investigar a complexidade e a pluralidade dos significados socioculturais do corpo e, por

consequente, do processo de envelhecimento. Recentemente, Carmagnanis (2016) apontou que as percepções associadas à velhice vêm passando por diversas transformações e novas possibilidades de nomeação, cuidado, sociabilidade e lazer, ofertando a esse segmento social maior visibilidade. Destacou que as representações sobre a velhice mudam e ganham significados diferentes, de acordo com o contexto social, histórico e cultural.

Para os *Misteres* IPGG 2017, o autocuidado com o corpo é feito de forma sistemática, e não se trata apenas de um procedimento para participar do concurso, segundo relatou a maioria dos participantes. Porém, certamente, a maior sensibilidade, prática e intimidade com esse hábito encontram, na identificação e legitimação com essa modalidade de engajamento social, celeiro fértil.

O participante I3, que também está envolvido com a participação em maratonas, relata que esses cuidados incluem uma alimentação com cardápio adaptado para esportistas, com restrição de açúcares e moderação no consumo de carne vermelha e sal. Ele também faz uso de protetores solares específicos para cada região do corpo, que cumprem a função de proteger dos raios solares e do vento. Em suas palavras, destaca: “Quando eu vou para as corridas uso cremes porque o sol e o vento podem ferir a pele [...], existem cremes específicos para isso”. Outro aspecto enfatizado por ele foi a sua genética. Para ele, a mistura de raças e etnias favoreceu o seu porte físico: “Na minha família tem espanhol, tem italiano, afrodescendente, índio, mestiço, pernambucano e paraibano [...] a genética é boa”.

De maneira geral, os participantes descrevem os cuidados com o corpo sublinhando hábitos, que são igualmente mencionados na preparação do concurso, conforme mencionado anteriormente: usam creme para fazer a barba; outro, após a barba aparada; passam sempre desodorante depois do banho; e, usam perfume quando saem a passeio. O participante I2 relatou que sempre cuida da barba e mantém os cabelos ajeitados e cortados, mas que, para participar do concurso, decidiu algo diferente:

“Um dia antes do concurso pedi para as meninas (funcionárias da ILPI) me levarem ao barbeiro. Fiz a barba com navalha porque é melhor, fica bem-feitinha. Cortei o cabelo, para ficar mais bonito pro dia seguinte no concurso.” (I2)

Percebe-se a preocupação, por parte desse senhor, em apresentar-se no que significa, para ele, sua melhor forma para participar do concurso. Já para o participante I5, o uso do creme da marca Nívea é considerado sagrado, hábito que faz parte da sua rotina: “*eu uso duas vezes por dia, pela manhã, após tomar banho e à noite, ao deitar*”. Outros participantes relataram usar cremes para o rosto, mas não com a mesma frequência. No que tange ainda ao uso de cosméticos, todos afirmaram gostar de usar xampu e algum tipo de condicionador para deixar os cabelos macios. Entretanto, o *Mister* I3 fez questão de relatar que não usa xampu normal. Comentou que usa um xampu específico da marca Paul Mitchell para cabelos tingidos e um creme específico antiqueda. Para ele, a preocupação de ficar careca era mais acentuada do que em outros participantes. Segundo Sant’Anna (2014, p. 181), “muitos senhores foram conquistados pelas grandes marcas de cosméticos que investiram em linhas de produtos exclusivos para eles”.

Os termos corpo e beleza equivalem a elementos fundamentais para a constituição da aparência na atualidade e, comumente, recebem notória menção ou centralidade em pesquisas que tratam da temática aparência e envelhecimento. Para Castilho (2014), o corpo torna-se um dos instrumentos de *performance* da aparência. Atualmente, detém especial importância e sobrevalorização, sendo destaque no cinema, nas diversas mídias, no mundo da música e da moda, nos anúncios de cosméticos, de produtos *light*, de dietas, de cirurgias estéticas, entre outros. No entanto, revela que o corpo veio sempre a constituir, historicamente, um objeto de culto. Ainda, entende o gerenciamento da aparência como uma prática cultural imbuída de significados e objetivos e, também, como um indicador de competência cultural e simbólica (Castilho, 2014).

