

# "TODO DIA E DIA DAS LEITORAS DE BARBARA" O DISCURSO FORMATIVO/EXPLICATIVO NA REVISTA FEMININA BÁRBARA

Yolanda Flores e Silva\*

## **Resumo**

O texto que apresentamos é o relato de um dos tópicos desenvolvidos para nossa pesquisa de doutoramento, sobre o discurso formativo/explicativo, acerca das temáticas velhice/maturidade discutidas na revista feminina Bárbara. Interessou-nos analisar as estratégias discursivas utilizadas para produção deste quadro formativo/explicativo que apresenta soluções para o envelhecimento bem sucedido. Para tanto, usamos a análise do discurso através do modelo teórico de Umberto Eco (1986), onde textos desta natureza são vistos como incompletos, havendo necessidade de uma cooperação explícita do leitor que é chamado de Leitor-Modelo, pelo autor de "Lector in Fabula".

**Palavras-chave:** Discurso formativo: discurso explicativo: mulher: velhice: maturidade: leitor-modelo.

## 1. INTRODUÇÃO

Adoto neste texto, que é um dos tópicos que desenvolvo atualmente na pesquisa para minha tese de doutoramento, a definição de Adam (1992) sobre o gênero de discurso explicativo que, segundo ele, é onde predominam as informações e os meios para realização de alguma atividade ou tarefa, como, por exemplo, fazer uma limpeza de pele, um bolo, usar esta ou aquela maquiagem, formas de pentear ou cortar o cabelo, montar um móvel, etc.

Na revista Bárbara há uma grande quantidade de matérias que se inserem nos gêneros explicativos e formativos, trazendo conselhos, dicas, soluções

---

\* *Doutoranda em Filosofia da saúde/PEN-UFSC*

para a resolução dos problemas cotidianos. Para apresentar e justificar estas matérias, os editoriais da revista constroem um quadro bastante invariável onde a mulher-leitora é caracterizada como uma pessoa que enfrenta as mais diversas situações e dificuldades em seu dia-a-dia. A revista e sua equipe desempenham o papel explicativo/formativo de mostrar as soluções para estes problemas, trazendo reportagens, entrevistas, matérias com especialistas, tendo por objetivo informar, explicar e formar, aparentemente um modelo de mulher madura.

Assim, iremos analisar as estratégias discursivas utilizadas na construção deste quadro, utilizando o modelo teórico desenvolvido por Eco (1986) onde o texto é visto como incompleto, havendo necessidade de uma cooperação do que o autor chama de leitor-modelo. Para este estudo, especificamente, vamos procurar o leitor-modelo da revista *Bárbara* observando textualmente através de editoriais, o não dito, o que é atualizado por este leitor.

A linguagem dos editoriais da revista *Bárbara* é bastante informal, apresentando o uso de marcadores discursivos tais como as expressões "tudo a ver comigo e com você", "a gente", "gente como eu e você", e despedidas carinhosas do tipo "um beijo", "sua melhor amiga", da editora da revista. Goffman (1987), chama de marcadores discursivos, palavras, expressões ou frases, onde existe a predisposição de criar intimidade, quando usando inclusive pronomes de primeira pessoa, a editora assume que a leitora e ela são iguais, mas que a leitora precisa de sua ajuda e a revista está aí para ajudá-la. O discurso explicativo neste caso oferece as dicas e o formativo ou formador, estabelece valores e regras de conduta para o "cuidado de si". Aqui, utilizo a definição de Fischer (1997) sobre o que seja gênero formativo, que para ela são aqueles discursos cheios de exemplos de como as pessoas devem agir, modificar-se, formar-se, falando diretamente à intimidade das pessoas em sua vida privada.

Neste trabalho preliminar, buscamos refletir sobre alguns aspectos essenciais sobre o tema em questão, observando essa nova representação do discurso midiático brasileiro, que parece empenhado em transformar ou propor práticas que promovam um "envelhecimento bem sucedido", através de manifestações em revistas de classes médias e alta, onde as mulheres são convocadas, segundo Pires (1993) a enfrentar uma verdadeira batalha contra o avanço da idade e a pensarem na maturidade/velhice como sendo um período privilegiado, mas com uma série de regras de comportamento e de consumo de bens específicos que indicam como cada pessoa deve proceder para se adequar a este momento da vida.

