

## Difusão e Propaganda sobre Antienvelhecimento na Mídia Brasileira: Um Estudo de Representações Sociais

Adriano da Silva Rozendo<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal da Grande Dourados,  
Mato Grosso do Sul, Brasil.

Andréa Barbará da Silva Bousfield<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis,  
SC, Brasil.

Andréia Isabel Giacomozzi<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.

**Resumo:** Esta pesquisa buscou mapear conteúdos relativos ao antienvelhecimento em revistas de grande circulação e no noticiário brasileiro, entre 1º de janeiro de 2016 e 31 de dezembro de 2019. Foram investigadas as revistas *Claudia*, *Boa Forma*, *VIP* e *Carbono Uomo*. Houve ainda coleta no portal de notícias *GI*, da Rede Globo de Televisão, voltado ao público geral. Foram criados dois corpora distintos formados pelos conteúdos do *GI* e das revistas que, então, foram submetidos à Classificação Hierárquica Descendente pelo software IRaMuTeQ, dando origem a dois subcorpora e quatro classes para cada um. Os resultados apontam uma forte tendência mercadológica nas revistas, que buscam conduzir os leitores ao consumo de produtos e à realização de procedimentos estéticos. Por outro lado, as notícias jornalísticas apreçoam um modelo de vida mais saudável como principal prática antienvelhecimento, ao mesmo tempo que alertam sobre os riscos envolvidos nos procedimentos e produtos estéticos irregulares. Em geral, o conteúdo das revistas dissipa representações sociais que idealizam um padrão de beleza do corpo jovial, associando a velhice à fealdade, enquanto o do portal de notícias *GI* voltam-se à saúde e longevidade.

**Palavras-chave:** Mídia, Antienvelhecimento, Representações Sociais.

---

## Diffusion and Propaganda About Anti-aging in Brazilian Media: A Study of Social Representations

**Abstract:** This survey aimed to map anti-aging content, in magazines with wide circulation and also in Brazilian news, between January 1, 2016 and December 31, 2019. *Claudia*, *Boa Forma*, *VIP* and *Carbono Uomo* magazines were studied. News were also collected from the *GI* news portal, from Globo television network, aimed at the general audience. Two distinct corpora formed by the contents of the *GI* and the magazines were created, which were then submitted to the Descending Hierarchical Classification, by the IRaMuTeQ software, leading to two subcorpora and four classes for each. The results show a strong market orientation in the magazines, which aim to lead readers to purchase products and undertake aesthetic procedures. The news reports, on the other way, promote a healthier life model as the main anti-aging practice, while warning about the risks involved in irregular aesthetic procedures and products. In general, the content of the magazines spreads social representations which idealize a pattern of beauty of a young body, connecting old age with ugliness, whereas that of the *GI* news portal are focused on health and longevity.

**Keywords:** Media, Anti-aging, Social Representations.

## Difusão y Propaganda Sobre el Antienvejecimiento en los Medios de Comunicación Brasileños: un Estudio de las Representaciones Sociales

**Resumen:** Esta iniciativa buscó mapear material de antienviecimiento, en revistas de gran tirada y en las noticias de Brasil, entre el 1 de enero de 2016 y el 31 de diciembre de 2019. Se analizaron las revistas *Claudia*, *Boa Forma*, *VIP* y *Carbono Uomo*. También se recogieron noticias del sitio de noticias *GI* y de la red de televisión Globo, ambas dirigidas al público en general. Se crearon dos corpora distintos formados por el contenido del *GI* y de las revistas, que luego fueron sometidos a la Clasificación Jerárquica Descendente, por el software IRaMuTeQ, dando lugar a dos subcorpora y cuatro clases para cada uno de los corpora. Los resultados señalan una fuerte orientación del mercado de promoción en las revistas, que buscan llevar a los lectores a consumir productos y realizar procedimientos estéticos. En cambio, las noticias periodísticas difunden un modelo de vida más saludable como la principal práctica antienviecimiento, mientras que al mismo tiempo advierten sobre los riesgos que implican los procedimientos irregulares y los productos estéticos. De forma general, el contenido de las revistas difunde representaciones sociales que idealizan un estándar de belleza del cuerpo joven, asociando la vejez con la fealdad, mientras que el del portal de noticias *GI* se orienta a la salud y la longevidad.

**Palabras clave:** Medios de Comunicación, Antienviecimiento, Representaciones Sociales.

Para o ano de 2018, a expectativa de vida ao nascer no Brasil foi de 76,3 anos entre homens e mulheres, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019). O número representa um aumento de 30,8 anos se comparado ao indicador de 1940. A escalada da expectativa de vida do brasileiro, associada à queda na taxa de natalidade, tem elevado o percentual de população idosa no país, com projeção de inversão da pirâmide demográfica nos próximos 30 anos. A realidade é a mesma em diversos países, conforme têm apontado os últimos relatórios sobre o envelhecimento populacional da Organização das Nações Unidas (ONU) (United Nations [UN], 2017, 2019).

Com o aumento populacional dos idosos, novas experiências de envelhecimento passaram a emergir no mundo e no Brasil (Debert, 2004). “Terceira idade” é um termo muito recorrente e, muitas vezes, é utilizado como sinônimo de velhice. Na realidade, trata-se de um modelo de envelhecimento ativo e saudável, de amplitude internacional, coordenado por esforços de Estado, mercado, gerontologia, geriatria e de instituições de ensino (Haddad, 1986; Laslet, 1989; Vellas, 2009). Esses *novos velhos* buscam desafios durante o processo de envelhecimento e, por estarem frequentemente quebrando tabus, são também conhecidos como *espíritos jovens*.

Além dos espíritos jovens que habitam os novos velhos da terceira idade, na atualidade emerge uma outra experiência de pessoas que aparentam ter menos idade que a faixa etária a que pertencem. Os *sem idade* aparentam ser jovens e vivem por mais tempo como jovens. Ainda não há consenso sobre uma designação específica para esse público, mas termos como “jovens eternos”, “sem idade”, “*ageless*”, “*mask of age*” e “*Homo juvenus*” podem estar associados, apesar de também serem utilizados para mencionar pessoas com aparência idosa (Rozendo, 2018; Silva, 2009).

De maneira geral, a vida dessas pessoas pode ser regada por uma rotina muito rígida, que envolve exercícios físicos; dieta radicalmente controlada; suplementação alimentar; terapia hormonal; procedimentos estéticos (invasivos e não invasivos); tratamentos com cosméticos anti-idade e antifotoenvelhecimento. Além das medidas voltadas para o corpo, há um complemento de cunho psicossocial, como a busca por um ciclo afetivo jovial; a autoidentidade; a indumentária; o comportamento e os trejeitos (Pereira & Penalva, 2014).

