

**Culto ao corpo e envelhecimento na pós-modernidade:
padrões de beleza e discursos no Instagram**

*Cult of the body and aging in postmodernity:
beauty standards and discourses on Instagram*

Marília Diógenes MOREIRA¹

Josenildo Soares BEZERRA²

Resumo

Pretende-se discutir neste artigo a construção social do corpo feminino e seu envelhecimento na pós-modernidade. Desse modo, trazemos uma discussão acerca dos padrões de beleza e do culto ao corpo em um contexto fortemente marcado pelo uso das mídias sociais. Assim, com a finalidade de compreender esse fenômeno na prática, propomos uma análise da rede de enunciações produzidas acerca do corpo a partir de uma publicação do Instagram, publicada pela página *Lovely MUA*, para apreender efeitos de sentido que traduzem tabus relacionados ao envelhecer. Para tanto, utilizamos a análise de discurso baseada em Foucault (2000) e (2014b) como ferramenta de análise, e recorremos aos pressupostos teóricos de Debert (1999), Sant'Anna (2014) e Sibilia (2012) para falar sobre a relação entre a beleza e o corpo velho. Verifica-se, por fim, uma produção discursiva que define a juventude como sinônimo de beleza, além de discursos que sugerem a alteração da aparência corporal visivelmente envelhecida.

Palavras-chave: Beleza. Culto ao corpo. Envelhecimento. Mídias sociais.

Abstract

The aim of this article is to discuss the social construction of the female body and its aging in postmodernity. Thus, we bring a discussion about the standards of beauty and the cult of the body in a context strongly marked by the use of social media. Therefore, in order to understand this phenomenon in practice, we propose an analysis of the network of enunciations produced about the body from an Instagram publication, published by the page *Lovely MUA*, to apprehend effects of meaning that translate

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Integra o Corpolítica: grupo de estudos interdisciplinares, práticas discursivas e política dos corpos (UFRN). E-mail: madiogenes3@gmail.com

² Doutor em Estudos da Linguagem pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Professor do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Coordenador do Corpolítica: grupo de estudos interdisciplinares, práticas discursivas e política dos corpos (UFRN). E-mail: soares.bezerra@gmail.com

taboos related to aging. For that, we used the discourse analyses based in Foucault (2000) and (2014b) as an analysis tool, and we used the theoretical concepts of Debert (1999), Sant'Anna (2014) and Sibilía (2012) to talk about the relationship between beauty and the old body. We verified, finally, there is a discursive production that defines youth as a synonym for beauty, in addition to discourses that suggest the alteration of visibly the aged body appearance.

Keywords: Beauty. Cult of the body. Aging. Social media.

Introdução

O envelhecer é um processo natural o qual não podemos evitar. Entretanto, a contemporaneidade está trazendo mudanças significativas para esse ciclo, principalmente no que diz respeito ao prolongamento da quantidade e qualidade de vida. Sabe-se que os inúmeros avanços do meio tecnocientífico trouxeram abundantes possibilidades para cuidar da saúde e preservar o corpo, o que resultou em um considerável aumento na expectativa de vida. Em consequência dessa intervenção técnica, as características biológicas da espécie humana se encontram cada vez menos intransigentes, de modo que os corpos humanos são capazes de muito mais durante um período bem mais extenso.

Além da longevidade, como aponta Debert (1999), temos a propagação do ideal que promove a velhice como uma fase gratificante, vibrante e produtiva, resultando em uma busca por parte dos idosos pela autoexpressão e pela exploração de identidades de uma maneira que antes era restrita à juventude. Esta novidade surge em uma conjuntura em que discursos amplamente divulgados pela mídia inclinam-se para desmistificar imagens tradicionalmente associadas ao envelhecer, enfatizando que este não é um marcador pertinente de comportamento, além de divulgar uma série de métodos e técnicas para a manutenção corporal que procuram mostrar como os que não se sentem velhos devem se comportar apesar da idade.

Assim, o idoso passa a integrar um novo público consumidor que, por sua vez, associa-se a uma imagem renovada do envelhecer que difere dos paradigmas que carregam imagens de pessoas mais velhas como doentes, debilitadas e abandonadas em asilos. Ao mesmo tempo, temos a ascensão de padrões estéticos diretivos que definem a beleza como um modelo social que se respalda no corpo jovem, esbelto e firme

(LIPOVETSKY; SERROY, 2015), ou seja, em características que se distanciam do corpo naturalmente velho, especialmente em um período marcado pelas possibilidades de remodelar o corpo e conservar a aparência jovem, o que impulsiona o chamado culto ao corpo (CASTRO, 2007).