## 2. OBJETO E OBJETIVOS

A análise em questão considerou apenas um produto da mídia brasileira', veiculado de dezembro de 1996 a julho de 1997. A revista *Bárbara* foi escolhida para esta primeira análise, porque é destinada a um público alvo acima de 40 anos e por ter uma grande quantidade de matérias que se inserem no gênero explicativo/formativo oferecendo conselhos e lições para a prática do "cuidado de si".

Para apresentar e justificar estas matérias, os editoriais da revista (objeto de nossa análise), constroem um quadro onde a leitora é caracterizada como uma mulher que passa por muitas transformações, enfrentando dificuldades em todo tipo de situação, que pode se tornar um grave problema em decorrência do avançar dos anos. A editora-chefe e sua equipe desempenham, então, o papel de "conselheiros", capazes de mostrarem caminhos e tornarem a vida da leitora mais fácil em decorrência da resolução de suas aflições.

A força da revista está principalmente no editorial, quando a redatora se alinha com a leitora na posição de mulher que precisa melhorar a vida ou que precisa continuar vivendo bem apesar de já está ou ter passado dos 40 anos. Os marcadores discursivos servem para aproximar a leitora e transformá-la em um personagem importante para a revista, mas ao mesmo tempo parece exercitar muito claramente um jogo de poder, com a definição de necessidades, de um modo de ser, vestir, sentir, da mulher que entra na maturidade.

Acredito, portanto, que este tipo de meio de comunicação, vem produzindo e formando uma nova mulher, ou como coloca Debert (1996), um novo ator, onde se define um novo mercado de consumo com a promessa de eterna juventude através de vestuários adequados, novas formas de lazer, de relação com o corpo, com a família e amigos. Neste espaço, não há lugar para tristezas, melancolias, doenças, decadência física e dependência enquanto destino dos que estão envelhecendo. Resumindo, à mulher madura é proposta uma multiplicidade de normas, regras e produtos para a prática do "cuidado de si", práticas tidas como absolutamente necessárias a um certo tipo de relação consigo e com o mundo<sup>2</sup>. A mulher que está com 40 anos ou acima desta idade, tem (segundo a revista), que buscar informações para não ser passada para trás, para não sentir-se só e ao mesmo tempo não tornar-se dependente das novas gerações com quem terá de conviver.

Portanto, o nascimento no mercado editorial de uma revista como

---

<sup>2</sup> Para a pesquisa do doutorado consideramos a análise de duas revistas e matérias na Internet dos Jornais *Diário Catarinense*, *Folha de São Paulo* e o *Globo* do ano de 1997.

Bárbara, pode gerar uma série de repercussões para determinado público feminino que pode ter acesso a ela. O mundo da mulher madura, que até a metade do século era quase invisível e desinteressante, alçou a categoria de interessante e, portanto, sai do espaço privado e vai ao mundo público, e de preferência ao mundo do espetáculo. É o sujeito que sofre e vive a ação.

Falar em sujeito, em se tratando de Foucault (1985), é falar de modos de subjetivação, isto é, falar de "práticas, técnicas, exercícios, num determinado campo institucional e numa dada formação social, pelos quais o sujeito se observa e se reconhece como lugar de saber e de produção de verdade"(Fischer, 1997:336). Os gregos inventaram a relação de poder entre homens livres, assim como a relação de poder do sujeito consigo mesmo. Quando colocaram força no "eu", inventaram a subjetivação, o melhor grego era aquele que conseguia e exercia mais adequadamente o poder sobre si mesmo, o controle de suas ações e emoções e um modo de existência de caráter estético. Foucault, em sua História da Sexualidade, acompanha esta trajetória de voltar-se para si mesmo, que basicamente relacionava-se a confessar-se ao outro, examinar-se e sacrificar-se. Os sujeitos aprendiam a conhecerem-se inspirados na máxima socrática "conhece-te a ti mesmo", uma moral que se entranhou na alma ocidental e vem percorrendo os discursos científicos e não científicos das práticas de todos nós.

As revistas, os jornais, a televisão e a Internet, são meios de comunicação, que auxiliam esta divulgação, antecipando fatos, sugerindo, modificando ações, ocupando, assim, um lugar privilegiado de formação e explicação das realidades do dia-a-dia com uma importância sem precedentes, substituindo em muitas ocasiões a família, a escola e outras instituições tidas como formadoras da população.

