



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS III - GUARABIRA
CENTRO DE HUMANIDADES OSMAR DE AQUINO
CURSO DE GRADUAÇÃO LICENCIATURA PLENA EM HISTÓRIA**

JÉSSICA GLEYCE DOS REIS FELIX

**MELHOR IDADE? Um Olhar em Face às Representações da Velhice a Partir das Revistas
Veja e Isto é (1997-2005)**

**GUARABIRA-PB
2012**

JÉSSICA GLEYCE DOS REIS FELIX

**MELHOR IDADE? Um Olhar em Face às Representações da Velhice a Partir das Revistas
Veja e Isto é (1997-2005)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação Licenciatura Plena em
História da Universidade Estadual da Paraíba, em
cumprimento à exigência para obtenção do grau de
Licenciado em História

Orientador (a): Prof.^a Dr.^a. Edna Maria Nóbrega
Araújo

**GUARABIRA-PB
2012**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL DE
GUARABIRA/UEPB

F316m Felix, Jéssica Gleyce dos Reis

Melhor idade: Um olhar em face às representações da
velhice a partir das Revistas Veja e Isto é (1997-2005) /
Jéssica Gleyce dos Reis Felix. – Guarabira: UEPB, 2012.

18f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
História) – Universidade Estadual da Paraíba.

Orientação Prof^a. Dr^a. Edna Maria Nóbrega Araújo.

1. Velhice 2. Revista 3. Mídia I. Título.

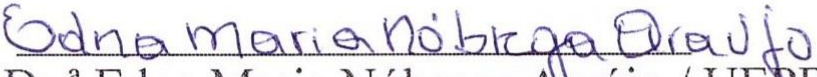
22.ed. CDD 305.26

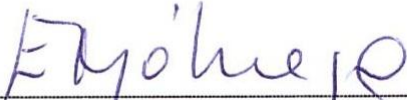
JÉSSICA GLEYCE DOS REIS FELIX

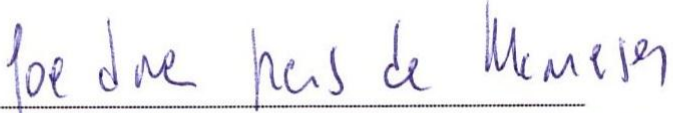
**MELHOR IDADE? Um Olhar em Face às Representações da Velhice a Partir das Revistas
Veja e Isto é (1997-2005)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Licenciatura Plena em
História da Universidade Estadual da Paraíba, em
cumprimento à exigência para obtenção do grau de
Licenciada em História.

Aprovada em 11/12/2012.


Prof.^a Dr.^a Edna Maria Nóbrega Araújo / UEPB
Orientadora


Prof.^a Dr.^a. Elisa Mariana de Medeiros Nóbrega / UEPB
Examinadora


Prof.^a Dr.^a Joedna Reis de Meneses / UEPB
Examinadora

MELHOR IDADE? Um Olhar em Face às Representações da Velhice a Partir das Revistas Veja e Isto é (1997-2005)

FELIX, Jéssica Gleyce dos Reis¹

RESUMO

A intensidade com que o país caminha para um perfil demográfico cada vez mais envelhecido é irrefutável, e esse panorama confirmado pelo censo de 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no transcorrer dos últimos anos vem adquirindo espaço significativo nos mais variados segmentos sociais, por consequência sendo responsável pela produção uma série de signos, discursos e práticas acerca desse período da vida humana. Sob a perspectiva supracitada os veículos midiáticos não se constituem como exceção, pois cotidianamente nos bombardeiam com imagens e discursos que reforçam e/ou desconstroem estereótipos, legitimando perfis e identidades em confluência com os interesses da lógica de mercado e do consumo. Em consonância com estes pressupostos, o presente texto intenciona analisar as representações e sentidos construídos acerca da velhice em um contexto onde o culto ao corpo e a beleza tornaram-se imperativos, o mesmo se desdobrará a partir de das revistas de circulação nacional, a saber: *Veja e Isto É* entre os anos de 1997-2005; para tal, encontramos fundamentação nas obras de autores que trabalham as temáticas inerentes à discussão como Georges Vigarello, Denise Sant'anna, Mary Del Priore entre outros.

Palavras-chave: Velhice, Revistas, Mídia.

¹ Graduanda no curso de Licenciatura Plena em História, Voluntária e bolsista PIBIC no projeto intitulado “Histórias do corpo e da beleza no Brasil: a partir dos enunciados das revistas femininas” no período de 2010-2012 vinculado a linha de pesquisa História, Corporalidade e Afetos do grupo de pesquisa em História Cultural. E-mail: gleyce_jes@hotmail.com.