Logo, consideramos que existe um paradoxo entre a representação da velhice como um estágio gratificante e o surgimento de padrões de beleza que definem o corpo belo dentro de um protótipo que exige os atributos inerentes ao envelhecer. Partimos, então, do pressuposto de que, mesmo em uma época que melhorou e ampliou a qualidade e os estilos de vida para os idosos, a idade ainda é um elemento fundamental na construção social do corpo. Desse modo, pretendemos realizar uma análise da rede de enunciações produzidas acerca do corpo envelhecido a partir de uma postagem do Instagram, publicada pela página *Lovely MUA*³, para apreender efeitos de sentido que traduzem tabus relacionados ao envelhecer do corpo feminino na pós-modernidade, um período extremamente influenciado pelas fruições midiáticas, especialmente de caráter digital, que o envolvem.

Corpo, beleza e relações de poder

Conforme Villaça e Góes (1998), pode-se afirmar que o corpo e suas imagens representam um espaço de experimentação, expressão e automodelagem, exercendo um papel essencial na produção da subjetividade e nos movimentos de identificação e representação. O corpo se trata de um lugar de fascínio, sedução, criação de alianças, criatividade, humor e outras manifestações humanas. Como destacam os autores: “pensar o corpo hoje é pensar suas performances, seus limites, numa visão que o contemple como um dos elementos constitutivos do amplo universo semiótico, no qual se produzem as subjetividades” (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 29).

Foi apenas após a segunda metade do século XX que a visão sobre o corpo e suas possibilidades começou a mudar, na era do pós-industrialismo e pós-fordismo, visto que a mesma destacou a queda do capitalismo industrial, baseado na força do trabalho regrado e disciplinado. Tal fato acentuou o crescimento da indústria de serviços, que conseqüentemente alterou o estilo de vida da sociedade, trazendo os ideais

³ Perfil registrado no Instagram pelo usuário @lovely.mua. Link de acesso <<https://www.instagram.com/lovely.mua/?hl=pt-br>> acesso em 7 de agosto de 2020.

de consumo, lazer e bem-estar. A partir desse período, na chamada pós-modernidade, o corpo passa a assumir as mais variadas instâncias pessoais, interpessoais e coletivas, sendo considerado como meio de identidade e subjetividade (VILLAÇA; GÓES, 1998).

Particularmente marcada pela desconstrução do ideal de identidade fixa e imutável, a era pós-moderna, segundo Debert (1999) com base nos estudos de Harry R. Moody, é caracterizada pela informatização da economia, pela desmassificação dos mercados de consumo, da política, da mídia e da cultura, e pela mobilidade e multiplicidade dos estilos de vida, resultantes de uma cultura econômica baseada mais no consumo do que na produtividade. Logo, o corpo passa a representar muito mais do que uma simples estrutura física para viabilizar a vida e a produção em massa, tornando-se base do desenvolvimento da subjetividade dos sujeitos, além de representar uma espécie de fachada do ser humano, para qual os holofotes da sociedade de consumo estão sempre direcionados.

Apesar dos ideais que hoje perpassam a construção social do corpo serem assimilados à liberdade de autoexpressão, a relação de docilidade-utilidade atrelada à matéria humana ainda é perceptível nas diversas camadas da sociedade. Em seus estudos genealógicos, Michel Foucault constatou que “uma sociedade sem relações de poder nada mais é do que uma abstração” (FOUCAULT, 1994, p. 239). Para ele, as relações de poder são tão complexas que das mínimas ações às mais visíveis, do campo microfísico ao macrofísico, o exercício do poder se faz presente por meio da vigilância e do controle. Sem possibilidade de se livrar dessa dinâmica, as subjetividades são construídas com base nesses poderes, que por seu caráter hegemônico, tendem a normalizar e disciplinar os sujeitos e as massas através de um trabalho ininterrompível e interminável.

O corpo social, mesmo em suas instâncias mais subjetivas, surge por meio da materialidade do poder e suas inúmeras técnicas, que são consequência de processos sociais e históricos. Foucault (2019) ainda defende que o domínio e a consciência do próprio corpo só puderam ser adquiridos pelo efeito do investimento do corpo pelo poder, de modo que modalidades de manutenção, alteração e exaltação da forma física como a ginástica, os exercícios, o desenvolvimento muscular e a exibição da beleza corporal são advindas dessa dinâmica.

Por meio da exploração econômica, então, o poder oferece inúmeras alternativas para o sujeito trabalhar seu próprio corpo. Destarte, observa-se que surge “um novo

investimento que não tem mais a forma de controle-repressão, mas de controle-estimulação” (FOUCAULT, 2019, p. 236), especialmente em um contexto de domínio e vigilância constantes, vigilância essa responsável por produzir a intensificação dos desejos de cada sujeito pelo corpo e pela autoimagem.

