



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

A VIDA COMEÇA AOS 70: OS DISCURSOS DA MÍDIA SOBRE O ENVELHECIMENTO

Maria Emmanuele Rodrigues Monteiro*
(UESB)

Maria Regina Baracuhy Leite**
(UESB)

RESUMO

Objetivamos, neste artigo, analisar como a noção de corpo é discursivizada pela mídia impressa, enquanto mecanismo de ratificação de um modelo de beleza, que desloca os sujeitos e constrói identidades de inclusão e silencia as particularidades do corpo velho, fomentando o consumo de tecnologias médicas e cosméticas; e investigar como é feita e qual tipo de operação é realizada com a memória social e coletiva pelas imagens da velhice numa sociedade que está submetida a uma “ordem do olhar”. Para tanto, teremos como o escopo teórico da Análise do Discurso de tradição francesa, praticada no Brasil. Nosso *corpus* será composto por duas capas da revista *Alfa* publicadas em julho de 2012 e março de 2013. Metodologicamente, este trabalho está inserido no quadro proposto pela abordagem qualitativa que tem como marca a interpretação.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso. Corpo. Mídia.

* Professora de Língua Portuguesa da EEEFM Maria Honorina Santiago, Mestre em Linguística, aluna de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal da Paraíba, membro do Círculo de Discussões em Análise do Discurso - CIDADI. E-mail: emmanuelemonteiro_jp@yahoo.com.br.

** Doutora em Linguística. Docente do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da Universidade Federal da Paraíba. Atua na Pós-Graduação de Linguística – PROLING, onde desenvolve pesquisas sobre discurso, mídia e construção de identidades, coordenadora do Círculo de Discussões em Análise do Discurso - CIDADI. E-mail: mrbaracuhy@hotmail.com.



MUSEU PEDAGÓGICO

ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

INTRODUÇÃO

Com o aumento da expectativa de vida e o advento do discurso gerontológico, foi construída a necessidade de uma “velhice ativa”. Então, ser discursivamente “velho” / “idoso” passou a apresentar outras nuances além daquelas ratificadas a partir de traços identitários que desvalorizam essa posição sujeito e, que de acordo com Guita Debert (1997, p.40), “dão uma configuração específica à organização de mercados de consumo e à articulação de demandas políticas”. Esse sujeito idoso, agora vive o momento da “espetacularização da sociedade” e do “culto ao corpo” em que a imagem corporal constituída para os idosos atende a determinadas regras estéticas e de consumo.

Essa mudança de perspectivas de enxergar a velhice afetou, também, esses sujeitos sob o aspecto linguístico, pois para designar o “sujeito portador de um corpo velho” passou-se a adotar certos termos em lugar de outros, em função de uma ordem discursiva determinada. Assim, esse artigo tem como objetivo analisar como a noção de corpo é discursivizada pela mídia, enquanto mecanismo de ratificação de um modelo de beleza, que desloca os sujeitos e constrói identidades de inclusão e silencia as particularidades do corpo velho, fomentando o consumo de tecnologias médicas e cosméticas; e investigar como é feita e qual tipo de operação é realizada com a memória social e coletiva pelas imagens da velhice numa sociedade que está submetida a uma “ordem do olhar”. Para tanto, perpassaremos pelas noções foucaultianas de discurso, dispositivo, enunciado e biopoder. Procedemos dessa forma, pois quando Michel Pêcheux formulou e desenvolveu a Análise do Discurso⁶⁹³, ele colocou a linguagem verbal e o discurso político como seus objetos prioritários de análise e não a produção discursiva imagética midiática, objeto pelo qual transitaremos.

⁶⁹³ Cf. PÊCHEUX, M. **O Discurso: estrutura ou acontecimento**. [Trad. Eni P. Orlandi] 5.ed. Campinas – SP: Pontes Editores, 2008.



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

Nosso *corpus* será composto por duas capas da revista *Alfa*, publicadas em julho de 2012 e março de 2013 e que trazem, respectivamente o empresário Abílio Diniz e o cantor Roberto Carlos, ambos maiores de 70 anos. Dessa forma, investigaremos o corpo idoso como um objeto semiológico, imbricando as linguagens verbal e não verbal das capas da revista *Alfa*. Esse corpo idoso exposto nessas capas “enuncia a verdade que preconiza sobre o homem de nosso tempo” (MILANEZ, 2011, p.200). Uma verdade que traz as marcas do consumo, da virilidade e da produtividade contínua como forma de inclusão identitária pelo discurso midiático sobre a velhice.