Dizes que a beleza não é nada? Imagina um hipopótamo com alma de anjo... Sim, ele poderá convencer os outros de sua angelitude - mas que trabalhadeira! (Mario Quintana)

Das Deusas Hebe e Afrodite na mitologia grega, do conto das águas que curam males ou tornam jovens quem delas bebe, do mito de Narciso, das histórias infantis até às capas das revistas, novelas e propagandas com as celebridades do momento, as palavras juventude e beleza sempre exerceram fascínio e poder sobre as pessoas; neste sentido, a contemporaneidade além de não se configurar como exceção, parece ter conferido à busca pelo corpo ideal status de obrigatoriedade.

O corpo, como os variados signos, símbolos e representações a ele atrelados são dotados de historicidade; constructos que excedem os limites de sua dimensão orgânica passaram por sucessivas transformações nas sociedades e temporalidades em que estiveram inseridos; como nos elucidava Goellner (2003) os mesmos são “*provisórios, mutantes e mutáveis*”. Se nos dias atuais, ter um corpo belo significa o alcance e a manutenção das medidas certas, sendo necessário ser magro, esbelto, tonificado e jovem para corresponder aos padrões do “ideal”; outrora, ser gordo foi sinônimo de opulência, riqueza e por consequência denotava saúde e bem-estar.

Perscrutando os caminhos acerca da história da beleza e dos artifícios de modificação dos corpos desde a renascença até os dias atuais, o historiador francês Georges Vigarello (2006) investiga não apenas como os cânones da beleza feminina adquiriram variadas significações ao longo da história da humanidade, mas também como foram operados os códigos de conduta da mulher frente às diversas estratégias de transformação corporal disponíveis em seu tempo. Segundo o autor durante o século XVII a existência de um discurso que exaltava a valorização da uma beleza dita natural, se ambigüizava, tendo em vista, por exemplo, a recorrente utilização de alguns mecanismos de correção e disfarce, por assim dizer; desde os mais simples como pó-de-arroz e águas de talco até os espartilhos para compressão dos excessos e da flacidez ou ainda de procedimentos mais invasivos como a prática de sangrias; já que como afirma Bourdieu (1999) o corpo feminino é o “corpo para o olhar do outro”.

Sobre o desejo de alcance da beleza “sincera” Del Priore (2001) registra como a cosmética do século XIX que herdou uma moral da Revolução Francesa fundamentada no desejo de ser natural, corroborou para o desenvolvimento de um novo código de beleza, onde a “camuflagem” do rosto não teria espaço, afinal esse rosto seria o espaço de leitura das

almas. Todavia se fazia necessário (...) *salvar as aparências, pois apenas as aparências lhe permitem a ambiguidade de ser 'outra' enquanto se é ela mesma* (DEL PRIORI, 2001; 16).

Vale salientar também, que idolatria do “belo sexo”; Lipovetsky (2000), é uma invenção decorrente da Renascença, apenas após esse período há a emergência da mulher enquanto personificação extrema da beleza, até então, a mesma, além de ser negligenciada em relação ao homem; por muito, foi identificada enquanto símbolo do maligno e/ou do pecado. Grosso modo, tal ressignificação do feminino que passa a ser enxergado como lócus nato da beleza, surge imbuída de discursos do belo enquanto sinônimo de divino, portanto sua “artificialização” é condenada por uma moral social que despreza a camuflagem do verdadeiro, salvo quando sua finalidade fosse honesta, como a busca pelo matrimônio.

A sensibilidade burguesa do século XVIII elaborou a distinção do ser belo a partir dos níveis de eficácia e funcionalidade do corpo, sob esta perspectiva *Um critério se impõe então (...) com pretensão realista: aquele que liga o belo a uma finalidade prática, até mesmo a 'natureza'*. (VIGARELLO, 2006; 77); assim os quadris, por exemplo, passam a ser observados, dada sua utilidade para a condição maternal das mulheres.

Em meados do século XIX, apesar de a brancura da pele se manter como sinal de distinção, afinal assinalava o ócio ao qual apenas os ricos poderiam dedicar-se, a mesma ganha novos contornos e traços intensificados pelas cores das maquiagens até então condenadas. É interessante apontar aqui, como o discurso médico que hoje é apropriado em demasia pela mídia para dar respaldo aos caminhos que aponta, também corroborava nesse período com o incentivo de práticas específicas de embelezamento atreladas às funções sociais dos sujeitos, nesse sentido, por exemplo, era recomendado o distanciamento do sol, já que o mesmo comprometia a coloração normal da pele.

No contexto do Brasil as reformas médico e higienistas propostas por Oswaldo Cruz² também fundamentaram o processamento de manipulação dos corpos; o que se verifica a posteriori desse momento na história do país é a consolidação da cultura de massa onde a mulher emerge como público consumidor, em confluência surgem uma gama de produtos pensados para atingi-las.