O que se percebe hoje através dessa intenção de produzir individualidades por intermédio do controle dos corpos, é a banalização de modificações cada vez mais ousadas na aparência corporal, o que se deve também à irrefreável evolução da ciência. O demasiado uso de cosméticos, os procedimentos estéticos e as cirurgias plásticas representam apenas uma pequena parte dos recursos destinados a realçar a beleza dos corpos, que baseada em um ideal hegemônico enaltecido de um físico alto, magro, modelado, esguio e, sobretudo, jovem, tende a determinar a junção de tais características como um padrão que deve ser arduamente alcançado mediante um esforço enérgico dos indivíduos.

Além de definirem como o corpo deve ser e se portar, os padrões estéticos instigam uma sede de exposição da intimidade e da aparência física através da autopromoção. Tal dinâmica, conforme Sibilía (2016), se fortalece cada vez mais na contemporaneidade, e promovida pelas fruições midiáticas, configura certas formas de ser enquanto ajuda a evitar o surgimento de outras modalidades. Assim, especialmente no contexto em que vivemos, marcado pelo desenvolvimento dos aparatos tecnológicos e das formas de expressão e comunicação dos sujeitos, os modos ser e estar no mundo são bastante influenciados pela mídia. No caso do espaço cibernético, o aumento da visibilidade, muito perceptível nas redes sociais, e a conexão sem pausa, alavancada pelo vasto acesso à internet e pela disseminação dos aparelhos móveis, moldam formas de nos relacionarmos com nós mesmos, com os outros e com nossos corpos, inclusive no que diz respeito aos modos de exibição da forma física e do culto ao corpo.

Culto ao corpo e redes sociais

Conforme Castro (2007), o culto ao corpo define-se como um “tipo de relação dos indivíduos com seus corpos que tem como preocupação básica o seu modelamento, a fim de aproximá-lo o máximo possível do padrão de beleza estabelecido” (CASTRO, 2007, p. 17). A partir dessa dinâmica, diversas práticas para alinhar os corpos aos protótipos estéticos socialmente tidos como belos passam a ser exaltadas, como por

exemplo, as atividades físicas, o uso frequente de cosméticos, cirurgias plásticas, dietas e diversos outros artifícios. Assim, a cultura do narcisismo encontra sua maior forma de manifestação, alavancando uma busca frenética pela silhueta corporal perfeitamente harmônica às determinações sociais.

A mídia, nesse contexto, entra como uma peça-chave, principalmente por concretizar-se como um espaço onde diversos modelos, posicionamentos, comportamentos e estilos de vida são exibidos para uma legião de espectadores. Nesse sentido, Santaella (2004) afirma que a hipervalorização da construção corporal na sociedade contemporânea é instigada pelas imagens divulgadas nas mídias, que por sua vez, se responsabilizam por dar força ao imaginário, alimentando, assim, as ilusões do ego humano, já que estas instigam a imaginação e o desejo por determinadas existências.

Tomemos as redes sociais, em especial, o Instagram, como exemplo. A plataforma, que promove o compartilhamento de fotos e vídeos como conteúdo primordial, consagra-se cada vez mais como meio de exibição e glorificação corporal, trazendo, muitas vezes, por parte de seus usuários, a ostentação de um físico que se encontra em consonância com o protótipo de beleza socialmente valorizado. Para quem acessa esta rede frequentemente e que, através dela, tem contato com imagens relacionadas ao corpo, os ideais que o designam a uma estética normativa de beleza estão constantemente presentes.

Uma prova do sucesso da exposição do corpo nesta rede é o fato de que, entre os perfis mais seguidos do mundo⁴, estão os que pertencem a personalidades midiáticas que divulgam diariamente uma silhueta corporal magra, sarada e modelada, como o jogador de futebol Cristiano Ronaldo, pessoa mais seguida do Instagram, que reúne 247 milhões de seguidores. Logo atrás dele, estão a cantora Ariana Grande, o ator Dwayne Johnson e a empresária e influenciadora digital Kylie Jenner, todos detentores de corpos que agregam às suas respectivas carreiras.

Portanto, a palavra de ordem está nos perfis que funcionam como verdadeiros diários íntimos (SIBILIA, 2016), dividindo hábitos rotineiros, histórias de vida, gostos musicais e diversas outras idiossincrasias. Agora, com o avanço tecnológico e a conexão

⁴ *Descubra quais são os 15 perfis mais seguidos do Instagram!* disponível em <<https://rockcontent.com/br/blog/mais-seguidos-do-instagram/>>. Acesso em 06 de dezembro de 2020.

contínua, a proximidade, ou a falta dela, é resolvida em apenas um clique, de modo que os usuários são intimados a interagir, compartilhar, comentar e se exibir, tornando-se os principais produtores de conteúdo dentro de um processo que alimenta a exibição da vida e, conseqüentemente, do corpo.