### 3. LEITOR-MODELO DE ECO

O guia para nossa análise é o modelo teórico de Eco (1991:3), que considera a semiologia como o estudo de todos os fenômenos culturais "como se fossem sistemas de signos" e conseqüentemente fenômenos de comunicação. O discurso, parte deste processo ou fenômeno da comunicação é repleto

---

<sup>2</sup> O "cuidado de si" e outros conceitos tais como "práticas de si" e "relação consigo", foram operacionalizados por Michel Foucault nas análises desenvolvidas em sua História da Sexualidade III (1985), e envolve basicamente uma relação de poder do sujeito sobre si mesmo, onde este aprende a se reconhecer, mas tem que se submeter a aprendizagem de alguns valores e normas de conduta condizente com sua cultura, condição social e gênero.

de signos que precisa ser interpretado. Alguns o fazem a partir de texto, outros, ampliando esta visão de interpretação relacionam este texto com o contexto cultural. De uma forma ou de outra terminamos chegando a um significado e a um sentido para o que o texto apresenta, sendo que estes resultados dependem em parte de quem constrói a explicação para o que ler, assim como o próprio autor do texto.

Com esta visão é que H. Eco em "Lector in Fabula" (1986:45), escreve sobre o que seja um texto, o que ele representa e o papel do leitor, que através de vários movimentos ou processos cooperativos, conscientes e ativos, apresenta o não dito, o que não é manifestado na superfície. O texto enquanto um produto, torna evidente o seu leitor, que Eco chama de leitor-modelo, que segundo ele, "constitui um conjunto de condições de êxito, textualmente estabelecidas, que devem ser satisfeitas para que um texto seja plenamente atualizado no seu conteúdo potencial". Autor e leitor-modelo, portanto, atuam em um processo de cooperação em que o texto enquanto um sistema de nós ou juntas, vai pouco a pouco sendo interpretado, observando-se contextos e circunstâncias de manifestação.

#### 4. CORPUS A SER ANALISADO

A seleção de material a ser analisado foi uma escolha decorrente da observação de um aumento de informações sobre maturidade e velhice na mídia, e o lançamento de revistas dirigidas às pessoas nesta faixa etária nos últimos três anos. Estas revistas, lançadas nacionalmente, têm como subtítulos referências ao envelhecimento humano e têm buscado opiniões de especialistas (gerontólogos, geriatras, médicos, psicólogos, entre outros) para discorrerem sobre os avanços da ciência para adiar ou diminuir os efeitos do envelhecimento e também como reforço ("científico") as informações que divulgam. Estudos enfocando esta temática não são novos e Debert (1996)<sup>3</sup> afirma que este tipo de cobertura realizada pela mídia, busca não só prender o leitor através de temas polêmicos como os relacionados à sexualidade, mas também se destaca pela venda de produtos que vão desde a venda de serviços profissionais a propostas de mudanças comportamentais e estilo de vida.

Assim, que fique claro que o corpus montado não é inédito, e o que faz dele um objeto de interesse é a constatação de que profissionais da saúde respaldam, às vezes, suas orientações sobre a temática utilizando dados da

---

<sup>3</sup> Em um levantamento de informações realizado em 1996 com profissionais (médicos e enfermeiras em postos de saúde da PMF, constatou-se a utilização de revistas como *Saúde, Barbara, Mais Vida* e reportagens da *Folha de São Paulo*, como veículos de informação leiga utilizados para apresentação de palestras, preparação de oficinas ou indicação de leitura para pacientes acima de 40 anos.

mídia<sup>3</sup>. Este profissional de saúde, que predominantemente segue a linha que Neri (1995) denomina de "cultura positiva da velhice", vem a exemplo da mídia, adotando muitas vezes uma postura que nos parece unidirecional quanto ao que considera como sendo uma velhice de qualidade e ideal, onde cada pessoa é responsável por si, e ser ativo, lúcido e participante são obrigações fundamentais e necessárias para viver uma velhice bem sucedida. Este envelhecimento bem sucedido termina por fechar o espaço para informações sobre as pessoas que envelhecem abandonadas e dependentes, uma vez que o discurso midiático parece querer transformar este tipo de consequência como uma responsabilidade individual que ocorre por descuido pessoal.

