



As mulheres e as marcas do tempo em *Insensato Coração*¹

Carlise Nascimento BORGES²
Maria Luiza Martins MENDONÇA³
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Este artigo tem por objetivo contextualizar de que maneira as mulheres em envelhecimento são representadas na mídia, tendo como objeto de análise a telenovela *Insensato Coração*, e como esta representação pode afetar as mulheres que passam por esse processo, incidindo na transformação de seus corpos e na construção de suas subjetividades. O artigo retornará a alguns diálogos, imagens e cenas da trama, para entender de que maneira estes elementos contribuem para o reforço de valores ligados a juventude na sociedade brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: envelhecimento feminino; corpo; mídia; representação; telenovela.

Introdução

Este artigo é um recorte de uma pesquisa maior que investiga a relação da mídia na construção do corpo e da subjetividade da mulher em envelhecimento. A justificativa de tal pesquisa é abordar a temática no campo da comunicação, mais especificamente no contexto da produção midiática brasileira, de um tema que tem sido prioridade apenas nas áreas médica, psicológica, jurídica e de assistência social, por exemplo. Bem como o envolvimento da temática corpo e subjetividade, que vem sendo pesquisada no campo da comunicação com um foco voltado prioritariamente para a cibercultura, portanto, essa pesquisa pode contribuir para a discussão do corpo no contexto do envelhecimento aliado à comunicação.

Na sociedade brasileira, segundo dados do recente censo de 2010 (IBGE, 2011), o topo da pirâmide vem a cada ano se alargando mais. O crescimento da população com mais de 60 anos que era de 4,8% em 1991, passando a 5,9% em 2000, chegou a 7,4% em 2010, e a tendência é que esse crescimento continue. Apesar da longevidade dos

¹ Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação, cultura e cidadania pelo Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás. 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 da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás. Email: mluisamendonca@gmail.com



brasileiros estar em um presente crescimento, os valores ligados à juventude continuam sendo priorizados e buscado por todos. Alguns pesquisadores afirmam mesmo a presença de uma crescente infantilização da cultura contemporânea que tem se alastrado pelo mundo todo, demonstrando assim haver cada vez mais uma necessidade interna de uma busca incessante de ser e/ou apresentar ser mais jovem do que verdadeiramente é⁴.

Fato este que justifica o aumento do interesse dos pesquisadores acerca da velhice, envolvendo temas relativos a aposentadoria, sistemas de classificação etários, relações de gênero, sexualidade, saúde, memória e identidade, dentre outros, para uma compreensão da construção social dos significados concedidos à velhice. Porém, o destaque nestas pesquisas diz respeito a uma parcela única da velhice denominada como terceira idade⁵. Pouco se sabe ainda sobre o segmento que se encontra entre a vida adulta e a terceira idade, aquele em que a pessoa “ainda não se aposentou e tem filhos considerados adultos” (DEBERT, 2010, p.62).

Portanto, o foco desta pesquisa se dará com mulheres de 40 a 60 anos⁶ que se encontram neste “limbo” não podendo ser identificadas nem com as faixas etárias mais jovens nem como idosas, pertencentes à terceira idade. Estas mulheres geralmente são tratadas como “mulheres de meia-idade”, ou ainda, “mulheres maduras”, mas, neste artigo serão tratadas apenas como mulheres em envelhecimento – como integrantes de um período de preparação para a terceira idade. Pensando assim indaga-se: Como estas mulheres são representadas pela mídia brasileira? Como é representada a relação com seus corpos e as respectivas mudanças advindas com a idade? Essas respostas serão buscadas no decorrer deste artigo, na análise da representação midiática e nos sentidos que elas atribuem ao envelhecimento feminino, escolhendo para tanto a telenovela *Insensato Coração*⁷.

Mídia e representação

Goffman (1985, p.29) define representação como “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de

⁴ Para maiores informações sobre estas pesquisas conferir DEBERT, 2010.

⁵ Fase da vida que se inicia aos 60 anos de idade, que coincide quase sempre ao período da aposentadoria profissional.

⁶ Fato que se justifica pelo conhecido termo “idade da loba” (cf. LEMOS, 1995) concedido às mulheres com 40 anos, onde geralmente se inicia a menopausa, e pelo início da terceira idade aos 60 anos.