Em termos do culto ao corpo, o participante I5 foi um dos que mais se manifestou mediante o assunto. Durante as entrevistas, ele fez questão de comentar que, quando jovem, era pugilista, e que, devido à prática do esporte, sempre teve braços musculosos. Compartilhou fotos de reportagens da época e medalhas que ganhou em torneios. Dentre as fotos exibidas, uma chamou a atenção, em especial. Ao ser questionado sobre aquela foto, ele relatou:

“O bigode [...] eu sempre sonhei em ter um bigode, só que não tinha. Tanto é que, quando eu era jovem, fui ao centro (da cidade, São Paulo) [...] eu cheguei na grande galeria, hoje conhecida como galeria do rock, e eu comprei um bigode postiço, uma peruca e uma costeleta.

Hoje eu tenho meu bigode, mas naquela época eu não tinha. Aí eu comprei.” (I5).

O Painel 1 reúne, respectivamente fotos do *Mister I5* com e sem o bigode posticho, como também com a peruca de cabelos lisos e a camiseta regata, com os músculos à mostra.

Painel 1. Fotos do participante I5 na década de 1970



Fonte: Acervo pessoal do participante I5

Os cuidados, que já são de longo prazo, são estimulados com a oportunidade do concurso em suas vidas na velhice. Os vencedores reconhecem que a participação no concurso requer uma preocupação permanente com a aparência. Em alguns relatos, eles deram ênfase ao que consideram estratégias importantes para a manutenção de sua aparência. Entre elas estão: apresentar-se bem; ter boa postura e um caminhar ereto; e, usar roupas e sapatos adequados e limpos. O participante I5 prossegue, trazendo riquezas de detalhes sobre sua preocupação e constante vigilância com a própria aparência:

“Eu sempre me preocupei com minha aparência, sempre tive um certo grau de vaidade [risos]. Eu sempre passei cremes. Agora o que mudou foi a minha postura. Por isso, quando eu passo por uma vitrine que tem um espelho, eu dou uma olhada para ver se estou com a postura correta. Se estou andando corretamente ou inclinado [risos]. Normalmente quando a gente descuida, já tá curvado.” (I5).

O autocuidado do corpo como uma estratégia de manutenção do que consideram uma boa aparência garante, na percepção dos entrevistados, boas condições de disputa. Para eles, o corpo de um *Mister* é admirado pelas pessoas, especialmente seus pares etários e de gênero. Conforme mencionou I5, “[sou] até copiado na maneira de se vestir, de falar e de andar. Isso é bom!”. O engajamento no concurso acaba por legitimar suas crenças através da recompensa do reconhecimento e legitimação social.

Com isso, nota-se através das narrativas que não se constrói a aparência de *Mister* de forma imediata. Trata-se de um processo que vem sendo construído cotidianamente ao longo da vida e de inúmeros rituais. As experiências vividas antes, durante e após a passagem pelos concursos, para cada um desses participantes, fornecem suporte e sustentação para gerenciarem sua aparência e seus significados simbólicos. Nesse tipo de investimento biopsicossocial, observou-se que, quanto mais participavam, mais queriam participar. A promoção do bem-estar parece ser a linha que costura a busca pelo título.

Vestimentas e adornos: escolha e manutenção

O modelo de homem ocidental, de acordo com Caldas (1997), foi herdado da sociedade patriarcal, da burguesia clássica, trazido pela Revolução Industrial, “cabendo ao homem ser: forte, provedor, poderoso, político e, ao mesmo tempo, deve se afastar daquilo que remete ao universo feminino” (pp. 49-50).

Eco (1982) aponta que a vestimenta masculina sofreu grande interferência em dois momentos históricos no ocidente: a Revolução Francesa (1789-1799) e o desenvolvimento da civilização industrial. Antes da Revolução Francesa, a vestimenta apresentava luxo e ostentação; depois, tornou-se mais simples, porém requintada e elegante (Schemes, Rodrigues, & Keske, 2009).

Segundo Crane (2006), alguns valores designados até hoje para a masculinidade foram delineados ainda no século XIX. Os estilos de vestimenta masculina seguiram uma tradição restrita e limitada, sempre voltada para o passado.

Segundo Barnard (2003, p. 178), “a vestimenta era uma das maneiras de construir esse tipo de identidade de gênero”. Ainda segunda a autora, a vestimenta pode revelar como o homem usou do vestir-se para a construção de sua aparência, edificando-a em um ato comunicativo, rearticulando sua posição em dado contexto.

Segundo Cidreira (2005, p. 29), “a vestimenta é uma linguagem, capaz de propor significações. Então, é necessário que o indivíduo tenha consciência de que sua vestimenta é um texto e que terá significados para quem recebe a informação”.