Uma evidência da grande busca por tratamentos anti-idade no país foi que, em 2018, os cosméticos lideraram o volume de vendas online (e-commerce) no Brasil, e o setor com mais aumento nos lucros,

conforme aponta relatório da empresa de pesquisa da agência Ebit (2019). Em outro levantamento, feito pela International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS, 2018) constatou-se que o país é o segundo maior adepto dos procedimentos estéticos no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. A mesma pesquisa aponta que o procedimento estético mais comum entre jovens, adultos e idosos (19 anos em diante) é a aplicação de toxina botulínica, representando 48,2% do total, seguida pela aplicação de ácido hialurônico (29,5%). O grupo que mais aderiu aos procedimentos estéticos foi o do sexo feminino, entre 34 e 50 anos. No Brasil, os procedimentos estéticos não cirúrgicos mais comuns, em 2018, foram: aplicação de botox (51%); aplicação de ácido hialurônico (32,9%); peeling químico (4,4%); fotorejuvenescimento (3,7%); e a aplicação de fio de sustentação de ácido polilático (2,6%).

A oferta e a demanda por procedimentos anti-idade vinculam-se diretamente com as práticas e saberes propagados pela medicina antienvhecimento e demais áreas de conhecimento voltadas à referida especialidade, consolidadas no início dos anos 1990, quando se distinguiram de outras especialidades afins como a gerontologia e a geriatria (Rozendo, 2018). O antienvhecimento envolve aspectos psicológicos e sociais, e, portanto, torna-se um campo profícuo de estudo a partir da teoria das representações sociais (TRS).

A TRS aborda as representações sociais como configurações de conhecimento do mundo socialmente produzidas e partilhadas, propiciando os processos de elaboração das comunicações sociais. A TRS é uma teoria construcionista sobre o pensamento social que demarca pertencimentos grupais (Camargo, Scholösser, & Giacomozzi, 2018). Com um caráter dinâmico, as representações sociais (RS) se revelam como uma rede de crenças, metáforas, comportamentos e imagens que se articulam de forma fluída e compartilhada nos grupos (Berri, Bousfield, Silva, & Silva, 2019).

Como RS, o antienvhecimento está intimamente relacionado às concepções da sociedade a respeito do envelhecimento e da velhice. Isso porque, concorda-se com Jodelet (1989/2005) quando a autora aponta que alguns objetos parecem suscitar representações intrinsecamente relacionadas a outras RS – como no caso do antienvhecimento –, o que nos apresenta, portanto, um sistema de representações sociais (SRS). Codol (1984) apresenta duas

definições de SRS, confirmadas em um amplo estudo bibliográfico sobre o tema (Félix, Andrade, Ribeiro, Correia, & Santos, 2016). Uma definição compreende o SRS como um princípio complexo que age sobre grupos e indivíduos na produção de RS. A outra o define como um sistema complexo que recai sobre o objeto a ser representado. Considera-se para este estudo que a segunda definição é bastante pertinente às RS sobre o antienvhecimento, já que essas não podem ser consideradas isoladamente ou apartadas das RS da velhice, de envelhecimento e do corpo.

Dessa forma, compreende-se que a corrida pelo antienvhecimento está diretamente conectada às RS sobre o envelhecimento, que retratam a velhice de maneira pejorativa, tornando-a indesejável (Debert, 2004). Em um amplo estudo transcultural, Beauvoir (1970/2018) mostra que existem duas formas gerais de representações da velhice – mas que também dependem da cultura, da economia, da tecnologia e da religião de cada sociedade. Uma delas é melhorativa e se ancora nos aspectos imateriais do envelhecimento, no sujeito que envelhece, e representam a velhice como memória, prudência, sabedoria, deputação etc. A outra, pejorativa, se ancora em aspectos materiais e no corpo que envelhece, vinculando a velhice à doença, à morte, à invalidez, à assexualidade e outros negativismos. A referida autora destaca as RS que associam velhice à fealdade, sobretudo em relação às mulheres. Já há séculos a literatura de escárnio; as tradições populares; o folclore e a cultura ocidental como um todo erigiram uma grande ojeriza ao corpo envelhecido, convertendo-o em um objeto ridicularizado e repugnante. Groisman (1999, 2002), por seu turno, atribui às instituições asilares e à geriatria uma função *sine qua non* na propagação de pejorativismos e patologismos sobre a velhice na modernidade.

Como consequência, na contemporaneidade, a juventude é exaltada, e a velhice, hostilizada. Sendo assim, parece fazer sentido a grande busca por manter-se jovem que se difundiu na atualidade. Essa tendência foi observada em estudos recentes em TRS, que apontam grande aceitação das práticas de antienvhecimento entre homens e mulheres em diferentes faixas etárias (Aguiar, 2016; Aguiar, Camargo, & Bousfield, 2017, 2018; Berri, Castro, & Camargo, 2016; Teixeira, Settembre, & Leal, 2007). Camargo, Goetz, Bousfield e Justo (2011) apontam que o padrão midiático de beleza enfatiza o corpo magro e jovem, representado por meio de normas estéticas

e práticas corporais que visam o embelezamento, até mesmo em detrimento da saúde.

Portanto, a mídia ocupa um papel importante na difusão do antienvhecimento, seja por meio de anúncios publicitários, seja por meio de matérias jornalísticas (Aguiar, 2016). De acordo com Wagner (1995), as RS, em geral, são construídas nos processos de comunicação, carregando idiosincrasias e metainformações grupais e individuais. Nesse sentido, o estudo da comunicação social e dos sistemas de comunicação definidos por Moscovici (1961/2012) se tornam fortes aliados para a compreensão da rápida e intensa dissipação do antienvhecimento no Brasil.

Conforme Moscovici (1981), as comunicações em massa são dispositivos de produção e disseminação de crenças, normas, valores e representações sociais, as quais se deslocam do saber científico para o conhecimento do senso comum. O autor as dividiu em três sistemas: a) a difusão, que se dirige ao grande público, com o intuito de informar, normalmente por meio de grandes canais de comunicação; b) a propagação, voltada a orientar teoricamente um grupo que é foco do meio de comunicação, por si mesmo, especializado; e c) a propaganda, voltada a um grupo específico e restrito, com o objetivo de incitar a uma determinada ação, sendo o grupo alvo e o canal de comunicação pequenos e restritos (Moscovici, 1961/2012).

Partindo desses pressupostos, esta pesquisa buscou analisar os conteúdos relativos ao antienvhecimento e os sistemas de comunicação aos quais se vinculam em revistas de grande circulação e no noticiário brasileiro, no portal de notícias *GI*, entre 1º de janeiro de 2016 e 31 de dezembro de 2019.

## Método

Trata-se de um estudo documental, descritivo e de corte longitudinal retrospectivo (Gil, 2008). Foram analisados conteúdos de revistas pagas, de grande circulação nacional, dirigidas a públicos específicos e disponíveis no site GoRead (<https://www.goread.com.br/>). Nessas revistas predomina uma abordagem mercadológica, devido à influência direta de anunciantes, que ocupam grande espaço nas publicações. Também foi analisado o conteúdo do site do portal de notícias *GI* (<https://g1.globo.com/>), gratuito, nacional e voltado ao público em geral. As revistas examinadas foram: *Claudia*; *Boa Forma*; *Carbono Uomo* e *VIP*, publicadas entre janeiro de 2016 e dezembro de 2019 (o mesmo período foi

utilizado em relação às matérias do *GI*). A escolha das revistas e do período analisado foi determinada pela disponibilidade de acervo virtual do GoRead, que indexa 231 revistas nacionais de gêneros distintos. Outro critério de seleção, referente aos títulos das revistas selecionadas, foi a abrangência do público alvo, e as revistas escolhidas contemplaram mulheres e homens adultos. Um último juízo de escolha foi a variedade do escopo das revistas, que englobaram, principalmente, saúde, moda, beleza e estilo de vida. No total, foram verificados 127 volumes.