⁷ Telenovela de horário nobre veiculada pela Rede Globo de Televisão, com início em Janeiro/2011 até período atual, na qual a trama ainda está acontecendo. Escrita por Gilberto Braga e Ricardo Linhares. Direção de Dennis Carvalho e Vinícius Coimbra.



um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência”. Aplicando este conceito à mídia, pode-se entender essa influência como a capacidade de incorporação, na representação, de valores que são reconhecidos pela sociedade, reforçando e estimulando determinados comportamentos e discursos hegemônicos. Ainda que se considere a forma de assimilação das mensagens veiculadas pela mídia como relativa a cada indivíduo ou grupo social, é notório que grande parte dos produtos culturais midiáticos, embora não atuem de forma determinante, agem de forma partidária à cultura hegemônica. Segundo Bourdieu (2001, p.11), “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 mídia atua portanto, com elementos simbólicos que apresentam, difundem, e ensinam⁸ ideias, imagens e representações que indicam maneiras adequadas de comportar, de viver, de pensar, enfim, noções de certo e errado, e que, possuem força por manifestarem-se como forma irreconhecível, transformada e transfigurada das outras formas de poder, funcionando de maneira invisível e tendendo a impor a aceitação da ordem estabelecida (discurso hegemônico) como natural.

Numa cultura da imagem dos meios de comunicação de massa, são as representações que ajudam a construir a visão de mundo do indivíduo, o senso de identidade e sexo, consumando estilos e modos de vida. A ideologia é tanto um processo de representação, imagem e retórica quanto um processo de discursos e idéias (KELLNER, 2001, p.82).

Concordando com a visão do autor, entende-se que a capacidade de formar e modelar identidades e subjetividades se torna uma grande possibilidade quando se trata de representações midiáticas. Sendo assim, a mídia pode reforçar valores e também levar a formação de novos modelos. Freire Filho (2005, p.22) concede a este reforço de valores o nome de estereótipo, que são “construções simbólicas enviesadas, infensas à ponderação racional e resistentes à mudança social”. Ele acrescenta ainda que os estereótipos ajudam a demarcar a fronteira entre “o normal e o anormal, o integrado e o desviante, o aceitável e o inaceitável, o natural e o patológico, o cidadão e o estrangeiro, os insiders e os outsiders, Nós e Eles” (FREIRE FILHO, 2005, p.23).

No Brasil os valores que são reforçados são ligados à juventude, particularmente com o envolvimento do corpo – um corpo saudável, magro, sexuado, enfim, jovem, que

⁸ A mídia como dispositivo pedagógico, que ensina e educa a sociedade (Cf. FISCHER, 2005).



é difundido pela grande mídia – portanto, envelhecer e se afastar destes valores pode se tornar uma fase da vida bastante complicada. Em especial para a mulher – ao contrário do homem em envelhecimento a quem são atribuídos valores como maturidade, charme, poder, sucesso financeiro e outros valores desvinculados da imagem física – de quem se espera que seja sempre jovem, bela e sedutora, valores que se apoiam essencialmente na aparência e nas estratégias de valorização estética (MENDONÇA, 2011). Essa veiculação de valores de juventude é evidente também nas telenovelas, que, segundo Reimão (2006, p.142) é o “principal produto da indústria televisiva brasileira, [...] constituem o gênero [televisivo] que agrega o maior número de telespectadores e são o negócio mais rentável da televisão brasileira atual”. Por ter essa audiência, a telenovela acaba tendo papel fundamental na formação da subjetividade dos telespectadores.

Envelhecimento, corpo e subjetividade na telenovela

A telenovela é uma obra aberta de veiculação diária, e com duração prolongada, e que, apesar de ficcional, tem muitas semelhanças com o real. Ela apresenta imagens e desenvolve temas que abordam o cotidiano dos brasileiros: relações amorosas, políticas, econômicas, conflitos internos, medos, inseguranças, desejos, etc. “[A telenovela] 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). Ela se incorporou à cultura do país, caracterizando o que Lopes (2009) denomina como “narrativa da nação” e “recurso comunicativo”.

