

**Televisão e envelhecimento feminino:
Transformações no corpo e implicações subjetivas¹**

Carlise Nascimento BORGES²

Maria Luiza Martins MENDONÇA³

Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia – UFG

Palavras-chave: Envelhecimento feminino; Corpo; Subjetividade; Televisão.

Introdução

Atualmente, é possível presenciar modelos ideais de corpos sendo difundidos pela grande mídia, em especial, pela televisão, consolidando padrões rígidos de beleza. Com a chegada do envelhecimento, a mulher percebe um distanciamento desse modelo ideal, e investe freneticamente em sua busca, se tornando perseguidora compulsória de vitrines, imagens e corpos, lançando mão de transformações de todo tipo para alcançar o modelo de corpo e juventude muitas vezes inalcançáveis. Estas alterações no corpo podem afetar a subjetividade, que passa a ser modelada pela grande mídia. O corpo então, se torna um mecanismo de controle através do consumo midiático, onde a sociedade geralmente culpa quem se deixa envelhecer.

Visto que o campo da comunicação compreende os meios de comunicação de massa, reprodutores sociais da ordem e produtores de sentidos compartilháveis na sociedade, esta pesquisa tem como objeto não um determinado fenômeno ou processo midiático em si, mas sim a relação da televisão sobre as interações sociais, particularmente da mulher brasileira em processo de envelhecimento. A pesquisa visa compreender de que maneira esta mulher é influenciada pela programação televisiva, afetando o seu corpo e chegando a modelar seus processos de subjetivação. A importância de uma pesquisa como esta é contribuir para o aprofundamento da discussão corpo/subjetividade/mídia no Brasil, embasado nas teorias já existentes, além de abordar a temática envelhecimento, ainda em ascensão nas pesquisas de comunicação.

¹ Resumo expandido apresentado no VIII Seminário de Pós-graduação da UFG, dentro do VIII COMPEEX, parceria com a 63ª Reunião Anual da SBPC, em Julho/2011.

² Mestranda em Comunicação, Cultura e Cidadania da Universidade Federal de Goiás – FACOMB. Linha de pesquisa Mídia e Cultura. Bolsista pela UFG. Email: carlise.com@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Prof^a Dr^a do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Cultura e Cidadania da FACOMB-UFG, email: mluisamendonca@gmail.com

Material e métodos

A pesquisa tem por objetivo trabalhar com mulheres brasileiras em processo de envelhecimento. Para tanto, foram escolhidas mulheres que variam de quarenta a sessenta anos de idade, para aplicação de entrevista em profundidade, com observação das variáveis classe social e estado civil. Com essa técnica de levantamento de dados será possível obter respostas mais concretas, o que auxiliará na compreensão da incidência da televisão na construção de suas subjetividades. Além disso, é possível verificar o que a entrevistada diz, verificando possíveis contradições, emoções e sentimentos com os assuntos questionados a respeito da pesquisa.

Além das entrevistas, alguns programas televisivos, que tem no público feminino a sua maior audiência, como a telenovela do horário nobre *Passione*, e a série do horário noturno *Divã*, foram escolhidos para fomentar a pesquisa. Consciente da não neutralidade da linguagem na televisão, visto que a entrada no simbólico é irremediável, não há como não interpretar o discurso envolvido na programação televisiva. Em função deste fato, a utilização da Análise de Imagem aliada a Análise de Discurso, será fundamental para auxiliar no alcance do objetivo desta pesquisa. Como o discurso hegemônico, na maioria das vezes, se encontra implícito na obra, é necessário “escutar o não-dito daquilo que é dito. [...] Mesmo o que ele não diz significa em suas palavras” (ORLANDI, 2001, p.34). Por essa justificativa, a análise proposta na pesquisa levará em conta os elementos verbais e os elementos não-verbais incorporados na programação televisiva escolhida.

Resultados e discussão

O número de pessoas que se dedicam à produção de um novo corpo na atualidade é crescente. Atualmente, observa-se a ênfase do culto ao corpo – a corpolatria – enquanto a alma parece desconsiderada. Academias de ginástica, clínicas cirúrgicas e salões de beleza se transformam em verdadeiros templos do corpo. Os corpos diferentes, fora dos padrões – gordos, deficientes, enrugados, etc. – normalmente são discriminados pela sociedade, como tudo que foge aos padrões socialmente instituídos. Segundo Le Breton (2001, p.21), no culto ao corpo “não devemos nos contentar com o corpo que temos, devemos modificá-lo, torná-lo mais perfeito”. Com isso o sujeito se torna insatisfeito constantemente, pois a busca pelo corpo ideal é incessante. Ser magro e permanecer sempre jovem é o discurso

permanente, estabelecendo uma obsessão contemporânea pela mutação física, em uma estratégia de normatização do corpo.

O corpo torna-se a prótese de um sujeito – um sujeito que, a partir da representação do outro, inventa sua própria aparência física, distanciando-a de sua história. O que se percebe de fato, é que o corpo, cada vez mais, tem recebido a condição de *locus* da subjetividade. Para além de uma simples edição corporal, existe na atualidade o desejo de criar discursos que legitimem a materialidade na intenção de produzir outra subjetividade, que associe prazer ao consumo para criação de um corpo ideal. Corpo e subjetividade nunca estiveram tão juntos ou mesclados com relação à relevância enquanto definidores do sujeito. A matéria torna-se indicadora da subjetividade e principal espaço para sua expressão. Portanto, o corpo apresenta-se enquanto “tela” onde se escrevem a subjetividade, a cultura e a técnica. “Se o corpo servia para vestir o sujeito, a corporeidade contemporânea, transportada pela imagem, traz uma experiência de si que escapa ao próprio sujeito” (VILLAÇA, 2007, p. 16).