Assim, percebe-se que, para esse grupo de idosos, a vestimenta é relevante e muito significativa e está embasada na cultura à qual eles pertencem ao longo do processo de envelhecimento.

O aspecto étnico se faz notório no relato do participante I1, de ascendência italiana por parte materna, e portuguesa por parte paterna. Ele apontou que a relação entendida como cuidadosa com a aparência vem mesmo antes de ele nascer, dado à importância da vestimenta no meio de sua parentela. Dos tempos “*menino de calças curtas*”, ele se lembra dos “ *finais de semana com a casa repleta, e tios, tias, primos e avós, todos muito elegantes*”. Segue a narrativa abaixo:

“Se você procurar saber o que foi São Paulo no princípio do século passado, no Brás onde eu morava, de cada três pessoas duas eram italianas. Então, nós estávamos muito fincados na cultura europeia, nossa cultura, nossos teatros, atores [...]. Eu via minhas primas por parte da minha mãe, as italianadas, os meus parentes por parte do meu pai eram portugueses. Então, eu era criança, eu via as mulheres muito bem arrumadas, muito, demais. Aquilo eu não vou esquecer nunca. E foi aquilo que passaram para os filhos, elas já eram descendentes de primeira, segunda e terceira gerações. Vi passando. Então, isso está dentro de mim, eu recebi do meio que eu vivi, da minha família.” (I1).

Para ilustrar suas memórias, respectivamente, o Painel 2 mostra o referido *Mister* usando o traje branco do dia do concurso, semelhante ao seu traje no dia da entrevista.

Painel 2. Participante I1 exibindo seus trajes



Fonte: Acervo pessoal do participante I1

Para efeitos de ilustração sócio-histórica da relevância dos contextos culturais vivenciados, o Painel 3 apresenta imagens do livro *100 Anos de Moda Masculina*. O modelo da esquerda veste um traje de três peças, chapéu e sapatos brancos, parecidos com os exibidos pelo *Mister I1*. Um terno branco de linho era um traje confortável para homens no verão ou para férias no ano de 1905. Já o anúncio de 1935 para *Mayfair Gentleman and America Sartorial Designer* apresenta ternos de passeio (imagem da direita), dominados pelo modo formal de se vestir.

Painel 3 – À esquerda, modelo de 1905 e à direita anúncio para revista de 1935



Fonte: Blackman (2014, pp. 31, 42)

Desse modo, percebe-se que a vestimenta do participante II está embasada na cultura trazida pelos seus ancestrais e pelo meio sociocultural em que foi criado. Em suas narrativas, II sempre declarou a elegância dos trajes femininos, nas suas primas, nas moças de sua juventude, e também dos dias atuais: “*gosto de apreciar uma mulher bem vestida, elegante*”. Para ele, o terno simboliza isso: elegância. Segundo Blackman (2014), o terno é a peça do guarda-roupa de maior permanência de todos os tempos. Porém, se faz necessário ressaltar o fato de ser uma peça em constante adaptação. Com isso, ele se torna uma peça de vestuário bem dinâmica.

Frequentemente, a roupa indica o *status* e a importância que uma pessoa tem dentro de um grupo, conforme as normas e regras estabelecidas. As pessoas do grupo, então, emitem julgamentos e organizam expectativas com base no que as outras estão vestindo e vice-versa. Assim, muitas vezes, o *status* pode ser adquirido ou alcançado, assim como as diversas formas de exclusão e punições. As culturas, em geral, usam a vestimenta para distinguir gênero, religião, grau de parentesco e estado civil. Ainda, são utilizadas para indicar ou definir papéis sociais (Barnard, 2003).

A relação com vestimentas e os adornos podem ser consideradas práticas significativas da vida cotidiana, assim como a arte, a filosofia e a publicidade. São algumas das maneiras pelas quais “a ordem social é experimentada, explorada, comunicada e reproduzida” (Barnard, 2003, p. 63). Ainda de acordo com o autor, a indumentária é um meio pelo qual as pessoas se comunicam, deixando fazer-se ver não apenas os sentimentos, mas também seus valores, esperanças e crenças vinculadas, especialmente, com os grupos sociais aos quais pertencem, dependem e/ou prezam.