Abordar a telenovela como recurso comunicativo é identificá-la como narrativa na qual se conjugam ações pedagógicas tanto implícitas quanto deliberadas que passam a institucionalizar-se em políticas de comunicação e cultura no país. Em outros termos, é reconhecer a telenovela como componente de políticas de comunicação/cultura que perseguem o desenvolvimento da cidadania e dos direitos humanos na sociedade (LOPES, 2009, p.32).

A realidade nas telenovelas se torna um simulacro. O real se confunde com o imaginário. O que está sendo representado, na verdade, possui de fato propriedades daquilo que está sendo representado. Exemplificando, na telenovela *Insensato Coração*, objeto de análise deste artigo, as atrizes que representam as personagens, realmente estão lá. Elas estão agindo, falando, interpretando. Elas representam mulheres em envelhecimento e de fato são mulheres em envelhecimento. Ou seja, existem propriedades reais da representação.

A representação do envelhecimento nas telenovelas brasileiras compactua com o que Debert (1999) nomeou de “reprivatização da velhice”, que é a transformação do envelhecimento num problema para o indivíduo, que foi incapaz de se envolver em atividades motivadoras, deixando de adotar formas de consumo e estilos de vida capazes de evitar a velhice e seus problemas. Ou seja, há uma responsabilização do sujeito sobre o seu envelhecimento. Sendo assim, o discurso que se apresenta é o de que cada um deve fazer o possível para retardar ao máximo a chegada do envelhecimento, e, se a velhice chegar, quais são os comportamentos esperados nesse caso. “Ser velho é o resultado de uma espécie de lassitude moral, um problema de indivíduos descuidados que foram incapazes de se envolver em atividades motivadoras e adotar o consumo de bens e serviços capazes de combater o envelhecimento” (DEBERT, 2003, p.155).

A importância em se manter essa eterna juventude e um corpo que siga os padrões ditados pela mídia acaba por incidir na própria subjetividade da mulher. Programas de televisão e revistas femininas, por exemplo, vivem apontando uma constante insatisfação da mulher com seu corpo e sua idade, e, em contrapartida, oferecem meios para modificar esse corpo indesejado e para retardar a chegada do envelhecimento. O que mais se encontra nas capas de revistas femininas são receitas para emagrecimento, as mais diferentes dietas, exercícios físicos para perder medidas, cremes e cirurgias que prometem arrancar as marcas do envelhecimento. Bem como nos programas televisivos que abordam os mesmos assuntos, sempre “salvando” a mulher do corpo flácido, gordo, enrugado, enfim, fora dos padrões. O recém criado programa *Bem Estar*⁹ da Rede Globo é um exemplo de como a temática “saúde” vem preocupando prioritariamente o cotidiano das pessoas, tornando simbiótica a relação entre aparência física e subjetividade.

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). Sendo assim, o corpo se torna fundamental na construção do “eu”, sendo a própria subjetividade à mostra. Lopes *et al.* (2002) afirma que a mediação – fato que acontece na interação entre produção dos produtos massivos, como a telenovela, e recepção dos mesmos – é também uma forma

⁹ Programa exibido de segunda a sexta-feira às 10h na programação da Rede Globo de Televisão – horário com uma audiência majoritariamente feminina.



de produção da subjetividade. Segundo a autora, a subjetividade não é universal, mas sim construída, pois por meio das mediações “injetam-se representações nas pessoas” (LOPES, M.; BORELLI, S; RESENDE, V., 2002, p.187).

Toda a produção que se dá nas telenovelas proporciona muitas vezes que a própria imagem descentre a importância da narrativa. Essas imagens parecem obrigar a mulher a investir no tipo de corpo veiculado 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”. Todo este arcabouço de elementos simbólicos vai contribuir para a produção da subjetividade. Esta subjetividade incide diretamente nas relações afetivas e na autoestima da mulher e, por conseguinte, na capacidade de atração ou sedução, de ser amada ou rejeitada, de ser uma mulher jovem e visível na sociedade, ou de ser uma mulher envelhecida e invisível na sociedade.