Estamos, assim, assistindo neste momento à emergência de estereótipos e formas de exclusão, que segundo Debert (idem) em nosso contexto termina levando a um novo tipo de conspiração contra os que estão envelhecendo, transformando os problemas da velhice como uma responsabilidade individual, negligência pessoal, formas de consumo e adoção de estilos de vida inadequados.

## 5. MANIFESTAÇÃO LINEAR DOS TEXTOS

Considerando o modelo que é desenvolvido por Eco (1986), escolhemos fazer uma abordagem simplificada de oito editoriais de apenas uma revista - a revista Bárbara. Aqui não faremos todas as etapas do leitor-modelo, nos concentraremos nas circunstâncias de enunciação e na identificação dos códigos como o dicionário de base, regras de co-referência, seleções contextuais e circunstanciais, *frames*, hipercodificação e hipercodificação ideológica (Rifiotis, 1997). A partir destes elementos, esperamos poder caracterizar a leitora da revista Bárbara.

Apresentamos a seguir um quadro sintético dos editoriais publicados de dezembro de 1996 a julho de 1997. A exemplo de Rifiotis (idem), sintetizamos em forma de títulos e frases estes editoriais, a fim de "delimitar isotopias discursivas em torno das quais são construídas as macroproposições dos textos, as quais nos indicarão as bases para a caracterização do leitor-modelo" (p.7).

Revista Bárbara - Ano I, n.9, dezembro de 1996

Título: Bárbara Com Gente de Verdade!

Novo ano como um renascer. Mudanças em Bárbara. Modelos fotografadas são "agora o que poderíamos chamar de gente de verdade". Modelos são trocadas por profissionais das mais diversas áreas. "Gente de verdade", "gente como a gente", pessoas iguais à leitora de Bárbara, com seu tipo e

idade. "Uma pessoa normal", como a vizinha, a prima e você. Bárbara tem a coragem de trocar modelos ("nada contra elas") por "pessoas reais". Pessoas belas por dentro e por fora, que sorriem e choram. Pessoas como a leitora. "Para o ignorante, a velhice é o inverno da vida. Para o sábio, é a época da colheita (Talmute). Um beijo.

Revista Bárbara - Ano II, n. 10, janeiro de 1997

Título: Foi 1996 Que Acabou ou 1997 Que Está Começando?

A resposta é da leitora e dependerá se está ou não de baixo ou alto astral. Entrar 1997 com otimismo "é obrigação de todas nós". A vida é para ser vivida. Tempo de juntar forças para ir adiante. Se houver esforços de realizar "nossos" desejos, eles realmente acontecem. Sempre há motivo para comemorar, reiniciar, fazer planos, sonhar e tornar os sonhos reais. Bárbara quer ficar com você em 1997. Leia "isto já aconteceu comigo", "amigas para sempre" e "diabetes". Bárbara quer saber "seus desejos e realizá-los", "escreva para nós sugerindo reportagens, histórias, entrevistas". Saúde e feliz Ano Novo.

Revista Bárbara - Ano II, n. 11, fevereiro de 1997 Título: "...Há de Me Querem Como Eu Sou, Sem Disfarces" Texto da p. 120 do livro Rio do Meio de Lya Luft, que "tem tudo a ver com Bárbara, comigo e com você leitora". A mulher muda quando chega aos 50 anos. Muda o corpo, o pensar, as emoções. Existe oscilação entre o devaneio e a vida prática. O bom humor é mais importante do que o amor. A mulher é mais livre: não engravida, não precisa cuidar de filhos e se "alguém me amar agora, não será por um belo corpo, pelos cabelos que terei de pintar -mas há de me querer como eu sou, sem disfarces...nenhuma esplendorosa jovem de 20 anos me ameaça: meu território é outro". Olhando este texto cabe às mulheres sentirem uma certa melancolia. Mas não deve mergulhar nela. E fevereiro, mês de férias e carnaval, mês de estar feliz. Um beijo alegre.

Revista Bárbara - Ano II, n. 12, março de 1997

Título: "...São as Águas de Março Fechando o Verão, a Promessa de Vida no Meu Coração..."

Tom Jobin e seu lado romântico. Ele acreditava na vida, no bom da vida, no prazer, na esperança e na justiça. "Ser romântico é brega?". Reportagens sobre reencontros, casais que namoraram na adolescência e voltam a se encontrar para viverem um grande amor. Amor e auto-estima, tudo em comum. Para manter-se em alta faça um novo corte de cabelo, um novo penteado para

não ficar estressada. Veja as dicas de "coração de mulher". Uma pessoa saudável é sempre bela. A revista oferece prêmios: uma jóia e um CD de Roberto Carlos. Escreva para Bárbara. Um grande beijo.