A Lei nº 10.741 de 01 de outubro de 2003, o Estatuto do Idoso, é destinada a regular os direitos assegurados aos sujeitos a partir dos 60 anos de idade, fase em que, geralmente, se encerra o período economicamente ativo, com a aposentadoria. Mas o fenômeno do aumento da longevidade, devido aos avanços tecnológicos e sanitários ocorridos nas últimas décadas do século XX, faz com que a prática de se aposentar aos sessenta anos ganhe ares de precocidade, principalmente, porque os “velhos” costumam ultrapassar e muito essa faixa etária, em boas condições físicas e mentais.

O aumento da população de idosos põs em evidência uma série de problemas relacionados à velhice, que dizem respeito tanto ao ponto de vista médico, que se baseia no tipo de biopoder que tem como foco **o corpo em espécie**, quanto ao socioeconômico, que está relacionado à biopolítica.

O biopoder, que visa ao **corpo em espécie**, tem como procedimentos as políticas sociais relativas à natalidade e à mortalidade associadas ao aumento da longevidade, do culto ao corpo saudável, incluindo práticas esportivas e o estímulo, principalmente da mídia, à busca de técnicas médicas de rejuvenescimento. Dessa forma, as disciplinas do corpo e uma biopolítica da população formam os dois centros sobre os quais se desenvolveu a organização do poder sobre a vida.



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

Este biopoder, sem a menor dúvida, foi elemento indispensável ao desenvolvimento do capitalismo, que só pode ser garantido à custa da inserção controlada dos corpos no aparelho de produção e por meio de um ajustamento dos fenômenos da população aos processos econômicos. (FOUCAULT, 1999b, p. 132)

De acordo com o autor supracitado, em seu livro **Em defesa da Sociedade** (2005), as transformações sofridas entre os séculos XVII e XVIII pelas tecnologias do poder criaram uma nova forma dessas tecnologias, que não exclui a técnica disciplinar, mas que a integra e a modifica, pois ocupa outro nível e utiliza instrumentos diferentes. A categorização da população, da higiene, da saúde pública, da segurança (com o seu instrumento e que tanto continua a normalizar o corpo: a polícia), farão parte desta nova forma de exercício do poder: a biopolítica.

Foucault classifica o processo de regulamentação da população pela biopolítica em três domínios: a questão da natalidade, da mortalidade e da longevidade, ou seja, é preciso fazer a vida se estender ao máximo a partir da qualidade da higiene pública. Apartir do problema da velhice e dos acidentes e doenças, surgiram as instituições de assistência, os seguros, as poupanças; por fim, a preocupação com o espaço, com a organização da cidade.

Há, ainda, uma demanda discursiva sobre a velhice, que tem como ponto de apoio o entrecruzamento dos discursos da Mídia e da Medicina Geriátrica, o segundo embasando o primeiro, e que apontam para dispositivos, no sentido foucaultiano do termo, que “tem sua eficácia, seus resultados, que produz algo na sociedade, que está destinado a ter um efeito⁶⁹⁴”, normalizando/normatizando através de mecanismos discursivos o que é ser velho (a)/idoso (a) no século XXI e quais funções esses sujeitos podem e devem exercer na sociedade.

Tendo em vista que “os discursos sobre o envelhecimento” é um tema bastante amplo, focalizamos as práticas discursivas e os regimes de verdade que embasam e possibilitam os discursos sobre o envelhecimento que circulam nos

⁶⁹⁴ FOUCAULT, M. Ditos e Escritos II, p. 636 *Apud* VEYNE, 2011.



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

textos publicitários, suportados nas capas da Revista Alfa que tem como público-alvo sujeitos com poder aquisitivo variando entre média e alta renda, e, portanto, é para essa faixa econômica que os discursos midiáticos sobre essa posição sujeito idoso estão direcionados, pois esses sujeitos têm o tempo e o dinheiro necessários à aquisição de produtos e serviços que tratam a beleza e a juventude como bens a serem consumidos.

Ao analisarmos um discurso, estamos levando em conta uma totalidade e uma superabundância para onde cada elemento (instituições, práticas e significações) converge e transborda. Isso é possível, pois os discursos se manifestam e se disseminam através das práticas. Já os enunciados, mesmo que sejam os mesmos, ao serem proferidos em um momento diferente, tornam-se outros, devido à sua historicidade.