Mulheres em envelhecimento em *Insensato Coração*

Consciente da não neutralidade da linguagem na televisão, visto que a entrada no simbólico é irremediável, não há como não interpretar as imagens e o discurso envolvido nas telenovelas. Em função deste fato, a utilização de técnicas da Análise de Imagem aliada a Análise de Discurso, será fundamental para auxiliar no alcance do objetivo desta pesquisa, o de entender de que maneira estas mulheres são representadas na telenovela, e como se dá a relação destas com seus corpos. 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 (figurino, cenário, diálogos e demais recursos que constroem explicitamente a imagem das personagens) e os elementos não-verbais (recursos que, implicitamente, compõem o ambiente da mesma) incorporados na trama de *Insensato Coração*.

A telenovela *Insensato Coração* que teve início em janeiro, integra o horário nobre da Rede Globo, compondo o horário da “novela das oito” – famoso horário partilhado na cultura midiática brasileira (LOPES, 2010). Como todas as telenovelas



brasileiras, ela conta com histórias de amor, traição, vingança, dentre outras questões. Mas o que está em análise não é o enredo como um todo, mas sim a análise de algumas personagens que se encontram na fase de envelhecimento explicitada anteriormente neste artigo.

Ao todo nove personagens femininas se enquadram na faixa etária dos 40 aos 60 anos de idade, sendo a maioria da classe social média e alta. São elas: Clarice Cortez (Ana Beatriz Nogueira), Eunice Machado (Deborah Evelyn), Wanda Brandão (Natália do Vale), Norma Pimentel (Glória Pires), Haidê Batista (Rosi Campos), Sueli Brito (Louise Cardoso), Jandira Mesquita (Cristina Galvão), Daisy Damaceno (Isabela Garcia), Gilda Amaral (Helena Fernandes). A aproximação da idade foi realizada por meio da observação das próprias histórias, somando-se a idade dos filhos a uma idade possível para a concepção dos mesmos. Portanto, a idade utilizada nesta pesquisa é apenas uma aproximação da idade concreta que cada personagem realmente apresenta. As duas últimas personagens citadas – Daisy e Gilda – possuem filhos adolescentes, portanto podem se enquadrar com 40 anos ou um pouco menos, neste caso, elas serão tratadas como mulheres adentrando o processo de envelhecimento, onde as preocupações corporais já têm início. Importante citar também a aparição de Gisela (Ângela Vieira) e Catarina Diniz (Vera Fischer) que tiveram uma participação especial durante alguns capítulos da trama.

Tomando como variável a questão de classe social – entendida como importante na construção da subjetividade, visto que ela auxilia na criação do ser social – é possível perceber certas diferenças entre as personagens. As personagens de classe alta apresentam um corpo mais próximo ao corpo hegemônico: magro e jovem. O rosto não possui rugas, nem traços que demonstrem as linhas do tempo. Nem mesmo as mãos, o colo ou os ombros apresentam alguma marca da idade. A pele é lisa e os músculos são rígidos. Estas personagens não possuem carreira profissional, ficando com o tempo todo disponível para os cuidados com o corpo. Já as personagens de classe baixa, que trabalham, pois a situação financeira da casa depende exclusivamente delas – que não possuem marido ou companheiro para auxiliar nas despesas – possuem um corpo um pouco mais próximo da idade em que se encontram. Possuem rugas e marcas de expressão no rosto, pescoço, braços e mãos, e estão acima do peso. Mas estes quase sempre ficam tampados pelos figurinos de mangas médias e longas.

Alguns elementos não-verbais podem ser considerados neste início. O fato das mulheres de classe alta terem um corpo “ideal”, de acordo com o modelo, faz com que



elas tenham um companheiro, enquanto que as de classe baixa, que tem um corpo que se aproxima do “ideal”, não tem companheiro, e suas preocupações giram em torno do sustento da família, dos cuidados com os filhos. É como se as mulheres de classe alta assumissem prioritariamente o papel de esposa, enquanto as de classe baixa assumissem o papel de mãe. O próprio figurino das personagens enaltece suas formas corporais. Enquanto as personagens de classe alta usam roupas ajustadas e acinturadas, as outras utilizam camisetas e roupas mais largas – num intuito de esconder aquilo que não está de acordo com a norma, com o modelo a ser seguido.