O GoRead – que hospeda as revistas *Claudia*, *Boa Forma*, *Carbono Uomo* e *VIP* – e o *GI* oferecem ferramentas de busca por palavras nos seus sites. Em ambos foram feitas investigações por descritores – palavras inteiras e radicais – intimamente relacionados à temática do antienvhecimento, tais como: rugas; idade; *envelhec*; *rejuven*; antienvhecimento; *radicais livres*; *telomer*; hialurônico; botox; *lifting*; antioxidantes e retinóico. Alguns conteúdos relacionados aos descritores não se referiam ao antienvhecimento e, portanto, não fizeram parte da análise.

## Procedimentos

Foram exploradas variáveis comuns nas linhas de comando dos dois corpora, que buscaram mapear os principais temas encontrados nas matérias, como pele, organismo e saúde. Portanto, tais temas foram inseridos nas linhas de comando como grandes categorias. As principais referências nas quais se baseavam as matérias, como especialistas, mercado e autoridades do Estado, também foram inseridas nas linhas de comando. E as soluções recomendadas ao leitor, como hábitos saudáveis, uso de cosméticos, realização de procedimentos estéticos e cautela, esse último nos casos noticiados de procedimentos e produtos irregulares.

Entre anúncios, entrevistas e artigos analisados foram selecionados 105 textos do *GI* (portal nacional) e 118 das revistas supracitadas, formando dois corpora distintos. A divisão dos corpora foi necessária devido às particularidades de cada meio de comunicação – site de notícias e revistas.

Os corpora foram submetidos a uma Classificação Hierárquica Descendente (CHD) pelo programa IraMuTeQ (<http://www.iramuteq.org>). O referido software é gratuito e realiza diferentes formas de análises estatísticas sobre corpora textuais. O programa informático possibilita a quantificação e realização de cálculos estatísticos sobre as variáveis de essência

qualitativas. Este software formula classes, as quais podem indicar aspectos de representações nos estudos de RS, tendo em vista a centralidade das manifestações linguísticas. O recurso é utilizado nas ciências sociais, e é considerado uma ferramenta confiável na análise de conteúdo quali-quantitativa, empregando uma análise hierárquica descendente de classificação. De acordo com Sbalchiero (2018), esse método garante o uso e a coerência da análise de dados registrados pelo pesquisador. Dessa forma, o método Reinert garante a confiabilidade e a coerência da análise de dados independentemente do pesquisador, principalmente com uma grande quantidade de textos, e também a validade de medida dos dados, o que conjuga rigor científico com detalhes qualitativos.

O programa dividiu o corpus do *GI* em 1.943 segmentos de texto, 94,34% deles retidos na CHD

(1.833 segmentos). O corpus das revistas dividiu-se em 1.248 segmentos, dos quais 83,41% foram classificados (1.041 segmentos). Foram selecionadas as 20 primeiras palavras de cada classe que possuísem relação significativa com a classe verificada através de teste de qui-quadrado e (c) p-valor < 0,0001.

## Resultados

O software IRaMuTeQ dividiu o corpus do *GI* em dois subcorpora e, posteriormente, em quatro classes. Os títulos das classes foram designados conforme a análise da concordância das palavras, assim como pelo conjunto geral das palavras significativas. A Figura 1 apresenta as quatro classes produzidas pela CHD e as 20 primeiras palavras representativas de cada classe com as respectivas frequências e o qui-quadrado do corpus do *GI*.

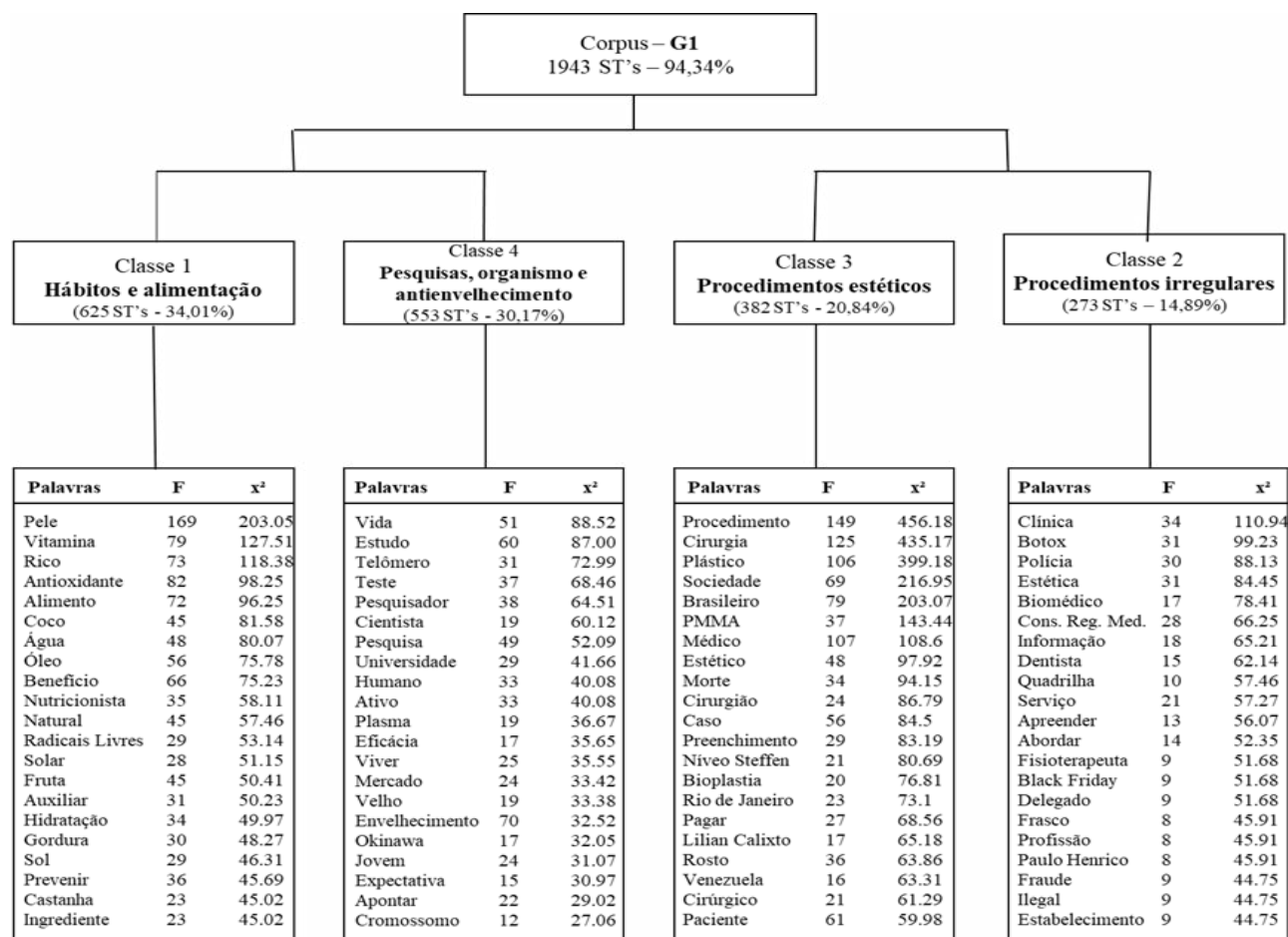


Figura 1

Dendrograma do corpus do *GI*.