Michel Foucault (1972, p.147) diz que prática discursiva “é um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram em uma época dada [...] as condições de exercício da função enunciativa”. Dessa forma, é através de práticas discursivas, tais como a repetida aparição, na mídia, nas duas últimas décadas do século XX, com maior ênfase, de fórmulas para permanecer jovem, que se ratificam estereótipos e se constroem identidades para os velhos.

Em nossa sociedade, é por intermédio da mídia, que as construções identitárias para a velhice se tornam um acontecimento. Devido à maior circulação e a consequente reiteração dessas construções identitárias, os *mass media* (televisão, rádio, imagem, internet, etc.) “transformam em atos aquilo que não teria sido senão palavra no ar, dão ao discurso, à declaração, à conferência de imprensa a solene eficácia do gesto irreversível” (NORA, 1995, p.182).

De acordo com Foucault (1999a, p. 23), em um momento bem específico, determinados enunciados surgidos acabam permanecendo e se conservando, pois, nas sociedades, os discursos ocupam níveis diferentes: os que ocorrem durante os



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

dias e as trocas, valendo a presença de quem os pronunciou, e os que surgem de determinados novos atos de fala, cujos discursos são recontados à exaustão, sofrendo pequenas modificações no que diz respeito às fórmulas, textos e conjuntos ritualizados.

Em nossa cultura, um bom exemplo desse tipo de discurso, que se repete à exaustão, são os contos de fadas. Desde tempos imemoriais, essas narrativas podem ser acionadas de diversas maneiras, dependendo do que for o “verdadeiro” da época.

Os discursos jurídico, religioso e pedagógico são chamados de “fundadores”, pois “para além de sua formulação, são ditos, permanecem ditos e estão ainda por dizer” (FOUCAULT, 1999a, p. 22), e que assim, realizam uma função de credibilização dos discursos na produção simbólica de uma sociedade. O discurso fundador estabelece as condições de formação de outros discursos, sendo fundamental no processo de construção identitária de uma cultura, de uma etnia, de uma nacionalidade. Dessa forma, esse tipo de discurso é um conceito empregado para se compreender a instauração do espaço discursivo que propiciou a reiteração do estereótipo da vovozinha, enquanto lugar e construção identitária.

Esse deslizamento das construções identitárias sobre o envelhecimento está diretamente relacionado com o “regime de verdade” de nossa época, ou seja, os mecanismos que permitem distinguir e/ou caracterizar os enunciados sobre a velhice, que circulam na mídia, como verdadeiros ou falsos. Dessa forma, é a mídia que está encarregada de fabricar o verdadeiro, em relação aos discursos sobre o que é se tornar velho.

Iniciamos essa seção, tendo como foco o enunciado que é a unidade mínima possível de ser recortada do arquivo sendo

... uma função de existência que pertence, em particular, aos signos, e a partir dos quais pode-se decidir em seguida, pela análise ou pela intuição, se fazem sentido ou não, segundo que regras se sucedem ou se justapõem, de que são signo, e que



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

espécie de ato se encontra efetivado por sua formulação (oral ou escrita). (FOUCAULT, 1972, p.108)

Procedemos assim, por uma questão metodológica, pois ao reunirmos os enunciados presentes nas capas de Alfa e os que estão presentes no *site* dessa revista e que dizem respeito ao “chamamento” para cada uma das edições, permitem delinear um trajeto que acaba por construir, através de uma espécie de manual, um certo tipo de identidade para a velhice que é tida como mais lucrativa e agradável de ser apresentada pelas mídias em geral e que promovem um movimento de inclusão identitária para a velhice. Vejamos os dizeres que anunciam a capa do mês de julho de 2012:

A outra capa traz um relato exclusivo de Abílio Diniz. O empresário que transformou o Pão de Açúcar na maior rede varejista da América Latina, dando continuidade ao legado de seu pai, recebeu a redatora-chefe Carolina Tarrío e o editor Vicente Vilaradaga em sua casa, em São Paulo, para uma longa conversa e uma sessão de fotos com Mauricio Nahas. Abílio, bastante relaxado, falou do seu atual momento nos negócios, dos filhos, dos netos, de Beethoven (pois é) e, principalmente, do futuro. Aos 75 anos, não quer parar e não vai parar. Está terminando um ciclo para iniciar outro. (Grifo nosso.)

A Análise do Discurso, em sua terceira época voltou-se para os discursos do cotidiano e para os “homens com ‘h’ minúsculo”, principalmente devido à interseção com as teorias da Nova História. Mas isso não significa que as outras questões tenham sido abandonadas, mesmo porque, a Mídia utiliza-se de imagens de “homens com ‘H’ maiúsculo” para fazer reverberar os discursos e as ideias que a interessam, como é observado no excerto acima.