Indústria da beleza e envelhecimento

É perceptível que a demanda de embelezamento está crescendo de maneira acelerada, mostrando um avanço considerável tanto na variedade quanto na qualidade dos produtos e procedimentos estéticos. As práticas e técnicas de manutenção da forma física impressionam pela sofisticação e pelos resultados aparentes, podendo remodelar o corpo humano às expectativas dos padrões de beleza estabelecidos. Isso tudo faz parte de um processo que vende o ideal de que é possível melhorar o corpo, sua aparência e sua performance ao modificá-lo, integrando um novo hábito de consumo que promove a beleza como algo que pode ser vendido para qualquer pessoa, de qualquer faixa etária.

Isso ocorre, segundo Lipovetsky e Serroy (2015), pois vivemos em uma era motivada por um consumo estético resultante de uma cultura individualista centrada no hedonismo, no bem-estar e na personalização de si. Em consequência de uma larga proliferação da oferta mercantil, os sujeitos são pressionados por um aumento das exigências de individualidade e de caracterização da imagem de si, que inevitavelmente ocorre a partir de um modelo de beleza imposto de fora para dentro e que é regado pelos ideais de pluralidade e subjetividade, transformando a beleza em uma prática narcísica de massa. Por conseguinte, o corpo adquiriu a forma de um projeto a ser construído, moldado e modificado.

Nesse sentido, Sant’Anna (2014, p. 175) argumenta que “os progressos nos âmbitos cirúrgico e estético reforçaram a ideia de que, com eles, qualquer um pode se adaptar ao mundo contemporâneo, melhorar a relação consigo e com os outros e, ainda, escapar ao fracasso, ao abandono e à solidão”. Em consequência disso, emerge um ideal que sugere a autonomia dos sujeitos sobre seus corpos, mesmo em uma época dominada pelas ordens da sociedade de consumo, ordens essas que definem um modelo de beleza diretiva, com base em uma silhueta corporal que é, sobretudo, jovem.

Ainda, conforme a autora, tal cenário é agravado em virtude do posicionamento midiático, que insiste em valorizar padrões de comportamento adaptados às

necessidades da sociedade de consumo emergente. Assim, o individualismo chega através do culto ao corpo e da massificação de um desejo pela silhueta perfeita, o que inclui ideais, principalmente acerca do corpo feminino, que supervalorizam uma aparência física sensual, modelada e sem sinais aparentes de envelhecimento.

Com a alta demanda de procedimentos e fórmulas para moldar o corpo, torna-se viável manter-se sem rugas, linhas de expressão, sinais, e outras marcas que denunciam a passagem da idade, visto que o corpo se transforma em pura plasticidade. Agora, o mercado traz a promessa de que é possível manter uma aparência jovem, de modo que a velhice, mais do que nunca, é vista como um desleixo. Como explica Debert (1999):

imperfeições não são naturais nem imutáveis, mas com esforço disciplinado e o uso das tecnologias pode-se conquistar a aparência desejada: as rugas ou a flacidez se transformam em indícios de lassitude moral e devem ser tratadas com a ajuda dos cosméticos, da ginástica, das vitaminas, da indústria do lazer (DEBERT, 1999, p. 78).

Entretanto, Debert (1999) também argumenta que é típica da cultura pós-moderna a promessa de que é possível escapar dos constrangimentos causados pelos estereótipos, das normas e dos padrões de comportamento baseado nas idades. A partir disso, nasce uma tentativa de desestabilizar expectativas e imagens tradicionalmente associadas ao avanço da idade com o objetivo de enfatizar que esta não é um parâmetro pertinente para definir comportamentos e estilos de vida. Conforme a autora, a tendência é transformar a representação do envelhecimento, especialmente em um período que eleva o idoso à público consumidor, como um processo repleto de novos começos e oportunidades a serem aproveitadas, ofuscando o ideal de que este é um processo negativo e marcado unicamente pelas perdas.

A pós-modernidade, portanto, trouxe novos aspectos para o envelhecer, de modo que a estrutura biológica que configura os corpos humanos, antes considerada rígida e imutável, entra em constante evolução em consequência dos inúmeros avanços científicos trazidos pela medicina e pela indústria da beleza. Por conseguinte, o indivíduo assume a plasticidade sobre seu corpo, podendo moldá-lo da maneira que bem entender. Com essa possibilidade, os hábitos de consumo tendem a mudar, incentivando o sujeito a se encaixar em um padrão estético aceitável e midiaticamente exaltado, o que resulta na cultura narcísica do culto ao corpo baseada nas aparências, nas imagens, no consumo estético e no compartilhamento da vida íntima.