A mídia reforçou a participação do corpo físico na constituição da subjetividade de dois modos. Primeiro, pela propaganda comercial de cosméticos, fármacos e instrumentos de aperfeiçoamento da forma corporal; segundo, pela identificação de certos predicados corporais ao sucesso social. O último aspecto é fundamental. Assim, a corrida pela posse do corpo midiático, o corpo-espetáculo, desviou a atenção do sujeito da vida sentimental para a vida física. Criaram-se uma nova educação dos sentidos, uma nova percepção da morfologia e das funções corporais que tornaram o bem-estar sensorial um sério competidor do bem-estar sentimental (VILLAÇA, 2007, p. 140).

Essa identificação do corpo “ideal” ao sucesso pode ser bem percebida com a análise da personagem Norma (Glória Pires), que ao mudar o seu visual muda também o seu “eu”, sua subjetividade. Após um confronto desastroso com seu inimigo, ela percebe que precisa mudar, se tornar mais forte para combatê-lo. E o caminho que ela encontra para essa mudança é por meio da mudança corporal. No diálogo com uma amiga ela diz:

A Jandira tem razão, eu tenho que cuidar da minha aparência. Eu tenho que me sentir segura. Eu tenho que ter atitude. [...] Ela deixou tudo marcado [nas revistas femininas], as dicas todas. E amanhã eu vou sair, eu vou comprar roupa, eu vou comprar maquiagem, eu vou cortar o meu cabelo. Eu tenho que me sentir muito forte pra enfrentar ele¹⁰.

Percebe-se que sua subjetividade é totalmente afetada pela sua aparência física, que ao mesmo tempo é modelada pela mídia. Norma ao mudar suas roupas, seu cabelo, se maquiar, se sente uma mulher mais forte e mais segura, tendo mais confiança em si, aumentando assim sua autoestima. Mesmo aparentando uma mulher em envelhecimento, ela não se abate, pois agora que está com um “corpo novo”, portanto,

¹⁰ Cena do capítulo 101, exibido no dia 13/05/2011. Disponível em:
<http://insensatocoracao.globo.com/personagem/norma-pimentel.html#cenas/1508974>



nada é capaz de enfraquecê-la. Essa nova Norma não aparenta mais as rugas e marcas de expressão que a antiga Norma aparentava. Com sua nova aparência ela consegue se inserir na alta sociedade, e consegue até mesmo se casar com um homem de classe alta, considerado como “bom partido” na trama. Até mesmo a entonação de voz e a maneira de falar mudam quando Norma assume seu novo corpo.

Além da variável classe social, outra questão que pode ser também analisada é a variável gênero. Além de toda a representação imagética do corpo, tem-se também este influenciando nas relações de gênero. A personagem Clarice Cortez (Ana Beatriz Nogueira) – uma “senhora” elegante e fina da alta sociedade – é casada com um famoso banqueiro, Horácio Cortez, que demonstra ser um marido bastante amoroso. Ele a elogia sempre, fazendo questão de enaltecer as suas qualidades físicas:

Cada vez que eu te olhava no meio daquela gente toda eu pensava: aquela mulher elegante, charmosa, sensual, encantadora, é minha¹¹.

Por este diálogo se percebe o valor que é dado às características físicas da personagem, ao seu corpo, e, mais uma vez, a subjetividade que forma uma mulher fina, elegante, é moldada pelo corpo que esta possui. Em nenhum momento outras características, como inteligência ou abnegação, por exemplo, são enaltecidas ou nem mesmo citadas, mesmo a personagem sendo engajada em causas sociais, seus únicos atributos passíveis de elogio continuam sendo o do corpo físico.