De acordo com Araújo (2008), a primeira metade do século XX é marcada por uma série de transformações nos variados âmbitos da sociedade, a industrialização e modernização das cidades, as mudanças nos hábitos e cotidiano dos sujeitos, promovem novos sentidos para

² Pioneiro no estudo da medicina experimental, obteve reconhecimento mundial como sanitarista por seu trabalho frente a erradicação de epidemias: as febres amarela e bubônica e a varíola na então capital federal, Rio de Janeiro, durante o governo de Rodrigues Alves.

o corpo; por consequência dos novos olhares que são lançados novas práticas são investidas, as saias diminuem, o decotes aumentam os corpos se tornam cada vez mais evidentes, se antes as “partes altas” estavam no centro das atenções, agora torna-se necessário investir nos cuidados na aparência da cabeça aos pés.

No decurso do século XX o ideal de beleza parece metamorfosear-se, diminuir a silhueta, passar do *S* ao *I* consolida-se como imperativo da estética perfeita, afinal: “(...) *as magrezas sempre mais dinâmicas correspondem a expectativas sociais: as que visam eficácia e adaptabilidade, destinadas a dar ao corpo feminino uma nova ‘liberdade’*” (VIGARELLO, 2006; 142).

Iniciada em 1910 essa tendência ao emagrecimento como paradigma primordial de beleza figura ainda como “carro-chefe” do ser belo contemporâneo; impulsionado pelo processo de massificação das mídias; fundamentado ora pela estética propriamente dita e ora por uma pseudo-preocupação com a saúde, o culto ao corpo e a falta de limites para o alcançá-lo, além de instaurar no cotidiano dos sujeitos uma espécie de dicotomia: insatisfação/possibilidade, também corrobora o surgimento de distúrbios que ameaçam e em muitos casos ceifam a vida destes “Narcisos”.

Pensar a beleza a partir da perspectiva da construção remete-nos ao entendimento, do corpo humano fragmentado; cujas partes constituintes estão sempre passíveis a submissão de procedimentos que nos dias atuais podem e devem se converter em melhorias surreais. Neste sentido é necessário analisar quais são e como se constroem tais parâmetros de classificação dos corpos, é preciso pensar sua tessitura construída a partir da linguagem (GOELLNER, 2003), a mesma que tem o poder de nomeá-lo e atribuir códigos de normalidade e anormalidade, do belo e do feio; pensá-los inclusive sob a égide de sua transitoriedade, fluidez e inconstância. Assim sendo, a multiplicidade de suas acepções é facilmente elucidada nas diferentes modificações acerca dos seus conceitos ao longo dos tempos.

Falar do corpo é falar também sobre os poderes neles investidos; construídos e reinventados cotidianamente, a eles são atribuídos signos e simbolismos, são incutidas “pedagogias culturais” com a pretensão de observá-los, modelá-los, corrigi-los, discipliná-los; os mesmos são dotados e construídos em suas diversas dimensões: social, cultural, política, e, portanto histórica, como afirma Foucault (1992) o corpo é “biopolitizado”. Ao tematizar o corpo em parte de suas análises sobre diversas instituições onde se operam relações de poder, Foucault o apresenta como lócus onde primordialmente se personifica o controle social frente aos indivíduos; assim para manter o poder que visa a disciplinarização nota-se um movimento de modificação das estratégias, passa-se de controle-repressão à controle-estimulação, afinal

ordem do momento é: “Fique nu... mas seja magro, bonito e bronzeado!” (FOUCAULT, Apud. ARAÚJO, 2008)

De acordo com Araújo, incentivadas pela possibilidade de conquista, construção e manutenção do corpo perfeito, instituída nos discursos da mídia e dos meios de comunicação em geral, com o passar dos anos cresce exponencialmente o número de pessoas que entram na corrida desenfreada pelo mito da beleza e juventude eterna, tal questão situa-se no cerne de nossas inquietações e são reflexos direto de uma realidade:

Com a supremacia da imagem na vida do homem moderno, nossa época continua a instaurar a tirania da perfeição física. Hoje todos querem ser sadios, magros jovens. Grassa uma verdadeira lipofobia. Todos parecem querer participar da sinfonia do corpo magnífico, quase atualizando as intolerantes teses estéticas dos nazistas. (DEL PRIORE, 2001; 20)

Segundo Araújo (2008), Sant’anna (1995) afirma que é em meados do século XX que a construção da beleza se afirma enquanto possibilidade; por conseguinte, conquistá-la torna-se objetivo a ser alcançado através do esforço e da dedicação da própria mulher. Nesse sentido os diversos mecanismos da cultura midiática se apresentam como importantes veículos impulsionadores da conquista dos padrões estéticos “perfeitos”, pois concomitantemente ao bombardeio cotidiano de modelos e padrões a serem seguidos, são ofertadas várias formas de consegui-los, são infindas as possibilidades e elas estão disponíveis a qualquer um.