Discursos e subjetividade

Em Foucault (2000), a prática discursiva é tida como “um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa” (FOUCAULT, 2000, p. 136). Assim, compreendemos que os discursos materializados através da linguagem criam novos campos de saber e são construídos a partir de um contexto sócio-histórico.

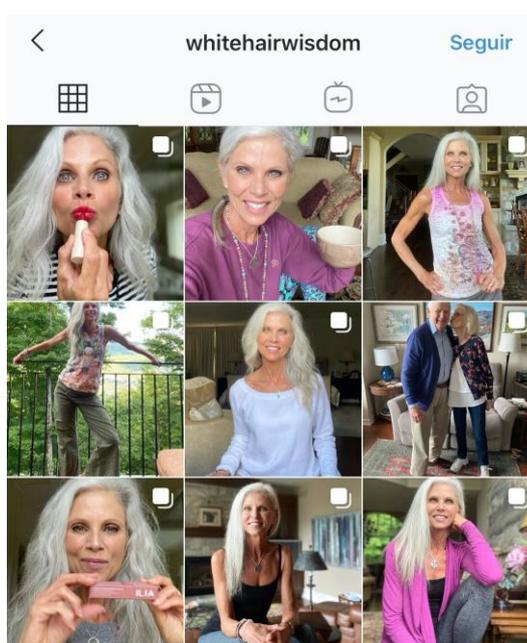
Para Foucault (2004), o discurso é responsável pela produção da subjetividade, que é produzida discursivamente através da exterioridade, uma vez que revela a inscrição do sujeito em um determinado contexto. Logo, compreendidos como materialidade discursiva, os enunciados revelam o exterior e o social, atuando na produção da subjetividade e determinando formas de comportamento dos sujeitos (FERNANDES, 2012). Consideramos aqui, portanto, que o sujeito é constituído por discursos historicamente concebidos e modificados, estando, assim como estes, em constante evolução.

Além da noção de discurso em torno do sujeito discursivamente produzido, propomos uma reflexão sobre práticas subjetivadoras possibilitadas pelo discurso, como a produção enunciativa em torno do corpo. Para tanto, utilizamos como ferramenta de análise discursiva os pressupostos de Foucault (2014b), que consideram que o discurso não é um elemento neutro, estando diretamente ligado às relações de desejo e poder. Entende-se, apesar disso, que “a troca e a comunicação são figuras positivas que atuam no interior de sistemas complexos de restrição; e sem dúvida não poderiam funcionar sem estes” (FOUCAULT, 2014b, p. 36). A forma mais superficial e mais visível desses sistemas de restrição é constituída pelo chamado “ritual”, responsável por definir quem é qualificado ou não para falar, além de definir comportamentos, circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso, determinando assim, os efeitos sobre aqueles aos quais é dirigido.

Com o objetivo de compreender as redes discursivas acerca da construção social do corpo, recorreremos a Foucault (2014b) para realizar a análise de enunciações presentes em um vídeo postado no Instagram. Este traz Lynn V (@whitehairwisdom), uma influenciadora norte-americana de 58 anos que possui mais de 150 mil seguidores

na rede, apresentando um tutorial de maquiagem. Principalmente por assumir seus longos fios brancos e por não disfarçar a idade – seus anos de vida estão explícitos em sua *bio* na rede social – Lynn timer entretém uma legião de espectadores com um conteúdo pautado em relatos diários de sua rotina, que se destaca pela prática de yoga e por uma rotina de beleza que inclui cuidados com a pele, alimentação balanceada e a realização de exercícios físicos, como por exemplo, a corrida.

Figura 1 - *Feed* do perfil da influenciadora Lynn timer V (@whitehairwisdom)



Fonte: <https://www.instagram.com/whitehairwisdom/?hl=pt-br>.
Acesso em 7 de agosto de 2020.

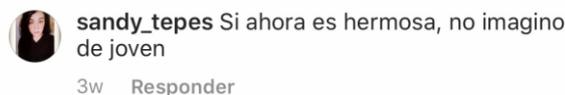
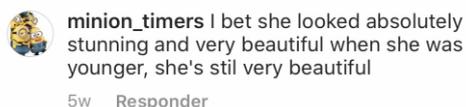
Apesar da popularidade de seu perfil pessoal, a publicação foi realizada em junho de 2020 pelo perfil *Lovely MUA* (@lovely.mua), uma página voltada para a produção e divulgação de conteúdo sobre maquiagem. Curiosamente, o que chama a atenção nesta é a presença de diferentes tipos de corpos em suas postagens, que exibem peles idosas, com vitiligo, sardas, rugas, acne e outras características desprestigiadas pelo padrão de beleza hegemônico que discutimos nos tópicos anteriores deste artigo. Destaca-se que, mesmo desviando dos padrões estéticos predominantemente exaltados na atualidade, o perfil acumula mais de 480 mil seguidores e quase quatro mil postagens, a grande maioria com imagens ou vídeos de mulheres lançando tutoriais de maquiagem e cuidados com a pele.