Revista Bárbara - Ano II, n.13, abril de 1997

Título:

Primeiro ano de Bárbara. A revista é um sucesso e é inédita ao lançar uma revista para mulheres de 40 anos ou mais. A revista está sendo ajustada ainda. Entre os ajustes se inclui em reportagens onde as pessoas fotografadas são "pessoas de verdade das mais diversas profissões". O sucesso e o crescimento das cartas se devem a estes ajustes. Bárbara fala hoje "a sua linguagem, cara leitora, e é plenamente compreendida". Vamos caminhar juntas. Um grande beijo, "parabéns por ter escolhido Bárbara para ser sua melhor amiga".

Revista Bárbara-Ano II, n. 14, maio de 1997

Título: Todo Dia é Dia das Leitoras de Bárbara!

Dia das mães, o mundo se deixa levar por esta data convencional. Dia internacional da mulher, um dia de todas as mulheres. Por que não um dia da leitora de Bárbara. É necessário um dia para a leitora de Bárbara. Sugestão: que a leitora se presenteie. Faça um tratamento de beleza (uma limpeza de pele, uma máscara), jante fora, saia com uma amiga, pegue um cinema solitário, visite uma biblioteca, um parque. É essencial este tipo de atividade, mesmo quando a leitora é casada. Desative a culpa. Cuide de seu lazer "como se estivesse em outra cidade". "Assim fica instituído o dia da leitora de Bárbara, todos os dias"! Um beijo.

Revista Bárbara -Ano II, n. 15, junho de 1997 Título: Fuja dos Cenários: A Vida é de Verdade! Mundo competitivo incita a ser mais bonita, fazer mais sucesso e vencer na vida. É preciso ter o vestido mais caro, o carro e a casa mais bonitos. Este tipo de pressão torna a vida mais estressante do que o necessário. É preciso ter muita personalidade para cada mulher viver a vida com seu ritmo e a sua maneira. Não há necessidade de fingimentos, simular alegrias e tristezas. Todos têm direito a alegrias e tristeza. Não se deve se medir pela aparência, "...nada de cenário de mentirinha, como um filme de Hollywood...felicidade de verdade e nada mais".

Revista Bárbara - Ano II, n. 16, julho de 1997

Título: "Minha Melhor Amiga Está Dentro de Mim..." Livro "A Passagem do Meio" de James Hollis, afirma que ninguém pode curar as feridas dos outros. Cada pessoa dentro de si pode ser a sua própria companheira. Diga: "eu sou a minha melhor amiga, você é a sua melhor amiga". Reportagens sobre histórias de amizades verdadeiras, quando as pessoas tinham tempo para se dedicarem umas as outras. Hoje existe falta deste tipo de amizade. A amizade de fora para dentro tornou-se artigo de luxo, o que se pode contar é com a amizade de dentro para fora. A leitora deve se conhecer melhor. Conhecer melhor nosso interior é conhecer melhor a nós mesmas. Com esta amiga incondicional vamos ao cinema, ao teatro, jantamos fora e nunca nos sentimos solitárias. Bárbara é sua melhor amiga. Juntas seremos felizes.

## 6. CIRCUNSTÂNCIAS DE ENUNCIÇÃO

Os textos apresentados são resumos de editoriais publicados na revista Bárbara, uma publicação com três anos no mercado editorial, voltada para o público feminino de 40 anos ou mais. Os temas aqui retratados inscrevem-se num momento em que existe uma série de debates sobre o aumento da expectativa de vida no país e no mundo, e as dificuldades em se lidar com as pessoas que sobrevivem aos 40 anos, o que pode ser considerado um ganho coletivo, mas que para as políticas de alguns países pode representar um perigo social se não houver uma gestão e um planejamento voltado para aqueles que estão envelhecendo.

