

Beleza que encanta: a representação da velhice na capa da revista de moda Vogue Philippines

Fabiano Eloy Atílio Batista



O envelhecimento da população é um fenômeno mundial que ocorre em decorrência de diversos fatores, como avanços na medicina, redução da taxa de fecundidade e aumento da expectativa de vida.

Apesar de muitas vezes ser visto como um problema, o envelhecimento da população pode ser encarado de forma otimista. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), em 2020, o número de pessoas com 60 anos ou mais no mundo ultrapassou pela primeira vez a marca de um bilhão, o que representa cerca de 13% da população global. Essa proporção deverá crescer para 25% em 2050, ou seja, um quarto da população mundial terá mais de 60 anos (OMS, 2020).

Sendo assim, são cada vez mais fundamentais estudos que abordam sobre o envelhecimento em perspectivas diversas para que possamos compreender as diversas mudanças biológicas, psicológicas e sociais desses sujeitos para que se possa contribuir para uma maior qualidade de vida e bem-estar nesta etapa da vida. Como afirma a psicóloga Heloisa Lima (2003), o envelhecimento deve ser visto como uma oportunidade para desenvolver novas habilidades, novos projetos e novos interesses. Dessa forma, os estudos sobre envelhecimento são cruciais para enfrentarmos os desafios e aproveitarmos as oportunidades que a longevidade oferece.

Segundo a teoria do envelhecimento bem-sucedido, proposta por Rowe e Kahn (1997), o envelhecimento pode ser uma fase de realização pessoal e satisfação, que não está necessariamente associada a doenças e incapacidades. Dessa forma, o envelhecimento bem-sucedido não se trata apenas de uma questão biológica, mas sim de um processo multidimensional que envolve aspectos sociais, psicológicos e comportamentais.

Além disso, o envelhecimento da população pode trazer benefícios para a sociedade como um todo. Com o aumento da expectativa de vida, as pessoas tendem a continuar trabalhando e contribuindo para a economia e a sociedade por mais tempo. Ainda, os idosos podem desempenhar um papel fundamental na transmissão de conhecimentos e valores para as gerações mais novas, contribuindo para a formação de uma sociedade mais consciente e responsável.

Nesse sentido, este texto busca enfatizar, por meio de uma análise visual da capa da revista de moda *Vogue Philippines*, como a velhice pode e deve ser representada nos meios de comunicação como uma importante fase da vida. Assim, nesta edição da revista em análise, temos o prazer de vislumbrar uma centenária, sendo a mulher mais velha a posar para a revista de moda e que esbanja autoestima e vitalidade, além de demonstrar toda a sua beleza nesta mágica fase da vida.

O envelhecer é mágico

Diversos são os estudos que buscam compreender, sobre perspectivas diversas, o processo de envelhecimento e as suas relações em/na sociedade. Os estudos, em grande parte, têm apontado para uma valorização da velhice e propondo que os meios de comunicação possam maximizar as potencialidades desta fase da vida (PIRES TEIXEIRA, 2023; JUNIOR; BATISTA, 2020; TEIXEIRA; FARIAS; ZAMPIER, 2018; SCHEMES; MONTARDO; PRODANOV, 2017; BATISTA; CAIXETA, 2019; BATISTA; JUNIOR; OLIVEIRA, 2019; CIRILLO, 2012; BRANDÃO, 2007; CARSTENSEN, 2006; KALACHE, 2006; DEBERT, 2004; BEAUVOIR, 1976; dentre outros).

Segundo a pesquisadora americana Laura Carstensen (2006), o processo de envelhecimento pode ser encarado como uma oportunidade para o desenvolvimento pessoal e a busca por novas metas e objetivos. Para ela, a chave para um envelhecimento saudável está na adaptação às mudanças e desafios que a idade traz, sem deixar de lado a vontade de explorar novas possibilidades e oportunidades.

Carstensen (2006) parte da premissa de que a idade não é um fator determinante para a satisfação e o bem-estar. A autora enfatiza sobre a importância da adaptação às mudanças que ocorrem com a idade (assim como em qualquer fase de nossas vidas), sem deixar de lado a vontade de explorar novas possibilidades e oportunidades. Ela ainda destaca que as pessoas mais velhas têm habilidades e conhecimentos únicos, que podem ser valiosos tanto para si mesmas quanto para a sociedade como um todo.

Ainda segundo a autora, outro importante aspecto sobre o processo de envelhecimento é de que as pessoas mais velhas, embora não seja uma exclusividade delas, podem se beneficiar de uma maior conscientização sobre o tempo limitado que têm pela frente. Ela argumenta que a percepção do tempo como algo finito pode levar a uma maior valorização das experiências positivas e a uma maior disposição para tomar riscos e tentar coisas novas (CARSTENSEN, 2006).

O presidente do Centro Internacional de Longevidade Brasil (International Longevity Centre Brazil - ILC-BR) Alexandre Kalache (2006), destaca a importância do envelhecimento ativo, que consiste em manter uma vida ativa, com participação social, prática de exercícios físicos e alimentação saudável. Ele defende que o envelhecimento ativo é um fator determinante para uma velhice saudável e feliz, com mais qualidade de vida e independência.