No vídeo, a influenciadora traz um tutorial de quase nove minutos ensinando como fazer uma maquiagem natural para o dia. Nele, temos o passo a passo completo para copiar seu visual – da ordem dos produtos ao método de espalhá-los na face – com um fator especial: a pele idosa como superfície de demonstração. Observa-se a semelhança de seu conteúdo ao de outras influenciadoras populares, que diariamente realizam a escrita de si para o público. Neste caso, entretanto, existe uma peculiaridade: a inserção de um corpo velho como referência de beleza e vaidade, divergindo das convencionalidades que instigam o culto ao corpo e provocando diferentes reações no público, como investigaremos a seguir. Ressaltamos que, para a análise aqui proposta, levamos em consideração apenas os comentários inscritos no post da página, sem nos apoiar nas respostas aos comentários, feitas por outros usuários.

Para estruturar as análises de maneira sistemática, separamos subgrupos com base na recorrência de comentários com o mesmo teor discursivo. Três tópicos serão retratados: discursos que exaltam a juventude; discursos que sugerem mudanças no corpo; e discursos que destacam a velhice. Vale destacar, ainda, que analisamos todos os comentários da postagem, mas selecionamos especificamente os direcionados para o corpo da influenciadora, excluindo todos os que falavam apenas da maquiagem, da técnica utilizada para aplicá-la e de outros assuntos fora da temática aqui delimitada.

Beleza e velhice podem andar juntas? – Discursos que exaltam a juventude

Para cada um de nós, a velhice chega da mesma forma: continuamente, quase que de surpresa, o que é confirmado pela alteração da aparência atual em contraste com o que cada corpo foi um dia. Como assinala Beauvoir (1990, p. 352): “estamos hoje como ontem, e amanhã como hoje; assim, avançamos sem sentir”. As mudanças corporais são progressivas, muitas vezes ocorrendo de maneira lenta, fazendo com que o envelhecer seja percebido aos poucos, tanto para o próprio sujeito como para o outro. No entanto, as alterações são visíveis, o que desperta certas impressões, que materializadas discursivamente, se propagam e formam subjetividades, conceitos e comportamentos, como é perceptível nos enunciados a seguir:

Figuras 2 e 3 - Comentários publicados na postagem da página Lovely MUA

Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CB0Xlc_pCoc/>. Acesso em 7 de agosto de 2020.

“Eu aposto que ela era absolutamente deslumbrante e muito bela quando era jovem, ela ainda é muito bela”, afirma o primeiro enunciador. O segundo comentário reitera a enunciação anterior: “se agora é bonita, não imagino quando era jovem”. Observa-se, em ambos os comentários, a recorrência de um comportamento que exalta a juventude como um potencializador da beleza, como se a velhice fosse um embate para alcançar o auge da aparência considerada bela. Isso ocorre, pois “um corpo velho hoje vale menos que um corpo jovem” (SIBILIA, 2012, p. 90), o que conforme a autora é explicado pela universalização da noção do corpo como um capital que atinge seu valor máximo durante a adolescência. Para as mulheres, o quadro se agrava em virtude de um ideal responsável por definir que “longe de melhorarem com o inexorável transcórrer dos anos, os corpos vivos – em particular, os femininos – costumam inchar, deformar-se e até mesmo despencar estrepitosamente” (SIBILIA, 2012, p. 91).

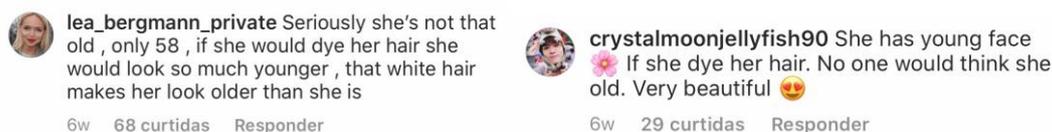
A partir de então, conclui-se que os enunciados materializam discursos que tomam as características físicas inerentes à velhice como um infortúnio, visto que a juventude é destacada neles como o ápice da beleza, reforçando a ideia de que nada se aprimora ao envelhecer. A passagem do tempo, neste caso, parece ser responsável por perpetuar os corpos com marcas indesejáveis, tais como rugas, manchas e deformações, desviando do padrão de beleza hegemônico que considera bela, sobretudo, uma aparência jovem.