O Painel 4 contribui para afirmar como os acessórios usados pelos *Misteres*, por exemplo, indicam *status* para aqueles que os escolhem e exibem. O participante I3 fez questão de colocar seu chapéu no dia do concurso, bem como no ano seguinte, quando voltou ao IPGG para entregar a faixa para o vencedor da edição 2018 (foto à esquerda). Também fez questão de mostrar sua coleção de chapéus, relatando que, na sua mocidade, era importante e bonito usar essa peça do vestuário (foto central). Por fim, no dia na entrevista, ele igualmente pediu para que seu registro fotográfico fosse realizado de chapéu (foto à direita).

Painel 4. Figuras 8, 9 e 10 do participante I2 exibindo o seu apreço pelo uso de chapéus



Fonte: Acervo pessoal do participante I2

Assim, para os participantes, as vestimentas exerciam, portanto, um papel fundamental em suas vidas. Todos eles foram unânimes em dizer frases como: “o homem deve investir no seu guarda roupa” ou “estar sempre bem vestido, combinando as cores da camisa, com a calça e a gravata, o sapato com a meia”.

A maioria dos participantes preferiam usar roupas consideradas formais, como: camisa de manga longa, compondo com calça e sapato social. O participante I1, nas ocasiões das suas entrevistas, sempre se apresentou de terno e gravata. Ao ser questionado por “que usava terno, ele respondeu:

“É muito comum pra mim. Quando eu vou em algum lugar eu me apresento do jeito que eu ando. Eu sempre recebo elogios [...]. Eu vejo que algumas pessoas notam minhas vestimentas, algumas elogiam [...] as pessoas notam quando você está bem vestido.” (I1)

Ele também afirmou que, desde solteiro, se veste dessa maneira:

“É como eu falei para você. Desde solteiro eu me vestia muito bem. Naquela época, eu usava meia sem elástico e caía, ia lá no tornozelo. Então, eu usava uma liga para segurar a meia. Os cavalheiros usavam ligas, bem abaixo do joelho. Eu sempre procurei me vestir bem. Um homem bem-vestido, todos olham.” (I1)

Percebe-se, nessa fala sobre sua trajetória de vida, o quanto ele ainda conservava em suas vestimentas traços socioculturais presenciados e aprendidos na infância. Outro fator, que contribui para o participante I1 afirmar que gosta de usar terno e manter-se investindo no que compreende como estar sempre bem vestido, está relacionado com as diversas profissões que ele exerceu. No início, ainda muito jovem, serviu a aeronáutica até seus 21 anos. Em seguida, prestou concurso, ingressou no mercado financeiro e começou a trabalhar em um banco. A vestimenta que usava para exercer a função administrativa era composta por paletó ou blazer, camisa, calça social, gravata e sapato social. Depois de 25 anos nesse setor, resolveu que deveria mudar de profissão e foi trabalhar com representação comercial, primeiramente de fertilizantes e depois de calçados. Viajou o Brasil inteiro ainda com os mesmos trajes utilizados no envolvimento com o setor bancário, apresentação pessoal que ganhou *status* de normalidade. Um episódio inusitado aconteceu no exercício da nova carreira, devido a sua vestimenta, conforme seu relato abaixo:

“Eu sempre usei terno. Eu ia visitar os sítiantes com minhas roupas normais: terno e gravata. Até que um dia o gerente veio conversar comigo. Perguntou se eu ia para as fazendas de terno. E eu disse que

sim. Aí ele me falou: “Não, não pode, os sitiantes estão pensando que o senhor está ali para tirar o sítio deles.” [risos] (I1).

Além das roupas, o participante I1 relatou a identificação e apreço por sapatos, abotoaduras e cartolas. Para ele, todo o homem deve ter no mínimo seis pares de sapatos. Ele alegou que o couro do sapato precisa de pelo menos dois dias de descanso, sem uso. Ele também considerou que no seu guarda-roupa havia tudo do que ele precisava, para qualquer ocasião. Em um dos seus relatos, ele enfatiza que *“um homem deve estar pronto para qualquer ocasião que for solicitado. Eu tenho sobretudo, smoking, fraque branco. Ainda hoje meus ternos são feitos por um alfaiate”*. Dessa forma, para esse participante, a vestimenta e os adornos são elementos importantes na composição de sua apresentação social e identidade.