Pautadas pelos pressupostos anteriormente mencionados, é que se desenvolveram as atividades do projeto de pesquisa intitulado “HISTORIAS DO CORPO E DA BELEZA NO BRASIL A PARTIR DOS ENUNCIADOS DAS REVISTAS FEMININAS”³, tal experiência suscitou não apenas as inquietações acerca da velhice arraigadas no seio deste texto, mas também forneceu os suportes teóricos e metodológicos tão caros a sua produção.

Tratar da beleza é, portanto, lidar com o envelhecimento. É pretender e sugerir através de gestos e uso de produtos, o controle do próprio corpo, ainda que essa marcha da vida pareça inevitável e os padrões sociais valorizem, sobretudo, a juventude. (DESJEUX, 2008; 26-27)

A partir do objeto de pesquisa, à saber, as revistas femininas *Dieta Já* procuramos cartografar as diretrizes e parâmetros do “ser belo” contemporâneo, identificar as formas de incentivo ao consumo através das propagandas de produtos/marcas voltados para o corpo e embelezamento feminino além de investigar intencionalidades implícitas e explícitas na lógica de mercado na qual o corpo, em especial o feminino passa a figurar como personagem

³Pesquisa financiada através do Edital Universal 14/2009, vinculada à linha de pesquisa História, corporalidade e afetos do grupo de pesquisa em História Cultural da Universidade Estadual da Paraíba. Período: 2010-2012.

principal. Apesar de ser uma revista voltada ao emagrecimento rápido, supostamente ensinando a leitora a perder os quilinhos extras de uma maneira simples, natural e saudável, uma revista que têm como público alvo mulheres entre 20 e 40 anos de idade e apresenta essencialmente conteúdos relacionados aos temas Dieta, fitness, nutrição, saúde e beleza, a mesma também traz em várias de suas edições referências ao processo de envelhecimento, ou melhor, às maneiras de retardá-lo enfatizadas pelas chamadas das matérias: “*Para prolongar a vida: longevidade ao alcance do todos*”, “*As melhores armas para sua idade*” ou ainda “*Os efeitos do tempo: a partir dos 60 o que acontece?*”.

Reconhecidas como espaços produtores de significados, os discursos presentes nesse nicho do mercado editorial direcionado a mulher, encontra subsídio para respaldar suas “dicas” em diversas áreas de conhecimento da medicina, estética, psicologia entre outras, o que com demasiada frequência a direciona para uma sucessão de contradições elucidadas, por exemplo, no incentivo a adoção de dietas miraculosas em contraposição à constante repetição do discurso da saúde como prioridade.

Tendo em vista panorama apresentado, onde o culto ao corpo e a beleza adquiriram grau de centralidade, o processo de envelhecimento natural pelo qual todos os seres humanos passam, é enxergado como inimigo a ser combatido, pois o mesmo é associado aos estigmas da incapacidade e decrepitude, assim como já exprimia Taiguara na letra de “*O velho e o novo*” comporta também o lugar da memória e da nostalgia.

“Deixa o velho em paz
Com as suas histórias de um tempo bom
Quanto bem lhe faz
Murmurar memórias num mesmo tom

A sua cantiga, revive a vida
Que já se esvai
Uma velha amiga, outra velha intriga
E um dia a mais

Vão nascendo as rugas
Morrendo as fugas a as ilusões
Tateando as pregas
Se deixa entregue às recordações.”

Algumas interpelações a respeito do tema fazem-se então necessárias. Em seu livro *A velhice: a realidade incômoda* lançado pela primeira vez no Brasil em 1970 Simone de Beauvoir aponta a vivência de uma “conspiração do silêncio” no que concerne as formas de lidar com a velhice; na sociedade de consumo o tratamento direcionado a mesma seria

pautado sob a égide da exclusão e da negligência, pois há uma constante associação à estereótipos negativos como inutilidade e incômodo; a mesma não seria entendida como mais uma das fases da vida e sim como a proximidade iminente com a morte. Entretanto, como aponta Debert (2004, p. 11) “*Hoje nos debates sobre políticas públicas, nas interpelações dos políticos em momentos eleitorais e até mesmo na definição de novos mercados de consumo e novas formas de lazer ‘o idoso’ é um ator que não está mais ausente dos discursos produzidos*”.