Mostrar a juventude para ressaltar a beleza, esconder a velhice para exaltar a juventude – Discursos que sugerem mudanças no corpo

A preocupação com a aparência leva os sujeitos a uma busca incansável pela forma e volume corporais ideais, mantendo a dinâmica que assiduamente sustenta o culto ao corpo, ainda mais em uma época em que toda a forma física pode ser retocada e

remodelada. Nesse panorama, temos o rejuvenescimento como um promissor mercado de consumo, de modo que a velhice e suas marcas tendem a ser vistas como “consequência de descuido pessoal, de falta de envolvimento em atividades motivadoras, da adoção de formas de consumo e estilos de vida inadequados” (DEBERT, 1999, p. 79). Com as ofertas constantes de oportunidades para renovação do corpo, quem não as adere é visto como desleixado, menos belo e pouco atraente.

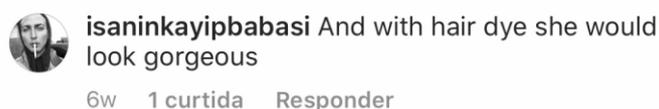
Figuras 4 e 5 - Comentários publicados na postagem da página Lovely MUA



Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CBOXlc_pCoc/>. Acesso em 7 de agosto de 2020.

“Sério, ela não é tão velha, apenas 58 [anos], se ela pintasse seus cabelos ela pareceria muito mais jovem, este cabelo branco a faz parecer mais velha do que é”, destaca o primeiro enunciado. Com uma articulação semelhante, o segundo reafirma: “ela tem um rosto jovem. Se ela pintasse seu cabelo, ninguém pensaria que ela é velha. Muito bonita”. A mensagem é clara: ela precisa pintar os cabelos brancos para parecer mais jovem. Ou seja, é necessário que ela recorra a um produto de beleza comumente vendido para esconder os fios que entregam sua verdadeira idade. Percebe-se, então, o ideal de que a velhice se tornou um estado passageiro, “a ideia de que *se está* velho, e não de que *se é* velho” (SANT'ANNA, 2014, p. 167).

Figura 6 - Comentário publicado na postagem da página Lovely MUA



Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CBOXlc_pCoc/>. Acesso em 7 de agosto de 2020.

“E com os cabelos pintados ela ficaria linda”, propõe outra pessoa. Mais uma vez, os enunciados presentes nos comentários dessa postagem trazem a juventude como sinônimo de beleza, e que ambas são fruto de um trabalho árduo e incessante. Assim, temos a “dissociação entre juventude e uma faixa etária específica e a transformação da

juventude em um bem, um valor que pode ser conquistado em qualquer etapa da vida, através da adoção de formas de consumo e estilos de vida adequados” (DEBERT, 1999, p. 72).

É difícil resistir ao mercado do envelhecimento, principalmente em um contexto que ampliou a expectativa de vida significativamente. Tem-se agora a juventude como uma espécie de produto amplamente vendido para pessoas de diferentes faixas etárias, concretizando um antigo sonho de manter a aparência jovem durante um período mais prolongado. Como coloca Sibilía (2012, p. 87), esse processo representa o “ancestral sonho da eterna juventude, renovado como uma grande ambição da nossa época e como uma promessa que, talvez, logo estará à disposição de todos”.

Logo, os indivíduos que conseguem maquiagem os vestígios do envelhecer são exaltados pela sociedade: “um seleto grupo de damas e cavalheiros que [...] viram preciosos exemplares dessa espécie rara: os bem-conservados. Assim, [...] tornam-se merecedores de admiração devido a uma mistura de sorte genética e trabalho árduo” (SIBILIA, 2012, p. 99). Compreende-se, desse modo, que aqueles consumidores vorazes do imenso arsenal disponibilizado pela indústria da beleza são bem vistos, revelando uma tendência comportamental e de consumo que prega, mais do que tudo, a preservação de um corpo minimamente jovem.

Parecer jovem é diferente de ser jovem – Discursos que destacam a velhice

Sabe-se que o envelhecer é responsável por um inevitável declínio biológico que progressivamente desfavorece fatores como visão, audição, força, robustez, ritmo, memória, energia, dinamismo, entre outros. O corpo vai deixando de ser um instrumento, passando a ser considerado como um obstáculo. Como aponta Sibilía (2012, p. 100): “No império da cultura audiovisual hoje triunfante, a catástrofe se estampa nos traços visíveis do envelhecimento, que se consideram marcas de fraqueza ou sinais de uma derrota e, por tal motivo, seriam moralmente condenáveis”.