O gosto e escolha pessoais, vinculados ao exercício contínuo da apresentação pessoal, também dialogam com as características do contexto em que estão inseridos. Para Barnard (2003), nesse sentido, a roupa e indumentária são meios pelos quais as pessoas comunicam seus sentimentos, valores, crenças, esperanças e grupos sociais aos quais pertencem, assim como indicam e definem os papéis sociais. Pode-se observar, através do relato, a experiência do participante I5, como a roupa, para ele, exerce um papel social relevante:

“Aqui no Brasil, nós temos um problema. Se um homem (aponta a própria cor de pele) entrar com uma roupa normal em qualquer departamento, num banco, as pessoas ficam apreensivas. Mas se entrar de terno já acham que é uma pessoa de bem. Então, elas julgam as pessoas pela aparência. Infelizmente. Não deveria ser assim, mas causa um impacto a pessoa bem-vestida entrando em um estabelecimento. O tratamento é diferente.”

Esse mesmo participante, que se autodefiniu como afrodescendente, ressaltou em seus relatos que procurava combinar a cor da roupa com a cor da sua pele: *“quando vou comprar uma roupa, uma camisa, eu primeiro vejo, analiso se aquela cor vai cair bem com a cor da minha pele. Aí, eu só compro se achar que vai ficar bem”*.

Desde modo, obteve-se que, para esse grupo, o terno é a peça preferida do guarda-roupa. Os adornos, como o chapéu e a cartola, também ganham todo o seu apreço, pois carregam significados relacionados à elegância, tradição, dignidade e respeito,

especialmente pelo passado e o legado dos ancestrais. Somando-se a isso, para eles, o homem idoso deve se preocupar e investir em seu guarda-roupa. Percebem que a roupa serve não apenas para proteger e viabilizar o corpo físico, mas igualmente o corpo simbólico, especialmente em termos de acesso e engajamento nas relações, espaços e papéis que compreendem como positivos e legítimos.

Por fim, o estudo de caso e a temática aqui explorada revelaram que as oportunidades institucionais de construção e apresentação da aparência e seus significados estabelecem uma relação de retroalimentação com o engajamento masculino do perfil de idosos aqui delineado.

A edição 2017 do concurso de *Mister IPGG* demonstra, por meio da percepção dos vencedores, que os investimentos na apresentação social estimulam o autocuidado e a autonomia, especialmente em termos do corpo e da manutenção da indumentária.

Em outras palavras, o concurso estimula e legitima os cuidados com a aparência, uma aparência que já está acostumada a ser cuidada e adornada. Por sua vez, essa aparência e seus significados automotivacionados, quando expostos às motivações extrínsecas provenientes da vinculação com o universo do concurso (conhecimento técnico, relação intergeracional, reconhecimento social, apoio familiar, exposição na mídia etc.) atuam como convergência ideal, gerando estímulos e razões diversas para novamente se prepararem e participarem de novos concursos.

Aparência, significados, benefícios e engajamento social formam um elo que fomenta a promoção do bem-estar e legitimação da velhice masculina como uma experiência exemplar e digna de ser contemplada, aplaudida, reproduzida e apreciada. Nesse sentido, por outro lado, deve ater-se para a existência de uma noção de que velhos homens entendidos como *bem-vestidos* estão acima de qualquer suspeita. O alcance da vitória pode representar um retrato desse nosso imaginário, ainda calcado em acordos tradicionais esperados de como os velhos devem apresentar-se socialmente. Uma certa normatização da compreensão compartilhada dos significados de elegância, dignidade e sucesso perpassam essa lógica e mentalidade. Nesse sentido, de fato, as aparências não enganam. O ponto nevrálgico é avançarmos na compreensão e acomodação de outras possibilidades de apresentação social na velhice masculina, orquestradas em cursos de vidas, perfil e crenças das mais diversas, que igualmente promovam bem-estar, motivação, reconhecimento, legitimação e engajamento social.

Em termos conceituais, o estudo alinha-se com os diversos domínios que constituem a conceito de aparência proposto por Yokomizo e Lopes (2019). Em primeiro lugar, observa-se que a aparência construída no caso do *Mister 2017* organiza-se a partir de um conjunto biopsicossocial de determinantes, edificado, integrado e externalizado pelos vencedores ao longo de toda a vida e reforçados pela oportunidade de participação.

Nesse contexto, as motivações intrínsecas são corroboradas pelas extrínsecas e vice-versa. Por sua vez, as diversas camadas de relações sociais a que são expostas vão além do contato com pessoas. Elas igualmente propiciam que eles organizem um sentido em termos da compreensão do que significa uma vida e velhice satisfatórias. Essa verdadeira premiação, como percebem, retroalimenta o desejo de passar uma mensagem, que acreditam como exemplar, especialmente no combate a estereótipos e preconceitos etários e de gênero. Nesse palco de certezas anima-se novamente a *performance* do autocuidado, autonomia e impulso ao envolvimento, reconhecimento, legitimação e pertencimento social.