Clarice, mesmo tendo esse marido amoroso que a enche de elogios, descobre durante a trama, uma traição do mesmo com uma mulher bem mais jovem. Ao se aconselhar com uma amiga ela comenta o fato, dizendo não concordar, mas entender a situação. A amiga com quem Clarice conversa diz:

Eu não entendo como uma mulher *ainda* bonita, moderna, se submeta a essas humilhações.¹²

Destaque para a palavra “ainda” no diálogo: como se Clarice fosse privilegiada mantendo o corpo que tem com a idade que possui. Clarice então tenta justificar a atitude do marido:

O Horácio [...] é um marido gentil, amoroso. Ele é dedicado. Essas aventuras não significam nada pra ele. Nada. É só necessidade de autoafirmação, é medo do envelhecimento. Você sabe como é que é. Ele não duram, duram muito pouco. O que importa mesmo pro Horácio, o

¹¹ Cena do capítulo 31, exibido no dia 21/02/2011. Disponível em:
<http://insensatocoracao.globo.com/personagem/clarice-cortez.html#cenas/1442003>

¹² Cena do capítulo 28, exibido no dia 17/02/2011. Disponível em:
<http://insensatocoracao.globo.com/personagem/clarice-cortez.html#cenas/1438831>



que conta é a família. [...] O Horácio ficaria perdido sem mim, eu tenho certeza. [...] Sem ele minha vida não teria o menor sentido¹³.

Ou seja, ela tenta justificar falando que o marido “tem medo do envelhecimento” e que “precisa de autoafirmar”. A reflexão é: e a mulher? Não precisa se autoafirmar? Qual seria a atitude do marido se a traição fosse por parte dela? Ele teria a mesma condescendência?

O diálogo deixa claro que para a mulher apenas um corpo “ainda” bonito e jovem, e a presença de um companheiro, de uma família completa acima de tudo, basta para ela se livrar do envelhecimento, e continuar tendo uma vida jovem e moderna. Mas para o homem é permitido se “autoafirmar”, se relacionar extra-conjugalmente para provar à sociedade que ele ainda é viril, jovem, e másculo. E a mulher, cabe apenas entender as atitudes do marido que “tem medo de envelhecer”.

As diferenças estabelecidas no processo de envelhecimento do homem e da mulher se tornam cada vez mais díspares. E essas disparidades são reforçadas e naturalizadas a cada dia pela mídia. As telenovelas como representantes do cotidiano brasileiro, fazem com que esses estereótipos e esses valores sejam oferecidos a sociedade de uma maneira natural, de forma a promover uma aceitação sem questionamentos. O fato das personagens de *Insensato Coração* estarem representando o período de envelhecimento feminino afeta o imaginário de quem está recebendo as imagens e o discurso da trama. No momento em que as personagens que obtiveram “sucesso” – onde a mulher que tem sucesso é aquela que conseguiu arrumar um marido, de preferência rico e que possa sustentá-la – possuem um corpo magro, jovem, sem rugas, e sem “defeitos”, o discurso imposto é que para se ter sucesso, ser uma mulher forte, segura, moderna, a mulher precisa consumir aquele tipo de corpo. Ao contrário, as personagens que não alcançaram o “sucesso” estão acima do peso (mesmo que apenas um pouco) e já possuem traços e sinais do envelhecimento pelo corpo. Talvez por isso não tenham conseguido se casar, pois o corpo não está de acordo com o exigido pela mídia e pelo “mercado afetivo-sexual” (GOLDENBERG, 2009).

Considerações finais

A representação da mulher em envelhecimento na mídia, particularmente na telenovela, com o reforço e naturalização dos valores de juventude e magreza, não

¹³ Cena do capítulo 28, exibido no dia 17/02/2011. Disponível em:
<http://insensatocoracao.globo.com/personagem/clarice-cortez.html#cenas/1438831>



acontece ao acaso. Toda uma indústria da beleza vem sendo construída para que a mulher adote um novo estilo de vida, retardando ao máximo a chegada do envelhecimento. A ideia de uma mulher forte, bela e jovem, atende mais a uma lógica do mercado de consumo do que a uma tentativa de dar maior visibilidade a mulher que passa por esse período. “Os indivíduos consomem, porque aprenderam a associar consumo à felicidade” (COSTA, 2004, p.137). Consumir um determinado corpo – ou meios que façam chegar à ele – vai representar para a mulher uma maneira de apropriação simbólica da juventude, trazendo uma sensação de “status” e felicidade.