Ainda para o autor o ser “idoso”, enquanto categoria cultural é resultado de um ensaio de homogeneização das representações da velhice. Nos últimos tempos estamos caminhando progressivamente a chamada “socialização da velhice” (2004, 13) que por muito, foi tomada como assunto pertinente apenas as esferas privadas, assim o Estado também passa a figurar como responsável por sua gestão, cabendo a ele garantir seguridade através de orientações e intervenções específicas nos diversos setores sociais, a emergência de um saber especializado, a saber, a gerontologia⁴ também corroborou a adoção de novas práticas frente às dificuldades enfrentadas durante esse processo.

Nessa marcha que caracteriza desde o final de século XIX as sociedades modernas, a velhice é tida como sinônimo de decadência física e falta de representatividade social. Assim:

O avanço da idade como um processo contínuo de perdas e dependência- que daria uma identidade de condições aos idosos- é responsável por um conjunto de imagens negativas associadas à velhice, mas foi também um elemento fundamental para a legitimação de direitos sociais como a universalização da aposentadoria. (DEBERT, 2004; 14)

Como aponta Moraes (2011, 433) com a gestão da velhice, na Europa dos anos 60 propagaram-se novas maneiras de cuidado e consumo, além de novas produções de cunho gerontológico e geriátrico, pautadas em práticas que pretendiam a manutenção da saúde e do corpo com aspecto juvenil; nesse sentido surge uma nova velhice que se convencionou chamar *terceira idade*. Tal denominação estaria atrelada a uma nova forma de conceber essa fase da vida, propondo a substituição de um estilo de vida galgado em estigmas comuns como reclusão, doença e cansaço por um novo estilo onde atividade, socialização e saúde sejam maras preponderantes, Neste sentido “a terceira idade também é uma ideologia” (DEBERT apud MORAES, 2011, 434).

⁴ Ciência que estuda o processo de envelhecimento humano em suas dimensões biológica, psicológica e social; tendo duas teorias principais como base para o seu discurso: Teoria do desengajamento que argumenta que um envelhecimento normal envolve a redução tanto dos papéis quanto das interações sociais e Teoria da atividade aponta o caminho oposto, onde um envelhecimento bem sucedido teria como objetivo a reparação pelas perdas de determinados papéis e funções sociais.

No âmbito do Brasil, por exemplo, é na década de 70 com a criação do Ministério da Previdência e Assistência Social, que uma política direcionada a esse grupo etário passa a ser pensada de forma contundente, principalmente para os aposentados. Anos mais tarde é estabelecida a lei Nº 8.842⁵ que dispõe sobre a política nacional do idoso e cria o Conselho Nacional do Idoso a fim de assegurar seus direitos sociais, criando condições para promover sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade; enfim há o reconhecimento de que o país antes retratado como jovem agora adquire novas feições.

A intensidade com que o país caminha para um perfil demográfico cada vez mais envelhecido é irrefutável, e esse panorama que foi confirmado pelo censo de 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁶, como fora supracitado, no transcorrer dos últimos anos vem adquirindo espaço significativo nos mais variados segmentos da sociedade; nesse sentido não é de se admirar que a mídia impressa acompanhe esse ritmo de construção de novos sentidos sobre a velhice.

Por conseguinte uma dúvida se instaura; é preciso retardar o envelhecimento ou vivê-lo em plenitude? As páginas das revistas parecem apontar o caminho.



Figura 01: Propagandas de combate ao envelhecimento presentes em algumas edições.

Como aponta Araújo (2008), sob esta perspectiva não é possível ao historiador não pensar seu próprio tempo. Não é possível fechar os olhos ao caminhar dos seres humanos às clínicas de estética, na compra dos melhores e mais recentes cosméticos, na implantação das próteses de silicone que apostam no preenchimento e/ou recomposição de diferentes partes do corpo. Não é possível não pensar a sociedade de “humanos” buscando novas construções

⁵ Decretada e sancionada em 4 de janeiro de 1994, considera como idoso para seu efeito, toda e qualquer pessoa maior de sessenta anos de idade. Foi alterada pela LEI Nº 10.741 - de 1º de outubro de 2003 que institui o estatuto do idoso. (Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03leis/2003/L10.741..htm)

⁶ Pesquisa disponível em: www.ibge.gov.br/home/.

identitárias através do uso do botox, que faz desaparecer as linhas de expressão e rugas, deixando a pele com aspecto jovem. Não reconhecer que novas identidades são elaboradas a partir da bioplastia, que promete deixar mais jovem, sem riscos e incisões em pouco tempo.

Cotidianamente, novos olhares sobre si são impulsionados pelo bombardeio da mídia na produção dos sentidos sobre o corpo. Entretanto o estudo do culto ao corpo, da beleza feminina são preocupações recentes dos historiadores assim como as representações da velhice e do envelhecimento, portanto cabe aqui ressaltar as contribuições do diálogo com outras áreas de conhecimento para a concepção deste trabalho; bem como sua inserção no campo da História cultural permitindo-nos uma ampliação no que concerne a abordagem, as problematizações e/ou inquietudes e a seleção das fontes. (ARAÚJO, 2008).