Entendeu-se que oportunidades envolvendo a construção da aparência masculina e seus significados ao longo do envelhecimento e, em especial, na velhice de homens idosos, trata-se de uma constelação biopsicossocial. Requer investimentos e recompensas no âmbito dos domínios físico, emocional e sociocultural, entendidos pelo perfil estudado como positivos e estimulantes.

Neste estudo, verificou-se que, para o grupo de idosos participantes, a construção da aparência organiza-se de forma processual, multideterminada, significativa e dinâmica. Também, como passaporte para o engajamento e vínculo social, este é visto como positivo. Tornar-se um *Mister* consolida uma prática cotidiana e passa a ser um novo papel social, que engendra igualmente inúmeros novos espaços, tarefas e expectativas sociais.

Com base em suas narrativas, foi possível perceber o quanto os idosos estão envolvidos com a construção da apresentação social, no que tange ao cuidado com o corpo e suas vestimentas, para o concurso e para além do concurso. Esses cuidados vão de uma alimentação adequada ao uso específico de produtos e a contratação de serviços, como alfaiataria e barbearia. Observou-se que a construção da aparência está vinculada a uma prática cultural e simbólica que cada participante traz consigo ao longo da vida e da formação das suas crenças e identidade, mediante diversos estímulos, memórias e

experiências que remontam à infância. Entretanto, denunciam que faltam espaços sociais que oportunizem e explorem mais os significados dessas trajetórias.

Através do autocuidado com o corpo e o vestuário, notou-se que os *Misteres* constroem sua aparência e revelam mensagens e discursos. Mencionaram que a aparência fala quem você é e o *status* que você ocupa na sociedade. Os valores e as crenças dos grupos aos quais pertencem também estão representados nesse diálogo balizador da construção e manutenção dos corpos, roupas e adornos que portam e desfilam dentro e fora do palco. Por isso, fazem questão de manter o que chamam de *tradição*, imbuída das noções de elegância e dignidade dos homens que vestem chapéu ou cartola.

Dessa forma, este estudo de caso revelou como o concurso de *Mister IPGG 2017* possibilitou, através da construção da aparência e seus significados, oportunidades de socialização, convívio, engajamento e pertencimento social. Evidentemente, este estudo não permite receitar que todos os idosos devam participar de concursos para desfrutarem de uma velhice satisfatória e engajada socialmente.

O perfil específico dos entrevistados nos leva a identificar uma dinâmica de retroalimentação entre aparência e participação, que os fazem já ter tentado no passado e continuarem estimulados a se preparar para as próximas edições. Esse dado traz à tona a importância de espaços semelhantes à dinâmica do concurso, institucionais ou não, em termos de oportunizar convívio, estímulo à atenção e integração social prazerosa para outros perfis de idosos que assim o desejarem. Ou seja, percebe-se, de certa forma, inspirado nos relatos dos participantes, a falta de espaços sociais que atraiam diferentes perfis de homens velhos que sejam tão significativos, quanto o concurso o é para os vencedores. Oportunidades semelhantes aos diferentes. Neste âmbito, reflete-se se os espaços já ofertados devem, por outro lado, pensar permanentemente em suas propostas em termos de incluir diferentes perfis e demandas de homens idosos interessados.

Em síntese, no que tange à investigação da variável aparência como possibilidade de gestão do envelhecimento, devem-se realizar novas investigações quanto à promoção de o engajamento social na velhice masculina estar ligada, direta ou indiretamente, ao perfil ou demanda existente. Ou, ainda, se as próprias instituições e espaços já não predisõem à consagração de um perfil esperado de *Misteres*. Em ambas as possibilidades, resta sabermos como a heterogeneidade do envelhecimento pode ser melhor contemplada, evitando o reforço de mitos e estereótipos negativos ou positivados.

Considerações finais

Um dos desafios gerontológicos do século XXI, mediante o aumento da expectativa de vida e o *status* social alcançado pela velhice, tem sido a revisão e reinvenção das trajetórias pessoais. Os idosos vêm exercitando novas experiências e modalidades de engajamento social. Atualmente, debate-se a noção da velhice como uma experiência favorável para realizações pessoais e busca pelo prazer, frente às noções de decadência e dependência reinantes em boa parte do século XX, em países como o Brasil. Sabendo-se que o envelhecimento é um processo dinâmico, heterogêneo e universal, que ocorre ao longo do curso de toda a vida, nota-se que a forma de construir este envelhecer se diferencia, entre outros aspectos, de acordo com o contexto histórico, a cultura e o grupo social ao qual o indivíduo está inserido.