As classes 1 e 4 guardam relação entre si, pois seus conteúdos trataram predominantemente do antienvhecimento como uma prática relacionada aos hábitos, alimentação e saúde.

A classe 1, denominada “Hábitos e Alimentação”, refere-se ao maior percentual das matérias dirigidas à temática antienvhecimento (34,01%). Nela, são abordadas práticas cotidianas, alimentares e hábitos do dia a dia relacionados com a inversão ou retardamento do processo de envelhecimento. Os segmentos classificados trazem pesquisas, matérias e anúncios publicitários com opinião de especialistas com foco nos hábitos cotidianos, sobretudo na alimentação e ingestão de líquidos. Essa classe se associou às variáveis pele, mercado e hábitos saudáveis.

O antienvhecimento assume uma importância secundária nesse agrupamento, que focou na promoção da saúde e longevidade. O mercado sinaliza sua presença divulgando produtos naturais de todos os tipos e finalidades. Entre os especialistas consultados, os mais recorrentes foram os da área de nutrição, dando orientações de receitas caseiras, como se nota no trecho: “Suco refrescante, composto de abacaxi, hortelã, água de coco, pepino, semente de abóbora. Benefícios: ótimo digestivo, hidratante, evita o envelhecimento e ajuda na proteção da pele. Palavra da nutricionista” (Rossi, 2017).

A classe 4, “Pesquisas, Organismo e Antienvhecimento”, contém reportagens sobre pesquisas mais recentes – do final do século XX até os dias atuais – e expõe informações sobre descobertas científicas, principalmente sobre os avanços da biomedicina e da biotecnologia nos estudos em genética, com foco no DNA e seus componentes, com especial atenção aos *telômeros* e à enzima *telomerase* (Shubernetskaya et al., 2017). A essa classe se associaram as variáveis organismo, especialistas e hábitos saudáveis.

As matérias basearam-se no conhecimento científico, e a busca pelo antienvhecimento associava-se a fatores como combate às mutações genéticas (câncer), doenças em geral e ao envelhecimento do subjetivo do sujeito (do espírito) e do organismo, tal como observa-se na matéria de 3 de março de 2018:

Um grupo de nutricionistas e biólogas, desenvolveu na Universidade de Brasília uma

pesquisa que comparou 12 frutos do Cerrado com a maçã. A fruta é conhecida pelo seu poder antioxidante. Os frutos que nós estudamos apresentaram atividade antioxidante, efeito protetor, que variou de três a 40 vezes superior ao encontrado na maçã... Na maratona por uma saúde melhor, o pequi se revelou um anti-inflamatório natural. Foi o que comprovou uma pesquisa feita pelo laboratório de genética da UnB. Mais de cem atletas testaram o óleo de pequi. Essa capacidade antienvhecimento da fruta pode fazer dele um ingrediente na fórmula da juventude que todos procuram (“Fruto do Cerrado”, 2018).

As classes 3 e 2 mantêm relação entre si, pois seus conteúdos trataram, predominantemente, dos procedimentos e produtos estéticos irregulares.

A classe 3, “Procedimentos Estéticos”, agregou as advertências sobre os procedimentos estéticos antienvhecimento, bastante comuns no portal de notícias. A essa classe se associaram as variáveis saúde, autoridade de Estado e cautela. As notícias tratavam de fraudes, contrabando, comércio e procedimentos ilegais de produtos, principalmente o botox e o PMMA (polimetilmetacrilato, utilizado em bioplastias). Foram frequentemente noticiados nos textos dessa classe casos de pessoas, principalmente mulheres, que morreram ou tiveram complicações nesses procedimentos, sobretudo em clínicas irregulares e com profissionais não habilitados. A palavra “sociedade”, terceira mais frequente nessa classe, na maioria das vezes, referiu-se à Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, referência importante nas matérias. Menções a investigações policiais também foram muito frequentes, colocando em evidência as autoridades da segurança pública e da justiça:

O *GI* buscou na época o registro do médico no portal oficial da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, mas entre os cinco profissionais que constam no site, o nome do médico envolvido na investigação não constava. As apurações mostraram ainda que o consultório não tinha equipe profissional capacitada para realizar a anestesia nos pacientes e nem estrutura adequada para os procedimentos estéticos. Não foi informado se o inquérito está concluído (Alves, 2017).

A cidade do Rio de Janeiro foi onde aconteceu o maior número de ocorrências policiais, e o rosto foi a parte do corpo das pessoas em que aconteceu a maior parte dos incidentes.

A classe 2, “Procedimentos Irregulares”, foi associada às mesmas variáveis da classe 3. Na mesma linha de raciocínio, seu conteúdo tratou de clínicas e profissionais envolvidos em procedimentos irregulares. O crime organizado, as fraudes sistematizadas e a reincidência de profissionais e clínicas não habilitados deram a tônica do conteúdo.

A chamada da matéria a seguir mostra bem esse destaque: “Clínica de estética é fechada em Cuiabá sem licença de funcionamento, falta de higiene e materiais vencidos. Responsável pelo estabelecimento... se apresentou com outro nome e não possuía formação técnica para aplicar os serviços oferecidos na clínica” (“Clínica de Estética”, 2019).

A Figura 2 é o dendrograma resultante da classificação feita pelo IRaMuTeQ sobre o corpus das revistas *Claudia*, *Boa Forma*, *Carbono Uomo* e *VIP*, disponíveis no site GoRead.