Têm-se tornado cada vez mais frequente um movimento de recodificação dessa etapa da vida, apresentando-se constantemente a possibilidade de um “envelhecimento positivo”, partindo deste pressuposto optou-se pela eleição do recorte temporal de 1997-2005 tendo em vista o ritmo de transformações e efervescências culturais acerca das representações da velhice nos veículos midiáticos, acompanhada pela percepção da mesma enquanto público consumidor em potencial. Já a escolha das fontes, os periódicos: *Veja* e *Isto é*⁷ ambos de caráter noticioso, informativo e ilustrado, se deram em função dos seus níveis de expressividade no mercado editorial brasileiro.

A revista *Veja*, é a publicação semanal de maior circulação/tiragem no Brasil e apesar de não direcionar-se especificamente ao feminino, com o passar dos anos também vem conferindo ao corpo espaço significativo elucidado e personificado nos anúncios, propagandas e até matérias voltadas especialmente ao tema e suas diversas nuances; assim sendo a mesma é compreendida aqui como espaço de ressignificação de conceitos do ser belo, jovem, saudável, constituindo-se e institucionalizando-se como elemento relevante na construção das identidades.

Concomitantemente a revista *Isto é* também apresenta uma periodicidade semanal e seu conteúdo gira em torno de algumas colunas fixas como: Brasil, comportamento, medicina e bem-estar, economia e negócios, mundo, tecnologia e meio ambiente, cultura e especial; é

⁷ De acordo com a Associação Nacional de Editores de Revista (ANER) A **Veja** é a terceira maior revista semanal de informação do mundo e a maior fora dos Estados Unidos. A Projeção Brasil de Leitores, com base nos Estudos Marplan e no IVC (Instituto Verificador de Informação) consolidados de 2008, aponta que a publicação tem um total de 8.812.000 leitores, tiragem média por edição da revista é de mais de 1,2 milhão de exemplares e a circulação líquida de mais de 1 milhão. Disponível em: (<http://www.aner.org.br/Conteudo/noticias/revistas-em-alta-para-o-consumidor-145732-1.asp>). A revista **Isto é** por sua vez, segundo informações do site oficial da Editora3, tem Circulação que gira em torno de: 304.337 e Tiragem de: 345.960. Disponível em: (<http://www.editora3.com.br/istoe.php>)

tomada aqui enquanto ferramenta de ação da cultura midiática capaz de ressignificar, normatizar práticas, modos de agir, vestir e nos dias atuais com maior amplitude até alimentar. Em seu site oficial é possível visualizar:

ISTO É se consolidou como um dos veículos mais influentes do País. Foi protagonista dos mais importantes fatos políticos e sociais e teve participação de destaque na redemocratização do Brasil. Marca registrada da revista, a independência de ISTO É faz parte de sua linha editorial, jamais atrelada a grupos políticos ou econômicos. Em decorrência disso, colecionou, ao longo dos anos, uma sucessão de furos jornalísticos e o reconhecimento da sua qualidade editorial através de vários prêmios que lhe foram agraciados ou conquistados por seus profissionais⁸

Pitanga (2006) parte de uma perspectiva que considera a existência de variadas formas de envelhecer, na sociedade contemporânea marcada pelo narcisismo exacerbado e uma cultura tirânica do consumo e da imagem, o corpo carrega o ônus de ser protagonista; assim o sucesso e a felicidade dependem do alcance dos parâmetros impostos onde a tríade juventude, saúde e beleza se configuram como modelos principais; na contramão está a velhice que inevitavelmente permeia o imaginário popular com atributos imbuídos de negatividade, em especial quando se pensa um cenário contemporâneo em que impera o mito da “juventude eterna” .



⁸ Discurso de Caco Alzugaray, presidente executivo da Editora Três, extraída do site oficial da editora. (Disponível em <http://editora3.terra.com.br/sobrenos.php>)



Figura02: Capas das revistas Veja e Isto É relacionadas a beleza, velhice e envelhecimento no recorte temporal indicado.⁹

Segundo Araújo (2008), ao se tentar garantir um corpo perfeito e jovem, a morte parece distante ou algo que deve ser esquecida: “cultuar o corpo implica ressignificar o direito à vida. Assim, os cultuadores do corpo tentam, paulatinamente, prolongar a linha do tempo na intenção de apagar a ideia da morte,” (GARCIA, 2005, p.26) assim como a ideia da velhice. Daí as mensagens publicitárias voltadas para a vida ativa, as caminhadas, ginásticas, dietas, cirurgias plásticas, drogas, uso de produtos cosméticos, enfim, tudo que possa estar voltado para apagar os sinais do tempo e do envelhecimento. Nas páginas da Revista Isto é pode-se verificar:

Envelhecer bem

Como vivem as pessoas que ultrapassaram a barreira dos 60 anos de forma produtiva e com qualidade de vida, usufruindo das opções de lazer e consumo”.