Por outro lado é difícil não perceber como esta geração envelhecida apesar das muitas perdas que vem sofrendo, é apresentada pela mídia com uma imagem ou roupagem absolutamente nova. A representação das pessoas em processo de envelhecimento ou que já estejam velhas, são quase que invariavelmente mostradas como a de pessoas independentes de filhos e parentes, ativas, capazes (com ajuda das revistas e de especialistas) de encontrarem uma série de atividades atraentes. As mulheres que estão nesta etapa, são apresentadas a uma velhice cheia de satisfação e prazer, um momento onde se encontra mais liberada dos deveres familiares e dos papéis sociais, podendo se dedicar à realização pessoal e aos cuidados consigo, tais como: a realização de exercícios, dietas especiais, visitas periódicas a especialistas em saúde e beleza e a adoção de novos estilos de viver que possam garantir uma preparação adequada para esta nova etapa da vida.

Nesta onda, a grande preocupação é definir o que é ser velho, qual a

conduta que as pessoas devem adotar, seja corporal, sexual ou moral, havendo preferencialmente, a inclusão na mídia, das pessoas que adotam\*<sup>1</sup> ou vivem este modelo de velhice<sup>4</sup>.

Os editoriais têm uma mesma linha de apresentação e exposição com a editora chamando a atenção para um texto retirado de algum livro, para letras de músicas, e as reportagens que a revista apresentará. Não existe uma ordem cronológica de desenvolvimento dos temas abordados entre um editorial e outro, embora existam alguns elos de ligação entre eles, principalmente os que se referem à linha adotada pela revista, de aproximar-se da leitora como uma amiga que pode viver as mesmas histórias e problemas. Também ; constantemente enfatizado o caráter "imprescindível", "necessário" da leitora realizar o que está lhe sendo repassado sob a fórmula do "como fazer" X "para conseguir".

A leitura atenta do texto editorial revela em alguns momentos trechos que parecem não ter elos de ligação com os temas que serão tratados, o que evidencia algumas lacunas que devem ser preenchidas pela leitora. Os títulos, a foto da editora, o uso de expressões pessoais, tudo isto permite uma seleção prévia do que será reforçado como necessário e imprescindível para a leitora. O que vem primeiro, sublinhado, sugerido e enfatizado com exemplos e com aberturas persuasivas do tipo "há de me querer como eu sou, sem disfarces" é o que é mais importante. Rifiotis apud VanDjick (1997:12) afirma que o discurso da imprensa escrita não segue ordem ou lógica cronológica, a relevância é de que o que vem primeiro é o mais importante, facilitando-se deste modo a leitura e a compreensão do texto "pois tudo se passa como se ao ler a notícia o leitor já estivesse de posse da macroestrutura do texto".

## 7. DICIONÁRIO DE BASE

revista / Bárbara / modelos / gente de verdade / leitora / pessoa normal / pessoas reais/ velhice / sábio / vida / desejos / come i; .orar / reiniciar / planos / sonhar / mulher / corpo / devaneio / vida prática / Dom humor / amor / livre / disfarces / melancolia / prazer / esperança / auto estima / saudável / bela / linguagem / caminhar / melhor amiga / data / tratamento / saia / pegue / visite /

---

<sup>4</sup> Neste texto falo da mídia voltada para classes médias e altas, ou seja, revistas que são compradas ou assinadas por pessoas que teoricamente podem consumi-las bem como os bens e serviços oferecidos por elas.

essencial / culpa / cuide / lazer / bonita / sucesso / vencer / estressante /  
personalidade / ritmo / alegrias / tristezas / cenário / mentirinha / curar /  
amizades verdadeiras / amizade / conhecer / amiga incondicional /juntas /  
seremos

## 8. REGRAS DE CO-REFERÊNCIA

modelos são trocadas por gente de verdade  
pessoas com seu tipo e idade  
tem tudo a ver com Bárbara, comigo e com você  
a mulher é mais livre  
vamos caminhar juntas  
juntas seremos felizes

## 9. HIPERCODIFICAÇÃO

gente de verdade/ gente como a gente / pessoas iguais / pessoas normais /  
pessoas reais / pessoas de verdade : insistência na caracterização das pessoas  
fotografadas para as reportagens de Bárbara  
melhor amiga/ amiga incondicional / amizade verdadeira: insistência na relação  
que deve existir entre Bárbara e a leitora

### 9.1 Hipercodificação Ideológica

pessoas reais / pessoa normal mulher  
sem disfarces uma pessoa saudável é  
sempre bela cenário de mentirinha