O sujeito escolhido para representar o ideal de sujeito idoso é a imagem do sucesso profissional e pessoal, é “o empresário que transformou o Pão de Açúcar na maior rede varejista da América Latina” e que “aos 75 anos, não quer parar e não vai parar. Está terminando um ciclo para iniciar outro”. Essa exaltação da

produtividade e da capacidade de consumo dos idosos modificou a imagem que vinha se estabelecendo desde a industrialização, quando não havia um sistema previdenciário que garantisse uma terceira idade financeiramente tranquila, assim, ser velho adquiriu um outro *status* social, deixando de ser um peso para a família e passando, não só a colaborar com os rendimentos, mas também a gerenciar os bens da família.

Figura 6 Revista Alfa, julho de 2012

Figura 5 Época, 16 de jan. de 2012



DOIS SISTEMAS

Aposentados jogam cartas no Rio de Janeiro. As diferenças entre o sistema público e o privado criam duas classes de aposentadoria para esses brasileiros



Mas não é apenas isso que a revista *Alfa* mostra: “*Alfa esteve na casa dele [Abílio Diniz] e ouviu seu plano B. A vida começa aos 75*”. Ela mostra um sujeito elegantemente trajado à beira da sua piscina, um rei em seu castelo. Imagem que



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

contrasta com a figura 1, em que idosos aposentados jogam cartas, símbolo da improdutividade e da inatividade dos sujeitos nessa faixa etária e que está cristalizado na memória social.

A capa a seguir exhibe um cantor “setentão” cheio de vitalidade, vejamos o “chamamento” do *site* da revista *Alfa* de março de 2013:

Quem é esse cara? Carrões esportivos, bíceps sarado, manias sob controle e o maior sucesso em 30 anos: Entramos na nova vida do rei Roberto Carlos, que tem motivos de sobra para voltar a sorrir. “Não dá para viver sem beijo na boca e sem sorvete”, diz ele, já beirando os 72 anos.

Michel Foucault, em **História** da Sexualidade I, postula que o regime poder-saber-prazer sustenta o discurso da sexualidade humana, levando em consideração as maneiras de se colocar o sexo em discurso. Assim, quando os redatores do *site* e da revista dão relevância ao enunciado: “*Não dá para viver sem beijo na boca e sem sorvete*”. O dispositivo da sexualidade põe à mostra um corpo idoso que [ainda] deseja e que não envelhece (cf. NAVARRO, 2011). Courtine (2008, p.10-11) diz que jamais o corpo íntimo, sexuado, conheceu uma superexposição tão excessiva, isso vem marcado na revista pelos vestígios deixados pelo “beijo na boca”, uma vez que quem beija na boca tem grandes chances de ter uma vida sexual ativa.



Figura 7 Revista Alfa, março de 2013

Com a capa cujas letras estão impressas em azul e branco, cores preferidas pelo personagem em questão, a revista *Alfa* questiona de maneira retórica “*Quem é esse cara?*” fazendo uma intertextualidade com o sucesso musical deste momento da carreira do cantor, “*Esse cara sou eu*”, para em seguida exibir o potencial de consumo e vitalidade desse sujeito a partir dos enunciados “*Carrões esportivos, bíceps sarado, manias sob controle e o maior sucesso em 30 anos*” e em caixa alta, enfatiza que essa é a nova vida do rei, sugerindo-nos que antes dos “carrões”, do bíceps sarado, do sucesso, ele estava levando uma outra vida. Será que ele estava ficando velho? Ou era sua imagem que estava deixando de ser relacionada à imagem do homem “alfa”? Provavelmente, as duas leituras são possíveis.

Kathryn Woodward (2003, p.10) afirma que “a construção da identidade é tanto simbólica quanto social”. Assim, observamos que as identidades construídas para o envelhecimento, são marcadas em suas constituições pelos questionamentos sobre a capacidade de trabalho dos sujeitos ou a falta dela: “**Aposentadoria? Bah!**”. Ser produtivo é essencial para não ser considerado velho e/ou ultrapassado. Em nosso *corpus*, as identidades produzidas, que se sobressaem, estão relacionadas ao comportamento de homens ao lidarem com o



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

envelhecimento e à maneira como os sujeitos que realizam o trajeto de leitura da revista Alfa tomam contato com o dispositivo da sexualidade na velhice e a exposição de pessoas famosas para embasar os mecanismos que tornam a beleza e a juventude um produto a ser consumido.