Os bens culturais industrializados e distribuídos pela mídia têm a capacidade de produzir certas construções simbólicas, apropriando-se de elementos que já circulam na cultura, no intuito de reforçar e naturalizar os mesmos, fortalecendo um discurso hegemônico. Segundo Bourdieu (2001, p.10), “As relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes envolvidos nessas relações.” A televisão se torna um dos principais veículos na difusão destas construções simbólicas. A popularidade que se dá a televisão é resultado de uma combinação do uso sedutor e indiscriminado das imagens, com o auxílio do som, em uma programação variada. “Graças a essa estratégia, o meio penetra no dia a dia de pessoas de diferentes faixas etárias e condições sociais, modificando hábitos familiares e obtendo o status de importante meio de comunicação” (TEMER e TONDATO, 2009, p.12). Com essa mistura entre imagem e som, o que está sendo representado, na verdade, possui de fato propriedades daquilo que está sendo representado. Há uma mistura entre o real e o simulacro.

Na televisão comercial, a imagem muitas vezes descentra a importância da narrativa, ou seja, as imagens têm predominância sobre a narração, sobre o enredo, porque elas seduzem e fascinam. Essas imagens fornecem modelos de aparência, condutas, valores, e a subjetividade do espectador fica cada vez mais mediada, ou

melhor dizendo, modelada pela mídia. As imagens e o discurso da juventude, da magreza e do corpo perfeito, veiculada massivamente pela mídia, parece obrigar a mulher a investir neste tipo de corpo para ser legitimada socialmente. Bourdieu (2010) diz que a dominação masculina constrói as mulheres como objetos simbólicos, colocando-as em permanente estado de insegurança corporal, ou melhor, de dependência simbólica: elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, como objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam naturais, ou seja, mantenham a chamada “essência feminina”, e ser magra e jovem também contribui para a concepção de “ser mulher”.

Conclusões

Certamente não é ao acaso que as academias de ginástica estejam lotadas; que as clínicas de estética estejam recebendo cada vez mais, novas demandas e oferecendo fórmulas inovadoras para solucionar as imperfeições do corpo; e que a medicina está sempre disposta a satisfazer esse desejo. Também não é sem motivo que os produtos midiáticos, estejam cada vez mais, destinando para as mulheres uma diversidade de dicas, receitas, conselhos e medidas desejáveis, mostrando – e educando – na veiculação de suas imagens o corpo feminino que se deve ter e buscar incansavelmente. Não é eventual também, que as intervenções cirúrgicas estéticas estejam cada vez mais presentes no cotidiano do público feminino.

Goffman (1963, p.13) chama de *estigma* “um atributo profundamente depreciativo”, e coloca vários tipos de estigmas presentes na sociedade, onde o primeiro deles seria as deformidades físicas do corpo, portanto, a mulher quando começa a envelhecer e vê seu corpo perdendo os atributos do corpo ideal vinculado pelo discurso hegemônico da mídia, se encontra estigmatizada, excluída, invisível. “A velhice é tratada como uma etapa da vida caracterizada pela decadência física e ausência de papéis sociais” (DEBERT, 2004, p.14). Por todo esse estigma, o corpo de grande parte das mulheres em processo de envelhecimento no Brasil é um corpo controlado, mutilado, e alvo de grandes investimentos financeiros.

Goldenberg (2009) defende que as mulheres deveriam se libertar, e demonstrar sua aceitação com a idade, seu corpo, sua pessoa e sua história. Para ela, a eliminação dos sinais de idade dos rostos e corpos femininos equivale a apagar a identidade, o poder e o valor das mulheres. “É possível envelhecer com menos sofrimento se valorizarmos e investirmos em outros capitais, e não apenas

no capital físico” (GOLDENBERG, 2009, p.43). Assim como afirma também Simone de Beauvoir (1990), quando diz que as mulheres ao envelhecerem deveriam procurar sua libertação, uma vez que viveram durante toda a vida para os maridos e os filhos. Quando ficam mais velhas, podem finalmente viver suas vidas, e preocupar-se consigo mesmas.

A sociedade contemporânea deveria repensar e rever os estereótipos associados ao envelhecimento, e superar a ideia do processo de perdas, pelas novas conquistas geradas pela experiência pessoal vivida e os saberes acumulados, oferecendo assim oportunidade de realizar projetos abandonados em outras etapas da vida. Deveriam também perceber que não só pelo corpo se forma uma subjetividade, mas sim por várias atitudes que, não necessariamente, precisem de um corpo hegemônico para serem realizadas. É preciso que as mulheres se libertem dessas amarras e consiga receber o discurso midiático não de forma passiva, mas de forma ativa, retirando suas próprias conclusões e fazendo o que for de melhor em sua vida.

Referências bibliográficas

BEAUVOIR, S. **A velhice**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. **A dominação masculina**. 8.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

DEBERT, G. **A reinvenção da velhice**: Socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: Edusp, 2004.

GOFFMAN, E. **Estigma**. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1963.

GOLDENBERG, Mirian. **Coroas**: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade. Rio de Janeiro: Record, 2009.

LE BRETON, David. O Corpo-Máquina. In: **VEREDAS**. Revista de divulgação do centro cultural do Banco do Brasil, Rio de Janeiro, n.63, março/2001, p. 20-24.

ORLANDI, E. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2001.

TEMER, A.; TONDATO, M. **A televisão em busca da interatividade**: uma análise dos gêneros não-ficcionais. Brasília: Casa das Musas, 2009.

VILLAÇA, N. **A edição do corpo**: tecnociência, artes e moda. São Paulo: Estação das Letras, 2007.