### 9.2 Seleções Contextuais e Circunstanciais

Não fala explicitamente de velhice (exceção do primeiro editorial) Não refere  
à situação das mulheres de 40 anos ou mais de diversas classes sociais  
Não aborda os problemas econômicos, de moradia e de dificuldades de  
inserção no mercado de trabalho de mulheres nesta faixa de idade Ressalta a  
necessidade de considerar a revista como uma amiga verdadeira e  
incondicional  
Ressalta a importância da leitora discriminando profissionais modelos como se  
elas não fossem pessoas que passam por problemas e situações semelhantes

### 9.3 Frames

modelos: não é gente de verdade, fora do padrão da mulher madura  
leitora: pessoa normal, chora, ri, está mudando fisicamente e não pode ficar se comparando às modelos profissionais

amiga: só Barbara é amiga incondicional, com os novos tempos a mulher de 40 anos ou mais é uma solitária e precisa de uma conselheira, de um guia para viver melhor esta etapa da vida

mulher livre: aos 50 anos, não engravida, não precisa cuidar de ninguém, está bem profissionalmente, vive sem disfarces, a revista exige que não se entregue à melancolia

*Frames*, como afirma VanDijk (1996:93) "não são porções arbitrárias do conhecimento...antes de tudo são unidades do conhecimento, organizadas segundo um conceito" ou idéias contendo ou deixando entender informações típicas e possíveis associadas à temática tratada. Em outros termos, as frames são estruturas que servem para apresentar uma situação que pode inclusive estar estereotipada.

A idéia de uma modelo como uma pessoa não real, ou da leitora como uma pessoa verdadeira, não teriam sentido se não fosse a temática voltada para a questão maturidade e envelhecimento, e se a revista, num esforço de persuasão não quisesse convencer a leitora com suas mensagens de que o ideal de vida nesta faixa etária é a preocupação consigo mesmo, com o prazer e a beleza do corpo, sem, contudo, comparar-se com pessoas que profissionalmente são preparadas para viver um modelo estético diferenciado. Assim, para o leitor-modelo (leitora de Bárbara), a maturidade implica não se comparar com mulheres mais jovens, com modelos, ser livre, ativa, independente, e aceitar a idéia de que nesta fase a melhor amiga é aquela que lhe orienta, no caso Bárbara, sempre à disposição mensalmente. O problema de tudo isto? Não haver contestação e nem dúvidas quanto ao papel de Bárbara e da leitora: uma serve de guia e a outra é feliz consumindo mercadorias e informações as mais variadas para resolver seus problemas.

### 9.4 Caracterização do Leitor-Modelo

A grande questão que dirigiu nosso estudo pode ser resumida ao seguinte: porque esta maturidade tão exposta nos meios de comunicação forja uma identidade que não é comum à maioria das mulheres de nossa sociedade? Ao ler Bárbara, seus editoriais e matérias, ficamos com a impressão que os problemas

da leitora se resumem à estética, a encontrar uma amiga que lhe escute e a manter um companheiro ao seu lado que a aceite apesar da idade. É evidente que esta não é a realidade da mulher brasileira madura, que ao chegar na maturidade enfrenta problemas ligados à assistência de saúde, à inserção no mercado de trabalho, à criação de filhos e netos sozinha, enfim, existem amplas possibilidades de enfrentamentos para os quais pouco se escreve na mídia, não havendo repúdio ou indignação diante de maus tratos, violência, miséria e falta de possibilidades concretas de uma vida feliz, tranquila, com lazer, família e amigos.

Ao escrever este texto, valendo-nos de uma análise textual, pensamos em iniciar uma reflexão sobre esta manipulação explícita da mídia associada com a idéia de explicar e formar uma imagem de maturidade e envelhecimento que fecha espaço para a velhice que está abandonada e dependente. Com isto, podemos afirmar que este discurso parece criar novas formas de exclusão destas pessoas, uma vez que o discurso da maturidade ou velhice positiva, produz sujeitos, discursos, formas de vida preocupadas com o "cuidado de si" e vigilantes através do "cuidado pastoral" com os outros, para responsabilizá-los individualmente por seus problemas.

Estes dados ficam invisíveis aos leitores de Bárbara, que no ato da leitura atuam cooperativamente (inclusive incentivando através de cartas, matérias que enfoquem envelhecimentos bem sucedidos) com o texto, apoiando-se nos títulos dos editoriais, nos resumos e exemplos que são citados e nas fotos que encabeçam os fatos noticiados. A revista procura dar realidade aos fatos ditos no editorial, publicando resenhas ou trechos de entrevistas, depoimentos e de livros.