REFERÊNCIAS

DEBERT, G. G.. *A Invenção da Terceira Idade e a Rearticulação de Formas de Consumo e Demandas Políticas*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, SÃO PAULO, v. 12, n.34, p. 39-56, 1997.

COURTINE, J.J.. Apresentação. In .: CORBAIN, A. ; COURTINE, J.J. ; VIGARELLO, G. **História de Corpo**. As mutações do olhar : século XX. Petrópolis : Vozes, 2008.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Foucault e Pêcheux na análise do discurso: diálogos e duelos**. São Carlos, SP: ClaraLuz, 2004.

FOUCAULT, Michel. **Em Defesa da Sociedade**. Trad. de Maria E. Galvão. SP: Martins Fontes, 2000.

_____. **A ordem do discurso**. 5 ed., São Paulo: Edições Loyola. 1999a.

_____. **História da sexualidade 1: a vontade de saber**. 13. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1999b.

_____. **A arqueologia do saber**. 3 ed., Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1972.

REVISTA ALFA. Acessada em 15/04/2013. Disponível em: <http://revistaalfa.abril.com.br/estilo-de-vida/carta-do-editor/atletas-legados-e-novidades/>.

REVISTA ALFA. Acessada em 15/04/2013. Disponível em: <http://revistaalfa.abril.com.br/estilo-de-vida/sociedade/nao-da-para-viver-sem-beijo-na-boca-diz-roberto-carlos-capa-da-alfa-de-marco/>.

MILANEZ, Nilton. *Materialidades da Paixão: sentidos para uma semiologia do corpo*. In.: SARGENTINE, V.; CURCINO, L.; PIOVEZANI, C.; (orgs.). **Discurso, Semiologia e História**. São Paulo: Claraluz, 2011. p.197-222.

NAVARRO, Pedro. *Enunciado, Subjetivação e Melhor Idade*. In.: ESTUDOS LINGÜÍSTICOS, São Paulo, 40(3): p.1551-1561, set.- dez. 2011.

VEYNE, Paul. **Foucault: seu pensamento, sua pessoa**. [trad. Marcelo Jacques de Moraes] Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

WOODWARD, Kathryn. *Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual*. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.), **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 2 ed., Petrópolis – RJ: Vozes, 2000.



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

CORPO E ESTEREÓTIPO: O NÓ DA VIRILIDADE NA TELENOVELA *O ASTRO*

Victor Pereira Sousa*
(UESB)

Nilton Milanez**
(UESB)

RESUMO

Nesse estudo, investigamos a configuração de seis personagens masculinos da segunda versão de *O Astro* (Rede Globo, 2011, 23h), observando as estratégias de produção das imagens, ou seja, os recursos de enquadramento, ângulo, posições em que os corpos dos personagens aparecem na câmera, entre outras, consistindo materialidades imagéticas, que numa perspectiva discursiva, são passíveis de repetições. Entrelaçamos as Teorias do Discurso e do Cinema para pensarmos os entornos audiovisuais-discursivos da virilidade e mobilizamos também o conceito de corpo a partir dos estudos de Milanez (2009) e o de estereótipo conforme discutido por Amossy e Pierrot (2005). Nessa perspectiva, vemos em *O Astro* a atualização de um lugar de subjetivação para o homem construído a partir da reprodução de estereótipos masculinos dados a ver no corpo dos personagens, justamente numa época em que a hegemonia do viril é questionada e marcada por mudanças significativas.

PALAVRAS-CHAVE: Corpo. Estereótipos. Sujeito “astro”.

INTRODUÇÃO

Em todo começo encontramos-nos sempre posicionados num lugar onde as nossas ideias flutuam dispersas. A partir das nossas necessidades é que vamos

* Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, com pesquisa financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. Integrante do Laboratório de Estudos do Discurso e do Corpo – Labedisco/UESB. E-mail: victor.ps1984@gmail.com.

**Professor Titular da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, campus de Vitória da Conquista, no Programa de Pós-Graduação em Memória, Linguagem e Sociedade e Programa de Pós-Graduação em Linguística. Coordenador do Laboratório de Estudos do Discurso e do Corpo/UESB, no qual desenvolve o Projeto de Pesquisa *Materialidades do corpo e do horror* e o Projeto de Extensão *Análise do discurso: discurso fílmico, corpo e horror*. E-mail: nilton.milanez@gmail.com.