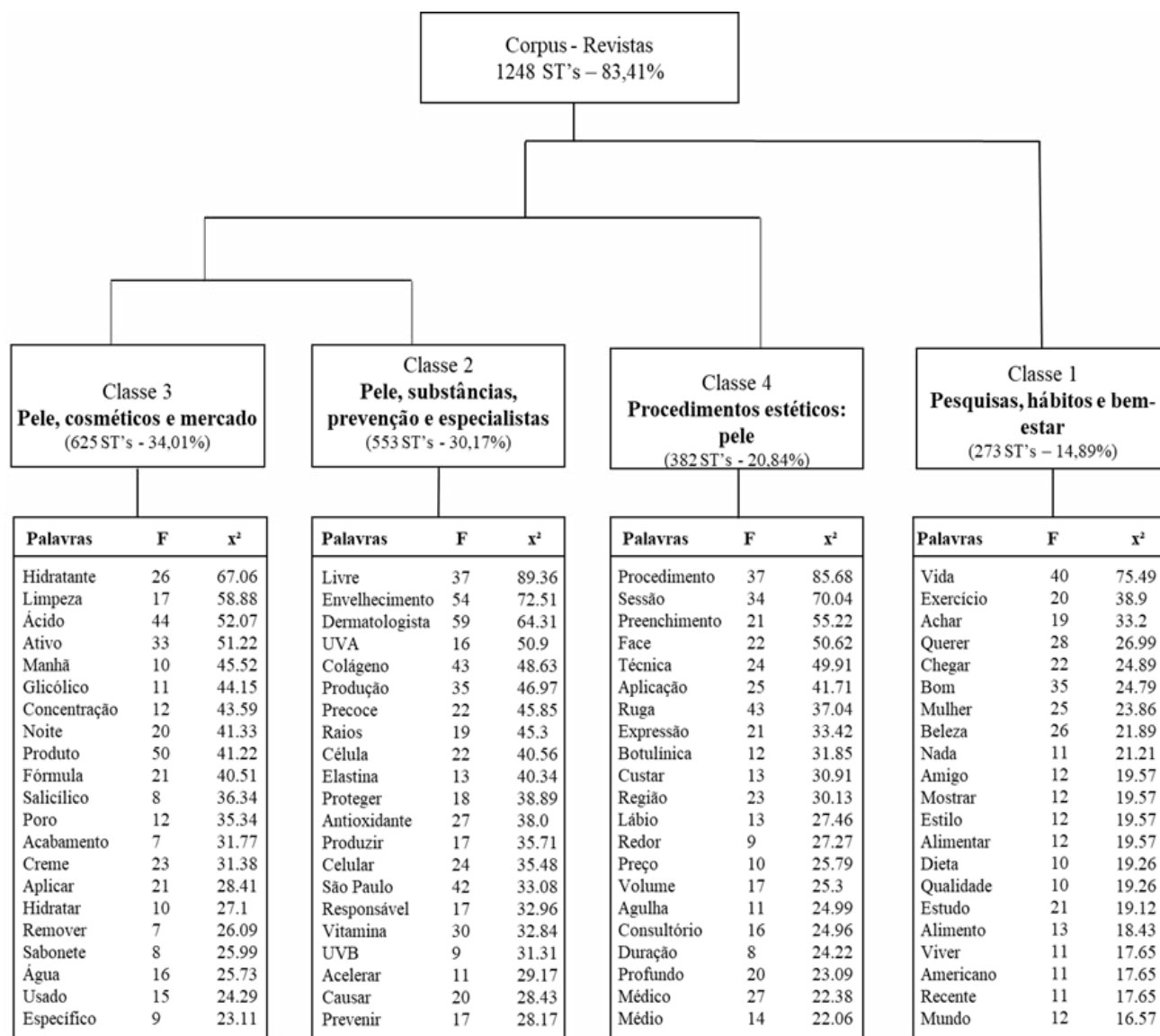


Figura 2  
Dendrograma do corpus das revistas.

O software IRaMuTeQ dividiu o corpus das revistas em quatro classes, nomeadas conforme a análise de concordância das palavras, assim como pelo conjunto geral das palavras significativas. As classes 3, 2 e 4 guardam relação entre si, pois seus conteúdos trataram predominantemente das ações de antienvelhecimento baseadas nos cuidados com a pele.

A classe 3, “Pele, Cosméticos e Mercado”, focou em anúncios de cosméticos, bastante comuns nas revistas, tendo sido associada às variáveis pele, mercado e cosméticos. A principal temática do antienvelhecimento foi a pele, sobretudo do rosto, do pescoço e do colo. Notou-se uma forte influência dos anunciantes da indústria de cosméticos no conteúdo. Os principais produtos divulgados nessa classe foram os hidratantes compostos, principalmente, por ácidos (hialurônico, glicólico, salicílico, láctico etc.) e as vitaminas com propriedades antioxidantes, como a C, tal como se observa no conteúdo da edição de janeiro de 2019 da revista *Claudia*.

As opções [de máscaras faciais] voltadas para combater as marcas do tempo não substituem os produtos de tratamento diário, mas agem como um *boost*, promovendo cuidado intensivo. As de efeito *lifting* servem também para dar uma levantada na expressão antes de uma festa, por exemplo, já que proporcionam resultado imediato, afirma... dermatologista. Essa categoria engloba as de ação tensora, procure por colágeno e peptídeos na lista de ingredientes, clareadora, com vitamina C e ácido linoleico e ácido glicólico e preenchedora, com ácido hialurônico, principalmente. Após a aplicação, faça uma breve massagem com as mãos para aproveitar ao máximo os ativos. Não enxágue, recomenda Sônia. Use uma ou duas vezes por semana ou conforme indicação médica. Génifique Hydrogel Melting, Lancôme, R\$ 399,00, kit com quatro unidades (Fernandes, 2019, p. 21).

A classe 2, intitulada “Pele, Substâncias, Prevenção e Especialistas”, associou-se às variáveis pele, especialistas e cosméticos. O conteúdo tratou da prevenção do envelhecimento solar, ou fotoenvelhecimento. A principal palavra classificada, “livre”, refere-se majoritariamente ao termo “radical livre”, ou seja, moléculas consideradas causadoras de danos à pele. Os principais cosméticos divulgados

foram os bloqueadores da luz solar, como protetores ou produtos que estimulem a produção de substâncias com propriedades antienvelhecimento no próprio corpo, como colágeno e elastina. Notou-se, nessa classe, maior dissipação de conhecimentos de pesquisas, como no trecho a seguir, da edição de setembro de 2017 da revista *Claudia*:

De acordo com a publicação científica *Photochemistry and Photobiology*, da Sociedade Americana de Fotobiologia, a radiação UVA do sol responde por cerca de 67% da produção de radicais livres pelo corpo, responsáveis pelo envelhecimento, enquanto a luz visível gera em média 33%. Isso é suficiente para causar manchas e alterações no DNA da célula, diz a dermatologista (Morelli, 2017, p. 46).

A classe 4, “Procedimentos Estéticos: Pele”, foi associada às variáveis pele, especialistas e procedimentos estéticos. Foram agregados conteúdos com descrição dos principais procedimentos estéticos, invasivos e não invasivos, voltados principalmente ao rosto, como preenchimento com ácido hialurônico; aplicação de botox; laser; microagulhamento; sutura silhouette com ácido polilático e cirurgias como o lifting facial. Díspar ao *G1*, não foram relatados casos em que tais procedimentos foram malsucedidos em nenhuma das revistas analisadas. O trecho abaixo, da edição de abril de 2018 da revista *Boa Forma* resume o conteúdo veiculado pela classe 4.