Todo este ordenamento faz com que a leitora pressuposta destas matérias, acredite que Bárbara realmente é sua amiga, e que ela, leitora, necessita realmente de sua atenção e cuidados, bem como todas as indicações de como ficar eternamente jovem, bonita, livre e feliz. Entendemos que não existe uma discussão dos problemas da maturidade de mulheres que envolva mais do que problemas estéticos, havendo a impressão de que estes não existem, acentuando o que Debert (1996:17) chama de "conspiração do silêncio".

As características formadoras e explicativas deste tipo de texto apanha a mulher madura das classes médias e alta, no que lhe é ressaltado como mais importante que é esta relação consigo, que segundo nosso entendimento, se configura em uma relação de poder, que no sentido foucaultiano é de constituição dos sujeitos ou simplesmente de processos de subjetivação. Ou seja, existe uma relação direta entre processos de subjetivação e processo de

formação das pessoas, mostrando como a mídia emerge, assumindo uma função nitidamente "pedagógica" neste final de século, assumindo a orientação de inúmeras práticas do "cuidados de si", em que o centro das atenções é a vida privada e os diferentes cuidados com o corpo e a confissão ilimitada de intimidades e problemas.

## BIBLIOGRAFIA

- ADAM, J. M. **Les textes: types et prototypes**. Paris: Nathan, 1992.
- DEBERT, G. G. As representações (esterótipos) do papel do idoso na sociedade atual. In: **Anais do Primeiro Seminário Internacional "Envelhecimento Populacional: Uma Agenda Para o Final do Século"**. Brasília, 1-3 de julho de 1996. 87p.
- ECO, U. **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- ECO, U. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1991.
- FISCHER, R. M. B. A mídia como espaço formativo do sujeito adolescente. **Veritas**. Porto Alegre, v.42, n.2, p. 333-348, julho, 1997.
- FOUCAULT, M. **História da sexualidade III: o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- GOFFMAN, E. **Façons de paler**. Paris: Minuit, 1987.
- NERI, A. L. **Psicologia do Envelhecimento**. São Paulo: Papirus, 1995.
- PIRES, A. **O envelhecimento e as revistas voltadas para um público feminino**. Campinas (SP), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas/Unicamp, 1993. Mimeografado.
- RIFIOTIS, T. A denúncia da "violência policial" na imprensa de São Paulo. O leitor - modelo do caso da Polícia Militar na Favela Naval (Diadema). Apresentado no **XXI Encontro Anual da ANPOCS**. Caxambu, outubro, 1997. Mimeografado.
- VanDIJK, T. A. **Cognição, discurso e interação**. São Paulo: Contexto, 1996.

## Artigos de Barbara Analisados

- CASTRO, Laís de. Barbara Com Gente de Verdade. **Barbara**, São Paulo, Ano I, n.9, p. 4, dezembro, 1996.
- \_\_\_\_\_. Foi 1996 Que Acabou ou 1997 Que Está Começando? **Barbara**, São Paulo, Ano II, n. 10, p. 4, janeiro, 1997.
- \_\_\_\_\_. "...Há de Me Querer Como Eu Sou, Sem Disfarces". **Barbara**, São Paulo, Ano II, n. 11, p. 4, fevereiro, 1997.
- \_\_\_\_\_. "...São as Aguas de Março Fechendo o Verão, a Promessa de Vida no Meu Coração...". **Barbara**, São Paulo, Ano II, n.12, p. 4, março, 1997.
- \_\_\_\_\_. Um Ano de Sucesso e Alegria. **Barbara**, São Paulo, Ano II, n.12, p.4, abril, 1997.
- \_\_\_\_\_. Todo Dia é Dia das Leitoras de Barbara! **Barbara**, São Paulo, AnoII, n.13, p.4, maio, 1997.
- \_\_\_\_\_. Fuja dos Cenários: A Vida é de Verdade! **Barbara**, São Paulo, Ano II, n. 14, p. 4, junho, 1997.
- \_\_\_\_\_. "Minha Melhor Amiga Está Dentro de Mim". **Barbara**, São Paulo, Ano II, n. 15, p. 4, julho, 1997.