A forma como o grupo de idosos participantes desta pesquisa constrói sua aparência, carrega características do próprio envelhecimento que estão vivenciando. Observou-se que os investimentos acontecem igualmente de forma processual e dinâmica, mediados pela cultura, especialmente agentes sociais, papéis, espaços e oportunidades que constituem suas trajetórias de vida. A dedicação ao autocuidado com a aparência também colabora com a manutenção do engajamento social e na criação de vínculos sociais.

De modo geral, identificou-se que a aparência, os significados e engajamento social formam uma triangulação e retroalimentação de forças e experiências que fomentam a promoção do bem-estar e a legitimação da velhice masculina, tão carente de espaços e papéis sociais significativos. Os participantes envolvidos com a edição 2017 do concurso possuem um perfil socioeconômico específico, utilizando-se de estratégias para manutenção do que chamam de boa aparência que vão desde o uso diário de creme para o rosto, até caminhar ereto, sinalizando boa postura. Afinal, essa *performance* se faz necessária, pois, para eles, a aparência de *Mister* é sempre admirada pelas pessoas e por seus pares etários e de gênero.

Destaca-se como a aparência pode atuar como uma variável relevante no engajamento de homens idosos que, ao menos nesse estudo de caso, se assemelhem ao perfil dos vencedores. Isso não invalida a criação de novos concursos e outros espaços e oportunidades sociais que atraiam diferentes perfis de homens velhos, que sejam tão significativos quanto o concurso *Mister* IPGG mostrou-se para esse grupo de idosos.

Por fim, se faz necessário ressaltar que, devido à escassez de estudos sobre a aparência masculina na velhice, novas pesquisas poderão enriquecer e contribuir com a compreensão e atenção ao envelhecimento masculino.

Referências

- Barnard, M. (2003). *Moda e comunicação*. Rio de Janeiro, RJ: Rocco.
- Blackman, C. (2014). *100 anos de moda masculina*. São Paulo, SP: Publifolha.
- Brasil. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (2010). *Política Nacional do Idoso*. Lei n.º 8.842, de 4 de janeiro de 1994. Brasília, DF: reimp.
- Caldas, D. (1997). *Homens*. São Paulo, SP: Senac.
- Camarano, A. A., Kanso, S., & Fernandes, D. (2014). Menos jovens e mais idosos no mercado de trabalho? In: Camarano, A. A. (Org.). *Novo regime demográfico: uma nova relação entre população e desenvolvimento?* Rio de Janeiro, RJ: Ipea, 377-406.
- Carmagnanis, F. (2016). Jovens há mais tempo. In: Goldenberg, M. (Org.). *Velho é lindo!* Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 219-243.
- Castilho, E. G. (2014). Desafios da la belleza corporal. Valoración y crítica educativa. *Revista Lusófona de Educação*, 26, 29-43. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S1645-72502014000100004&script=sci_abstract.
- Cidreira, R. P. (2005). *Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura*. São Paulo, SP: Annablume.
- Crane, D. (2006). *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo, SP: Senac.
- Debert, G. G. (1999). Velhice e o curso da vida pós-moderno. *Revista USP*, 42, 70-83. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i42p70-83>.
- Eco, U. (1982). O hábito fala pelo monge. In: Eco, U., Sigurtà, R., Livolsi, M., Alberoni, F., Dorfles, G., Lomazzi, G., & Colaço, J. (Orgs.). *Psicologia do vestir*. (2ª ed.). Lisboa, Portugal: Assírio e Alvim.
- Elias, N., & Scotson, J. L. (1994). *Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Rio de Janeiro, RJ: Editora Jorge Zahar.
- Ferreira, L., Neves, A. N., & Tavares, M. C. G. C. F. (2014). Validity of body image scales for Brazilian older adults. *Motriz*, 20(4), 359-373. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: DOI: dx.doi.org/10.1590/S1980-65742014000400002.
- Figueira, D. A. M., Haddad, M. C. L., Govozd, R., & Pissinati, P. S. C. (2017). Retirement decision-making influenced by family and work relationships. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, 20(2), 206-213. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <http://dx.doi.org/10.1590/1981-22562017020.160127>.
- Geertz, C. (2008). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, RJ: LTC.