A telenovela consegue fomentar o consumo deste mercado da beleza de forma implícita – diferente de um simples comercial de televisão. Isso acontece porque “a telenovela passa a tratar os temas com uma forte representação naturalista, em que o discurso é identificado [como] própria realidade/verdade, o que faz com que ela ganhe verossimilhança, credibilidade e legitimidade enquanto ação pedagógica” (LOPES, 2010, p.18). Por meio de seu enredo e de suas imagens, ela vai criando e expandindo novas necessidades que levam ao consumo. E a maior necessidade que se encontra – e que foi objeto de investigação deste artigo – é a de permanecer sempre jovem, tendo o corpo como *locus* para transparecer todo esse valor. A juventude passa de um valor para um bem, que pode ser consumido e conquistado em qualquer etapa da vida, bastando para isso a adoção de formas e estilos de vida adequados. Agindo dessa maneira, a mulher em envelhecimento foge da responsabilização e da culpa que a ronda por se deixar envelhecer.

O que é preciso reconhecer, e que a mídia camufla, é que mesmo adotando um estilo de vida saudável e consumindo meios de se conservar o corpo sempre jovem, a mulher irá impreterivelmente se deparar com as limitações próprias e inevitáveis do envelhecimento. E, como já mencionado, a mulher que se deixa envelhecer acaba sendo responsabilizada como se o envelhecimento fosse ato de sua própria negligência. Portanto, é negado à ela o direito de envelhecer. Direito que não é negado ao homem, a quem são impostos valores diferenciados, ligados a inteligência, ao charme do amadurecimento, e ao lado profissional. Outra questão é a disparidade existente entre as classes sociais, explicitada durante a análise de *Insensato Coração*.

Para concluir, se faz necessária uma apreensão do envelhecimento de maneira mais adequada a realidade da categoria, ou seja, um processo comum a todos, marcado por perdas e mudanças, porém propício a novas conquistas geradas pela experiência pessoal vivida e os saberes acumulados, oferecendo assim oportunidade de realizar



projetos abandonados em outras etapas da vida. A mulher deveria tentar se libertar e investir em outras formas de construção da subjetividade que não passasse apenas pelo corpo.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- _____. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.
- COSTA, J. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. 4.ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- DEBERT, G. **A reinvenção da velhice: Socialização e processos de reprivatização do envelhecimento**. São Paulo: Edusp, 1999.
- _____. O velho na propaganda. In: **Cadernos Pagu**. Campinas-SP, n.21, p.133-155, 2003.
- _____. A dissolução da vida adulta e a juventude como valor. In: **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 16, n.34, p.49-70, jul./dez. 2010.
- FISCHER, R. Mídia e educação da mulher: modos de enunciar o feminino na TV. In: FUNCK, S.; WIDHOLZER, N (orgs.). **Gênero em discursos da mídia**. Santa Cruz do Sul, SC: EDUNISC, 2005. p. 245-269.
- FREIRE FILHO, J. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 28, p.18-29, dez. 2005.
- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- GOLDENBERG, Mirian. **Coroas: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade**. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- IBGE (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA). **Sinopse do censo demográfico 2010**. Disponível em: <
<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/sinopse.pdf> > Acesso em 30 abr 2011.
- INSENSATO CORAÇÃO – TELENVELA. Aut. Gilberto Braga e Ricardo Linhares. Dir. Dennis Carvalho e Vinicius Coimbra. Rio de Janeiro, 2011 – 2011. TV Globo.
- KELLNER, D. **A Cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.
- LEMONS, R. **A idade da loba**. São Paulo: Globo, 1995.
- LOPES, M.; BORELLI, S; RESENDE, V. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus Editorial, 2002.
- LOPES, M. Telenovela como recurso comunicativo. In: **Matrizes**. São Paulo, n° 1, ano 3, p.21-47, ago/dez 2009.



_____. Telenovela e direitos humanos: a narrativa de ficção como recurso comunicativo. In: **Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2010, Caxias do Sul-RS. 2010.

MENDONÇA, M. Cidadania tem idade? Reflexões sobre o envelhecimento no Brasil. In: **Anais do XIX Encontro da Compós**, 2011, Porto Alegre – RS. 2011.

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

REIMÃO, S. **Em Instantes**: notas sobre programas na TV brasileira (1965-2000). São Bernardo do Campo, SP: Metodista, 2006.

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.