Os contornos faciais são redefinidos e as rugas, reduzidas, afirma a dermatologista..., do Rio de Janeiro. O produto, injetável, indicado para aplicações nas têmporas, nas maçãs do rosto, nas mandíbulas e no queixo, oferece duração de um a quatro anos, dependendo da formulação escolhida: São quatro apresentações, e o médico elege a ideal para cada paciente de acordo com a perda de firmeza... O procedimento, realizado em consultório, leva cerca de 30 minutos e é praticamente indolor, pois as regiões da picadinha recebem um anestésico (Hollo, 2018, p. 72).

A classe 1, intitulada “Pesquisas, Hábitos e Bem-Estar”, se destacou das demais desse corpus, associando-se às variáveis saúde, especialistas



e hábitos. O antienvelhecimento é abordado com foco no bem-estar e na longevidade, como resultado de um estilo de vida saudável, que inclui uma rotina de exercícios físicos e a proteção solar, como prevenção ao fotoenvelhecimento, tal como é possível observar na matéria da edição de maio de 2017 da revista VIP:

A receita para viver mais e melhor é simples, aplicá-la em sua vida é que pode ser um tanto complexo. Saúde e vida longa dependem de seu estilo de vida. Apenas isso. A ciência descobriu, após anos e anos de pesquisas, que devemos voltar ao básico. A matemática é a seguinte: bons hábitos alimentares mais exercícios físicos constantes mais atividades para combater o estresse: você saudável aos 100 anos. Durante centenas de anos, até mais ou menos o século XVIII, moradores de vilarejos chineses tinham como costume pagar por suas consultas ao médico da comunidade apenas quando estavam sãos (Lima, 2017, p. 57).

Reassumindo os resultados, observamos que o antienvelhecimento foi abordado em maior frequência pelas revistas voltadas para as mulheres adultas (*Claudia e Boa Forma*). Já as revistas voltadas para os homens adultos (*VIP e Carbono Uomo*) tiveram uma participação pequena na composição do corpus, representando cerca de 10% das linhas de comando. Apesar de veicular menor quantidade de matérias sobre antienvelhecimento, o conteúdo desse tipo encontrado nas revistas masculinas não se diferenciou significativamente daqueles divulgados nas revistas femininas, exceto por maior frequência de temáticas relacionadas ao cabelo e pelas menções à barba. Quanto aos assuntos veiculados pelo portal de notícias *GI*, as matérias focaram mais na promoção de saúde, longevidade e bem-estar, alertando ainda para os riscos relacionados aos procedimentos e produtos estéticos irregulares.

## Discussão

Este estudo objetivou analisar a difusão e propagação de conteúdos relativos ao antienvelhecimento, em revistas de grande circulação e no portal de notícias *GI*, entre 1º de janeiro de 2016 e 31 de dezembro de 2019.

A maior parte das referências midiáticas se apoiaram em pesquisas científicas e nas opiniões de especialistas, endossando os princípios precípuos

da formação das RS, que, conforme Moscovici (1961/2012), é intermediada pelos meios de comunicação na transcrição do conhecimento científico para conhecimento do senso comum, prático e do cotidiano. Ainda pautando-se nos fundamentos da TRS propostos por Moscovici (1961/2012), considerando o conteúdo analisado, seria possível classificar as revistas como um sistema de comunicação predominantemente de propaganda, uma vez que têm uma intenção clara de induzir o leitor a uma ação: o consumo de produtos e serviços flagrantemente vinculados aos interesses dos anunciantes. O portal de notícias, por sua vez, se enquadraria no sistema de difusão, já que busca levar a informação ao público geral de forma mais neutra, não buscando, diretamente, induzir ao consumo de determinado produto ou serviço.

O conjunto do conteúdo analisado nesta pesquisa sugere que a mídia contribui para dissipar três possíveis ancoragens relacionadas ao antienvelhecimento. Uma delas, focada na subjetividade, ou espírito, compreende o envelhecimento como uma experiência subjetiva. Outra, voltada à saúde, relaciona o envelhecimento a processos biológicos, do organismo, e busca a preservação da funcionalidade corporal e o poder de autonomia. Enfim, a última é focada na beleza e compreende o envelhecimento como uma experiência estética.

A associação intrínseca do antienvelhecimento com o processo de envelhecer conduz a formação de um SRS complexo e de caráter histórico. Conforme Félix et al. (2016), o SRS forma um conjunto de representações interconectadas e interdependentes de diferentes objetos que coexistem na mesma situação e interagem entre si, justificando que objetos de representação não são independentes. Os objetos, complexos, como o antienvelhecimento, se inter-relacionam no decorrer da história constituindo sistemas em constante transformação, de acordo com o dinamismo da realidade social. Camargo e Wachelke (2010) propõem outra relação pertinente, dessa vez entre os SRS, com o conceito de *Themata* apresentado originalmente por Moscovici e Vignaux (2003). A *Themata* tem longa duração e origem histórica, se apresenta como um núcleo central dos SRS e conecta ideias opostas como vida e morte (Camargo & Wachelke, 2010) ou envelhecimento e antienvelhecimento; jovem e velho; belo e feio.

Duas grandes representações do SRS do antienvelhecimento foram confirmadas no presente estudo.

A primeira, voltada aos cuidados com a saúde, com vistas à promoção ou manutenção da jovialidade, enquanto característica biológica e interior. A segunda busca sobretudo a beleza, tendo como finalidade principal a estética, voltada para o exterior (Aguiar, 2016; Aguiar et al., 2018; Camargo et al., 2011; Goetz, Camargo, Bertoldo, & Justo, 2008; Teixeira et al., 2007). Na primeira RS – de matriz biológica – o *método natural* de antienvelhecimento, apontado por Teixeira et al. (2007), prevalece tal como a adoção de dieta e hábitos saudáveis. Notam-se, aqui, alguns preceitos seculares e fundadores da gerontologia (Metchnikoff, 1907), o que caracteriza essa RS como histórica e duradoura. Na segunda RS – de matriz estética – os procedimentos estéticos e o uso de cosméticos estabelecem relação com os métodos cirúrgicos, clínicos e cosmetológicos de antienvelhecimento (Teixeira et al., 2007).

O padrão midiático de beleza jovial dissipado nas revistas analisadas demanda uma série de procedimentos estéticos, produtos cosméticos, a adoção de hábitos e rotina apresentados como simples e acessíveis. Esse ideal conduz a um paradoxo quando não há correspondência entre a “imagem corporal difundida nas publicações e a imagem corporal real da maioria das pessoas, levando-as muitas vezes a buscar tais padrões associados ao corpo por meio de sacrifícios que chegam à doença ou até à morte” (Goetz et al., 2008, p. 234). Nessa lógica, o envelhecimento deixa de ser um processo natural da vida e passa a ser representado como uma experiência fracassada e opcional (Silva, 2009).