Dessa maneira, quando alguém aparentemente velho exerce alguma atividade geralmente designada aos jovens, acaba provocando reações de espanto, como no enunciado a seguir:

Figura 7 - Comentário publicado na postagem da página Lovely MUA



makeup_here_kayleigh Oh wow that actually looks nice for an older woman

6w Responder

Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CB0Xlc_pCoc/>. Acesso em 7 de agosto de 2020.

“Uau isso realmente parece bom para uma mulher mais velha”, afirma a usuária no comentário destacado acima. A surpresa é inegável, pois se maquiar bem, diante do senso comum, é uma habilidade característica de pessoas mais jovens. Isso ocorre, pois existe um estigma que classifica o velho como imprestável, ineficiente e improdutivo. Então, mesmo em uma sociedade que amplificou as possibilidades de alteração corporal para a conservação da aparência jovem, o tabu com relação ao envelhecer ainda é evidente. Segundo Debert (1999), a imagem de envelhecimento saudável e positivo “não é capaz de superar os problemas envolvidos na perda de habilidades cognitivas e de controles físicos e emocionais que estigmatizam o velho e que são fundamentais, na nossa sociedade, para que um indivíduo seja reconhecido como um ser autônomo” (DEBERT, 1999, p. 80). Logo, vê-los exercendo alguma ação normalmente atrelada aos jovens causa estranheza e surpresa.

Além da parte motora e cognitiva, consideramos também a questão da aparência física da autora do vídeo. Pode-se considerar que a crítica do enunciado, além se impressionar com sua habilidade para se maquiar, se deslumbra com sua aparência depois de maquiada, visto que existe um tipo de censura encarregada por considerar o corpo enrugado, flácido, manchado, amolecido e, sobretudo, envelhecido, como desfavorecido e menos belo com relação aos mais jovens.

Considerações finais

Como protagonista dos regimes de visibilidade de uma sociedade espetacularizada, voltada para o imagético, o corpo passa a ser local de autorrepresentação, sendo assim, o meio viabilizador da exibição e exaltação do sujeito. Essa exibição é motivada por discursos, que também responsáveis por construir a subjetividade humana, são materializados em diferentes contextos sociais. Ao ganharem proporções midiáticas, tais produções discursivas, voltadas para a divulgação de um

estilo de vida baseado no consumo, pregam que é possível alterar a aparência corporal em um simples ato: o consumo de produtos e procedimentos voltados para a aquisição da estética ideal, baseada na obtenção de um corpo jovem.

A juventude passa a ser considerada como sinônimo de beleza, sendo vendida como um bem facilmente negociado para pessoas de qualquer faixa etária, contanto que se tenha condições de pagar para obtê-la. Assim, o culto ao corpo, tido aqui como uma prática comportamental que busca a conquista do padrão estético socialmente determinado, direciona os sujeitos a uma procura incessante pela aparência perfeita.

Essa perfeição atrelada aos corpos é definida por uma aparência livre de manchas, rugas, flacidez, ou de qualquer outro sinal de envelhecimento, que é arduamente combatido sob a promessa do vasto mercado da beleza. Em consequência dessa oferta diversificada de soluções para prolongar as feições jovens, os traços característicos da velhice são considerados como sinal de desleixo e abandono pessoal, como vimos nos enunciados analisados, que possuem uma linguagem que atesta e materializa o funcionamento de um discurso que assevera a existência de um pudor relacionado ao corpo velho. Nesse sentido, aqueles que não esbanjam juventude desviam do padrão estético designado aos corpos, destacando também que a velhice não é apenas um estágio natural da vida, mas um obstáculo que causa a perda da rigidez corporal, tornando-se um dos maiores impasses para a obtenção do tão sonhado corpo belo.

Referências

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

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade**: mídia, estilos de vida e cultura de consumo. São Paulo: Annablume, 2007.

DEBERT, Guita Grin. Velhice e o curso da vida pós-moderno. **Revista USP**, São Paulo, n. 42, p.70-83, jun. 1999.

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Discurso e sujeito em Michel Foucault**. São Paulo: Intermeios, 2012.

FOUCAULT, Michel. **Dits et écrits**: v. IV - 1954-1988. Paris: Gallimard, 1994.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

FOUCAULT, Michel. **A hermenêutica do sujeito**. Trad. Márcio Alves Fonseca e Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 42. ed. Petrópolis: Vozes, 2014a.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. São Paulo: Edições Loyola, 2014b.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 10. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2019.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Corpo e comunicação: Sintoma da cultura**. São Paulo: Paulus, 2004.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SIBILIA, Paula. O corpo velho como uma imagem com falhas: A moral da pele lisa e a censura midiática da velhice. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 9, n. 26, p.83-114, nov. 2012.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. **Em nome do corpo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.