Gouveia, J. A. G., Antunes, M. D., Bortolozzi, F., Marques, A. G., & Bertolini, S. M. M. G. (2017). Impacto da dança sênior nos parâmetros emocionais, motores e qualidade de vida de idosos. *Revista Rene*, 18(1), 51-58. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: DOI: 10.15253/2175-6783.2017000100008.

Marinho, M. S., Chaves, R. N., Souza Filho, A. R., & Reis, L. A. (2016). Identidade de idosos longevos: significados atribuídos a ser velho. *Revista Argumentum*, 8(3), 146-158. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <https://doi.org/10.18315/argumentum.v8i3.13693>.

Neri, A. L. (2014). *Palavras-chave em Gerontologia*. (4ª ed.). Campinas, SP: Alínea.

Nogueira, I. R. R., & Alcântara, A. O. (2014). Envelhecimento do homem: de qual velhice estamos falando? *Revista Kairós-Gerontologia*, 17(1), 263-282. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: [file:///C:/Users/Dados/Downloads/21203-54171-1-SM%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Dados/Downloads/21203-54171-1-SM%20(2).pdf).

Sant'anna, D. B. (2014). *História da beleza no Brasil*. São Paulo, SP: Contexto.

Schemes, C., Rodrigues, G. L. Y., & Keske, H. A. G. (2009). Homens, mulheres e modos de vestir na maturidade. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, Grupo Eumed.net, Universidade de Málaga. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <https://ideas.repec.org/a/erv/coccss/y2017i2017-0529.html>.

Silva, N. P., Cachioni, M., & Lopes, A. (2012). Velhice, imagem e aparência: a experiência de idosos da UNATI EACH/USP. *Revista Kairós-Gerontologia*, 15(N.º Especial 14, Temático "Universidade Aberta à Terceira Idade e Velhice), 235-257. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <https://revistas.pucsp.br/kairos/article/view/15251/11377>.

Silva, A. P., & Pirolo, S. M. (2017). Perception of man about aging. *Journal of Nursing UFPE on-line*, 11(3), 1388-1397. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistaenfermagem/article/view/13981/16832>.

Sousa, N. F. S., Lima, M. G., Cesar, C. L. G., & Barros, M. B. A. (2018). Envelhecimento ativo: prevalência e diferenças de gênero e idade em estudo de base populacional. *Cadernos de Saúde Pública*, 34(11), 1-14. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: [10.1590/0102-311X00173317](https://doi.org/10.1590/0102-311X00173317).

Twigg, J. (2004). The body, gender and age: feminist insights in social Gerontology. *Journal of Aging Studies*, 18(1), 59-73. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <http://www.yorku.ca/mandell/courses/4680/pdf/Twigg%202004%20PDF%20file.pdf>.

Vieira, R. S. S., & Lima, M. E. O. (2015). Estereótipos sobre os idosos: dissociação entre crenças pessoais e coletivas. *Temas em Psicologia*, 23(4), 947-958. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <http://dx.doi.org/10.9788/TP2015.4-11>.

Vieira, M. C. S., Cardoso, A. A., & Guimarães, A. C. A. (2016). Male aging symptoms: the positive influence of moderate and total physical activity. *Revista Brasileira de Cineantropometria & Desempenho Humano*, 18(4), 460-470. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <http://dx.doi.org/10.5007/1980-0037.2016v18n4p460>.

Wichmann, F. M. A., Couto, A. N., Areosa, S. V. C., & Montanes, M. C. M. (2013). Grupos de convivência como suporte ao idoso na melhoria da saúde. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, 16(4), 821-832. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <http://dx.doi.org/10.1590/S1809-98232013000400016>.

Yokomizo, P., & Lopes, A. (2019). Aparência: uma revisão bibliográfica e proposta conceitual. *Dobras*, 12(16), 228-244. Recuperado em 01 novembro, 2018, de: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/922>.

Silvana Bassi Ramos – Graduação e Pós-Graduação em Gerontologia pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) e colaboradora do grupo de pesquisa, ensino e extensão Envelhecimento, Aparência e Significado (EAPS), todos da Universidade de São Paulo (USP), Brasil.

E-mail: silvanabassi@usp.br

Andrea Lopes – Antropóloga, docente da Pós-Graduação em Gerontologia e das Graduações em Gerontologia e Têxtil e Moda, fundadora e coordenadora do grupo EAPS. Todos da EACH/USP, Brasil. Orientadora da pesquisa.

E-mail: andrealopes@usp.br