Coutinho, Tomazeti e Acosta (2013) acreditam que pesa, sobre o corpo das mulheres, um investimento médico e estético muito maior em comparação ao dos homens. O fato de 90% do conteúdo do corpus das revistas deste estudo estarem naquelas destinadas ao público feminino reforça tal hipótese, assim como os ensinamentos de Beauvoir (1970/2018) a respeito da normatização do corpo das mulheres. Historicamente – assim como na atualidade – o corpo feminino tem sido disciplinado e enquadrado em padrões de beleza, com destaque à jovialidade e tendo como finalidade a constituição de um objeto de satisfação sexual masculina (Beauvoir, 1970/2018). Dessa forma, justifica-se o apelo do antienvelhecimento sobre a pele de áreas mais expostas e observáveis do corpo, como rosto, pescoço, colo e mão.

Já os homens vivenciam outras experiências com o corpo que os afastam das representações associadas

a funções sociais ou beleza. Ao analisar as RS do corpo de homens idosos, Silveira (2019) observou que essas ancoram-se em dois núcleos figurativos, um funcional e outro metafísico. De um lado, o universo masculino representa o corpo como uma ferramenta de trabalho ou de atividade sexual. Do outro, como uma doação divina, para acolhimento do espírito e da mente; o que indica um afastamento da dimensão social.

Apesar de associar alguns conteúdos à temática do antienvelhecimento, o portal de notícias *GI* se inclinou mais para os conhecimentos propagados pela geriatria e gerontologia, com foco na promoção de saúde, bem-estar, longevidade, autonomia, envelhecimento ativo e saudável, por meio de hábitos saudáveis. Essas são, na realidade, as égides da terceira idade já bastante difundidas no imaginário social e, de certa forma, cristalizadas nas RS da sociedade em geral. Nesse sentido, Silveira (2019) assegura que as principais preocupações de homens e mulheres da terceira idade em relação ao corpo é a saúde e a longevidade, enquanto os sinais do envelhecimento corporal são aceitos com resiliência.

Enfim, o conteúdo analisado nas mídias revela a estrutura de propagação de RS, que irão incidir diretamente nas experiências do envelhecimento, conforme as áreas específicas de conhecimento. De um lado, o antienvelhecimento busca retardar, interromper ou reverter processos do envelhecer com vistas a produzir resultados primordialmente estéticos. Do outro, a gerontologia e a geriatria promovem o envelhecimento ativo e saudável, buscando produzir, sobretudo, resultados fisiológicos e extensão da vida com autonomia. Cada um desses ramos do saber produzem experiências visíveis e subjetivas de envelhecimento nos seus seguidores, que, por sua vez, irão se materializar em RS distintas no imaginário coletivo. Os veículos de comunicação exercem uma função nevrálgica nesse processo de simplificação dos conhecimentos científicos, que desencadeiam práticas e conhecimentos populares, engrenagem fundamental da formação das RS (Moscovici, 1961/2012).

## Considerações Finais

O anseio humano pela busca de métodos eficientes de antienvelhecimento data de tempos imemoriais e encontra, na atualidade, um conjunto de técnicas, conhecimentos, produtos e serviços capazes de produzir efeitos visíveis nos corpos que buscam a jovialidade. Com isso, reforça-se o padrão jovem

como meta de beleza e sucesso, já o padrão velho, de fealdade e fracasso, inerente às RS divulgadas pelas revistas, principalmente as femininas. Urge uma revisão dos significados do corpo e da velhice que demandará implicação dos meios de comunicação.

A redução do feminino ao corpo, enquanto objeto, gera uma sociedade excludente àquelas que se desviam desse padrão. A negação e ojeriza associadas à velhice produz efeitos semelhantes, como a exclusão e ostracismo daqueles que envelhecem.

## Referências


- Aguiar, A. (2016). *Envelhecimento e rejuvenescimento em contextos intergrupais antagônicos: Representações sociais e práticas corporais* [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Repositório institucional UFSC. <https://bit.ly/3SZAXvK>
- Aguiar, A., Camargo, B. V., & Bousfield, A. B. S. (2017). Representações sociais e práticas corporais de rejuvenescimento para mulheres de meia-idade. *Psicologia e Saber Social*, 6(1), 47-66. <https://doi.org/10.12957/psi.saber.soc.2017.30665>
- Aguiar, A., Camargo, B. V., & Bousfield, A. B. S. (2018). Envelhecimento e prática de rejuvenescimento: Estudo de representações sociais. *Psicologia, Ciência e Profissão*, 38(3), 494-506. <https://doi.org/10.1590/1982-37030004492017>
- Alves, J. (2017, 19 de outubro). Vigilância autua consultório médico no AP investigado por sequelas em pacientes. *GI*. <http://glo.bo/3T4EDwt>
- Beauvoir, S. (2018). *A velhice* (2a ed., M. H. F. Monteiro, Trad.). Nova Fronteira. (Trabalho original publicado em 1970)
- Berri, B., Bousfield, A. B. S., Silva, E. Z. P., & Silva, M. L. B. (2019). Representações sociais da deficiência física na revista *Veja* (1968-2016). *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 71(2), 193-208.
- Berri, B., Castro, A., & Camargo, B. V. (2016). Representações sociais relacionadas às práticas de rejuvenescimento. *Psicologia em Pesquisa*, 10(2), 21-30.
- Camargo, B. V., Goetz, E. R., Bousfield, A. B. S., & Justo, A. M. (2011). Representações sociais do corpo: Estética e saúde. *Temas em Psicologia*, 19(1), 257-268.
- Camargo, B. V., Wachelke, J. F. (2010). The study of social representation systems: Relationships involving representations on aging, AIDS and the body. *Papers on Social Representations*, 19, 21.1-21.21.
- Camargo, B. V., Scholösser, A. & Giacomozzi, A. I. (2018). Aspectos epistemológicos do Paradigma das Representações Sociais. In M. P. C. Coutinho, L. F. Araújo, & L. Araújo (Eds.), *Representações sociais e práticas psicossociais* (pp. 257-267). Editora CRV.
- Clínica de estética é fechada em Cuiabá sem licença de funcionamento, falta de higiene e materiais vencidos. (2019, 29 de agosto). *GI*. <http://glo.bo/3Mdx3NM>
- Codol, J. P. (1984). On the system of representations in an artificial social situation. In R. Farr & S. Moscovici (Orgs.), *Social representation* (pp. 239-253). Cambridge University Press.
- Coutinho, R. X., Tomazeti, R. V., & Acosta, M. A. F. (2013). Representação de corpo na velhice: O corpo real versus o corpo social. *Kairós Gerontologia*, 16(4), 215-236.
- Debert, G. G. (2004). *A reinvenção da velhice*. Edusp.
- Ebit. (2019). *Webshoppers 2018* (38a ed.). <https://bit.ly/3yle7XG>
- Félix, L. B., Andrade, D. A., Ribeiro, F. S., Correia, C. C. G., & Santos, M. F. S. (2016). O conceito de Sistemas de Representações Sociais na produção nacional e internacional: Uma pesquisa bibliográfica. *Psicologia e Saber Social*, 5(2), 198-217. <https://doi.org/10.12957/psi.saber.soc.2016.20417>
- Fernandes, D. (2019, janeiro). Máscaras faciais: Mania na rotina de cuidados, elas nutrem e revitalizam a pele – e têm rendido uma onda de postagens no Instagram. *Claudia*, 688, 20-21.
- Fruto do Cerrado, pequi possui poderosos benefícios para a saúde. (2018, 2 de março). *GI*. <http://glo.bo/3RPlsFQ>
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6a ed.). Atlas.
- Goetz, E. R., Camargo, B. V., Bertoldo, R. B., & Justo, A. M. (2008). Representação social do corpo na mídia impressa. *Psicologia & Sociedade*, 20(2), 226-236. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822008000200010>