A clássica imagem do velhinho de pijama, em frente à tevê, cuja maior audácia é sair de casa para jogar dominó com os amigos do bairro, está com os dias contados. Um novo padrão de envelhecimento está em curso. Conhecido como “envelhecimento ativo”, ele nem de longe lembra a resignação com que os idosos do passado se aposentavam do trabalho e da vida social. Saudáveis, dispostos a continuar em atividade por mais tempo e, graças aos bons ventos da economia, com dinheiro no bolso, muitos brasileiros que romperam a barreira dos 60 anos provam que é possível dialogar com a passagem do tempo harmoniosamente.

‘Negar o envelhecimento é negar a própria vida’, afirma a geriatra Andrea Prates, coordenadora executiva do Centro Internacional de Informação para o Envelhecimento Saudável (Cies), criado em 1999 para divulgar a promoção da saúde na terceira idade. Em 2050, 30% da população brasileira terá mais de 60 anos (...) Diante dessa estatística, o Brasil começa a entrar no

⁹ Disponíveis em: (veja.abril.com.br/acervodigital/ e www.istoe.com.br/revista/edicoes-anteriores)

padrão europeu e americano no que diz respeito à terceira idade: oferece opções de lazer e consumo compatíveis e de alta qualidade, (re)abre portas – e cria novas possibilidades – no mercado de trabalho e acena com simpatia para as relações que se formam depois dos netos nascidos.” (ROCHA, RUBIN; ISTO É, N° Edição: 2168)

Os discursos e imagens veiculados nas revistas tornam-se em certa medida ambíguos e/ou contraditórios, pois ao passo que apontam formas de vivenciar a velhice positivamente, reverberam o medo constante de sua chegada, oferecendo infindáveis mecanismos para o seu retardamento, são cremes anti-rugas, anti-sinais, iluminadores, bases, corretivos etc., todos visando um objetivo combater ou camuflar as linhas de expressão, rugas enfim todas as indesejáveis marcas do tempo. Vale salientar também, que mesmo tendo a velhice como pauta, em apenas uma minoria das publicações das revistas *Veja e Isto é* são veiculadas imagens de pessoas que se encontrem na faixa etária indicada, em grande parte voga um discurso que visa a prevenção, sendo assim expõe a jovialidade como característica que deve ser preservada a todo custo.

Se na área da beleza o sonho é aparentar cada vez menos anos de vida, na seara da saúde o objetivo é ganhar cada vez mais tempo e qualidade de vida. Por isso, boa parte dos cientistas se esforça para entender os mecanismos que levam o organismo a envelhecer. A partir das informações levantadas, o que se quer é formular tratamentos que adiem esse processo. (RODRIGUES; ISTO É, N° Edição: 1857.

Simultaneamente ao lançamento de novas intervenções ou ao melhoramento das já existentes, tais ferramentas são publicadas nas revistas e chegam às bancas atingindo um público cada vez maior, multiplicam-se assim as formas de extinguir os vestígios naturais da nossa existência.

Em recente propaganda, uma marca de cosméticos faz a seguinte pergunta: “De onde vem essa sua vontade de pintar a cara?”¹⁰ - a resposta que vem logo em seguida é contundente: “Natura-UNA: A melhor expressão de você mesma”, tal questão mais do que um simples convite ao usufruto do produto exposto, solicita com urgência do conhecimento histórico uma reflexão acerca dos caminhos e direções que a busca pela beleza e a corrida contra o envelhecimento introjetam no cotidiano dos indivíduos, propõe uma análise acerca de como tais elementos imagético-discursivos põem em xeque nossas identidades já marcadas pela fluidez e transitoriedade da pós-modernidade.

Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nosso corpo, da desgraça, da rejeição social. Nosso tormento não é o fogo do inferno, mas a balança e o espelho. “Libere-se”,

¹⁰ Propaganda publicitária Da linha Natura Una para o outono e inverno. (Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=_1wIdRd1TsQ)

contrariamente ao que queriam as feministas, tornou-se sinônimo de lutar, centímetro por centímetro, contra a decrepitude fatal. Decrepitude agora culpada, pois o prestígio exagerado da juventude tornou a velhice vergonhosa.¹¹

A cultura contemporânea de supervalorização da imagem e da estética tem impulsionado nos sujeitos, não apenas o investimento pesado na materialidade corpórea, que visa a saúde, beleza, longevidade e reputa ao processo de envelhecimento signos do declínio que se processa à *posteriori* da idade adulta, mas tem instaurado também o receio da finitude que é intrínseca a vida humana. Nesse sentido, a problemática que se coloca no cerne deste texto, não se constitui como fonte esgotada, merece, pois ser debatida e questionada. É necessário interrogarmo-nos, Como os sentidos construídos sobre a velhice e propagados pelos veículos midiáticos engendram novas práticas em nosso cotidiano? É possível fugir das estratégias e artimanhas do mercado que oferece diversas “fontes da juventude”? Que lugar ocupam os corpos que carregam as marcas do envelhecimento? Talvez o não-lugar? . Em suma, são inúmeras as questões e possibilidades de abordagem, cujo escopo deste trabalho não seria capaz de abranger, reitera-se então a importância de toda e qualquer inquietação que vise e/ou origine uma análise mais pormenorizada da temática em suas múltiplas nuances, constituindo-se assim como uma contribuição valiosa ao conhecimento histórico.

¹¹ Ver artigo: Histórias e artifícios da beleza feminina: a Batalha contra o tempo. ARAÚJO, MENESES apud DEL PRIORI (2001, p. 11)

ABSTRACT

The intensity which the country heads toward to a demographic profile even more aged is irrefutable and this panorama is confirmed by the census conducted in 2010 by the Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), in the course of the recent years has been occupying a significant space in various social segments, therefore, it has been responsible by the production of various signs, discourses and particles around this human life period. From the perspective above, the media vehicles don't constitute as an exception, because they bombard us with images and discourses that reinforce or deconstructs stereotypes daily, legitimizing profiles and identities in confluence with the interests of market logic and consumption. In line with these assumptions, this text intends to analyze the representations and meanings constructed about the old age in a context where the cult of the body and beauty have become imperatives, it unfolds from the national magazines: *Veja* and *Isto É* between the years 1997-2005, for such reason, we found fundament in the authors that handle the themes that are inherent to the discussion as Georges Vigarello, Denise Sant'anna, Mary Del Priore and others.

Keywords: Old age, Magazines, Media.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Edna Maria Nóbrega. *“Espelho meu, agora a mais bela sou eu”*: Cartografias da história da beleza no Brasil” Tese de doutorado, apresentada no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Pernambuco. Orientada pelo Prof. Dr. Antônio Paulo de Moraes Rezende. Recife, 2008. .
- CORBIN, Alain. VIGARELLO, Georges (Orgs.). **Histórias do corpo 3: as mutações do olhar: O século XX**. Tradução e revisão Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, Vozes, 2008.
- DEBERT, Guita Grin. **A reinvenção da velhice: Socialização e processos de reprivatização do Envelhecimento**. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo: Faspap, 2004.
- DESJEUX, Dominique. *Apresentação: A pesquisa da beleza no cotidiano feminino*. In: O Tempo da Beleza: Consumo e Comportamento Feminino, Novos Olhares. Leticia Casotti, Maribel Suarez, Roberta Campos (orgs.). Rio de Janeiro. SENAC Nacional, 2008.
- BEAUVOIR, Simone de. **A velhice: a realidade incômoda**. 6ª reimpressão. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- DEL PRIORE. **Corpo a corpo com a mulher. Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil**. São Paulo: SENAC. 2000.
- DEL PRIORE, Mary. **Histórias do cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979, Ed. 16º, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: editora Vozes, LTDA: 1975.
- GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos**. São Paulo: Thomsom, 2005.
- GOELLNER, Silvana Vilodre. *A produção cultural do corpo*. IN: Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação; Vozes, 2010; pp.28-40.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomás Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 6. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- LIPOVESTKY, Gilles. **A terceira mulher: Permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MORAES, Andrea. *O corpo no tempo: velhos e envelhecimento*. In: História do Corpo no Brasil. Mary Del Priore, Marcia Amantino (orgs.). São Paulo: Editora Unesp, 2011, p. 477-506.

PITANGA, D. A. *Velhice na cultura contemporânea*. 2006. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) Centro de Teologia e Ciências Humanas. UNICAP. Disponível em: (http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=148564)

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

SITES:

Editora 3 : <http://www.editora3.com.br/istoe.php>

Revista Isto é: <http://www.istoe.com.br/>

Revista Veja:

http://veja.abril.com.br/?utm_source=barra_abril&utm_medium=portal&utm_campaign=barra_abril_portal

Editora Abril: <http://www.abril.com.br/>

Revista Dieta Já: <http://dietaja.uol.com.br/>

Natura: <http://www.natura.net/br/index.html>