- Groisman, D. (1999). Asilo de velhos: Passado e presente. *Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento*, 2, 67-87. <https://doi.org/10.22456/2316-2171.5476>
- Groisman, D. (2002). A velhice, entre o normal e o patológico. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 9(1), 61-78. <https://doi.org/10.1590/S0104-59702002000100004>
- Haddad, E. G. M. (1986). *A ideologia da velhice*. Cortez.
- Hollo, k. (2018, abril). Vai dar o que falar. *Boa Forma*, 378, 72-76.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2019). *Tábua completa de mortalidade para o Brasil – 2018*. <https://bit.ly/3CBmbFh>
- International Society of Aesthetic Plastic Surgery. (2018). *ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed in 2018*. <https://bit.ly/3eg7e3c>
- Jodelet, D. (2005). *Loucuras e representações sociais* (L. Magalhães, Trad.). Vozes. (Trabalho original publicado em 1989)
- Laslet, P. (1989). *A fresh map of life: The emergence of the Third Age*. Weidenfeld and Nicolson.
- Lima, C. C. (2017, maio). Qualidade de vida. *VIP*, 384, 57-67.
- Metchnikoff, E. (1907). *The prolongation of life*. Butterworth-Heinemann.
- Morelli, F. (2017, setembro). 4 vilões da vida moderna que agridem a pele. *Claudia*, 681, 46-47.
- Moscovici, S., & Vignaux, G. (2003). O conceito de Themata. In S. Moscovici (Ed.), *Representações sociais: Investigações em psicologia social* (P. Guareschi, Trad., pp. 215-250). Vozes.
- Moscovici, S. (1981). On social representation. In J. P. Forgas (Org.), *Social cognition: Perspectives on everyday understanding* (pp. 181-209). Academic Press.
- Moscovici, S. (2012). *A psicanálise, sua imagem e seu público* (S. Fuhrmann, Trad.). Vozes. (Trabalho original publicado em 1961)
- Pereira, C. S., & Penalva, G. A. (2014). Nem todas querem ser Madonna: Representações sociais da mulher carioca, de 50 anos ou mais. *Estudos Feministas*, 22(1), 173-193. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2014000100010>
- Rossi, M. (2017, 3 de março). Nutricionista de SP lista cinco sucos refrescantes ideais para o verão. *GL*. <http://glo.bo/3CGFsWP>
- Rozendo, A. S. (2018). Essay about Homo Juventus: A brief history about the formation of anti-aging medicines discourses between 19th and 20th centuries. *Journal of Aging Research Open Access*.
- Sbalchiero, S. (2018). Finding topics: A statistical model and a quali-quantitative method. In A. Tuzzi (Ed.), *Tracing the life-course of ideas in the humanities and social* (pp. 189-210). Springer.
- Shubernetskaya, O., Skvortsov, D., Evfratov, S., Rubtsova, M., Belova, E., Strelkova, O., Cherepaninets, V., Zhironkina, O., Olovnikov, A., Zvereva, M., Dontsova, O., & Kireev, I. (2017). Interstitial telomeric repeats-associated DNA breaks. *Nucleus*, 8(6), 641-653. <https://doi.org/10.1080/19491034.2017.1356501>
- Silva, L. R. F. (2009). Autonomia, imperativo à atividade e “máscara da idade”: Prerrogativas do envelhecimento contemporâneo. *Psicologia & Sociedade*, 21(1), 128-134. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822009000100015>
- Silveira, A. (2019). *Representações sociais do corpo, bem-estar psicológico e social e práticas de cuidado corporal adotadas por idosos* [Dissertação de mestrado não publicada]. Universidade Federal de Santa Catarina.
- Teixeira, M. C. T. V., Settembre, F. M., & Leal, S. B. (2007). A survey of women's social representations of aging and rejuvenation. *The Spanish Journal of Psychology*, 10(01), 104-114. <https://doi.org/10.1017/S1138741600006363>
- United Nations. (2017). *World population ageing 2017*. <https://bit.ly/3Vd9DMq>
- United Nations. (2019). *World Population Ageing 2019*. <https://bit.ly/3T1HGp6>
- Vellas, P. (2009). *As oportunidades da terceira idade* (C. Stieltjes & R. Taam, Trans.). Eduem.
- Wagner, W. (1995). Social representations, group affiliation, and projection: Knowing the limit of validity. *European Journal of Social Psychology*, 25(2), 125-139. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420250202>

*Adriano da Silva Rozendo*

Professor doutor do curso de Psicologia da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), Dourados – MS. Brasil.


E-mail: [adrianorozendo@ufgd.edu.br](mailto:adrianorozendo@ufgd.edu.br)

 <https://orcid.org/0000-0003-4609-8042>

*Andréa Barbará da Silva Bousfield*

Professora doutora do Programa de Pós-Graduação em Psicologia e do Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis – SC. Brasil.


E-mail: [andreabs@gmail.com](mailto:andreabs@gmail.com)

 <https://orcid.org/0000-0002-4333-4719>

*Andréia Isabel Giacomozzi*

Professora doutora do Programa de Pós-Graduação em Psicologia e do Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis – SC. Brasil.

E-mail: [agiacomozzi@hotmail.com](mailto:agiacomozzi@hotmail.com)

 <https://orcid.org/0000-0002-3172-5800>

Endereço para envio de correspondência:

Universidade Federal de Santa Catarina. Rua Engenheiro Agrônomo Andrei Cristian Ferreira, 476, bloco E/F, Carvoeira. CEP: 88040-535. Florianópolis – SC. Brasil.

*Recebido* 09/06/2020

*Aprovado* 22/03/2021

*Received* 06/09/2020

*Accepted* 03/22/2021

*Recibido* 09/06/2020

*Aceptado* 22/03/2021

*Como citar:* Rozendo, A. S., Bousfield, A. B. S., & Giacomozzi, A. I. (2022). Difusão e Propaganda sobre Antienvelhecimento na Mídia Brasileira: Um Estudo de Representações Sociais. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 42, 1-13. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003239357>

*How to cite:* Rozendo, A. S., Bousfield, A. B. S., & Giacomozzi, A. I. (2022). Diffusion and Propaganda About Anti-aging in Brazilian Media: A Study of Social Representations. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 42, 1-13. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003239357>

*Cómo citar:* Rozendo, A. S., Bousfield, A. B. S., & Giacomozzi, A. I. (2022). Difusión y Propaganda Sobre el Antienvejecimiento en los Medios de Comunicación Brasileños: un Estudio de las Representaciones Sociales. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 42, 1-13. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003239357>