Kalache (2006) aponta para a necessidade de se adotar uma abordagem mais integrada do envelhecimento, que leve em conta não apenas aspectos físicos, mas também sociais, culturais e psicológicos. Assim, o autor argumenta que a velhice não é uma fase homogênea e que é preciso levar em conta as diferenças individuais, culturais e sociais. Ele também enfatiza a importância de se investir em políticas públicas que promovam o envelhecimento saudável, como programas de vacinação, controle de doenças crônicas e incentivo à atividade física. Ele destaca que a promoção da saúde na velhice é fundamental para a sustentabilidade do sistema de saúde e para o bem-estar da população.

Nesse sentido, Kalache (2006) propõe uma nova visão do envelhecimento como uma oportunidade de aprendizado, realização pessoal e contribuição social. Ele argumenta que a idade não deve ser vista como um fator limitante, mas sim como uma fase de novas possibilidades e descobertas.

Análise da capa da revista de moda Vogue Philippines

A edição de abril do ano de 2023 da revista Vogue Philippines traz em sua capa a centenária Apo Whang-Od, uma mulher Filipina de 106 anos de idade que esbanja charme, carisma e beleza. Apo Whang-Od é tatuadora desde sua adolescência e é tida como a mais longeva de seu país ainda em atividade e também a mais velha a posar para a revista Vogue, em todas as suas versões e países. Na capa da revista podemos observar que Apo Whang-Od ganha destaque central na capa. A parte dos braços e colo está à mostra, deixando evidente suas diversas tatuagens. Ela se encontra adornada com colares coloridos, uma tiara sobre seus lindos cabelos brancos e brincos. Ela usa uma camiseta preta e uma saia vermelha com estampas geométricas típicas. Seus lábios estão envoltos de um batom vermelho, esboçando um leve e singelo sorriso, conforme podemos observar na figura 01, a seguir.

Figura 01 – Capa e encarte interno da revista Vogue Philippines (Ed. 04/2023)



Fonte: <https://vogue.ph/magazine/apo-whang-od/>

Mirian Goldenberg (2013), antropóloga brasileira e uma das principais referências em estudos de gênero e envelhecimento, destaca em suas pesquisas a importância da vaidade nesta fase da vida. Para ela, a vaidade na velhice é uma forma de resistência contra a invisibilidade e a exclusão social que muitas vezes afetam os idosos. Goldenberg argumenta que, ao se cuidar e valorizar sua aparência, o idoso se coloca no mundo e reivindica seu lugar na sociedade. Além disso, a vaidade pode contribuir para a autoestima, a saúde mental e o bem-estar dos idosos.

No campo da moda, de acordo com pesquisa desenvolvida por Batista e Caixeta (2019, p. 31), podemos observar a massiva representação de pessoas idosas, buscando sempre uma representação que as valorize e que enfatize esta etapa da vida de forma agradável e cheia de realizações. Para os autores, essas representações estão envoltas de um envelhecimento “[...] natural [onde os atores] não têm vergonha de assumirem suas rugas e cabelos brancos, marcas físicas da passagem do tempo, e que estão cada vez mais chamando atenção nos desfiles, editoriais, campanhas e afins”. Assim, na figura 02, a seguir, podemos observar a partir de zoom (aproximação) no rosto de Apo Whang-Od toda a sua beleza, por meio de suas marcas adquiridas com o tempo.

Figura 02 – Aproximação no rosto de Apo Whang-Od



Fonte: <https://vogue.ph/magazine/apo-whang-od/>

As marcas - sejam elas rugas, cicatrizes ou marcas de expressão - são sinais da história de vida e da sabedoria acumulada ao longo dos anos. Ao contrário do que muitos pensam, as marcas não devem ser ocultadas ou disfarçadas, mas valorizadas como parte da identidade do indivíduo. Para Goldenberg (2013), a

valorização das marcas na velhice contribui para uma maior autoestima e autoconfiança, além de ser uma forma de resistência aos padrões estéticos impostos pela sociedade. Dessa forma, a autora defende que a beleza na velhice não deve estar vinculada à juventude ou à ausência de marcas, mas sim à autenticidade e à expressão da própria identidade.

A veiculação de uma boa velhice em revistas de moda, como no caso em análise, pode ter um impacto significativo na autoestima e autoimagem dos idosos. Dessa forma, ao apresentar modelos de envelhecimento positivos e inclusivos, as revistas de moda podem contribuir para a promoção de uma visão mais saudável e realista da velhice. Além disso, a veiculação de uma boa velhice em revistas de moda pode ter um impacto positivo na inclusão social e na representatividade dos idosos na sociedade.

Considerações finais

Buscou-se com este texto, apontar caminhos para fomentar diálogos sobre a importância e a necessidade de uma representação da velhice nos meios de comunicação de forma inclusiva e diversa.

Para tanto, a partir do objeto de análise, a revista Vogue Philippines, foi possível observar que ela, assim como outras do mesmo segmento, tem um grande impacto na construção dos padrões de beleza e juventude na sociedade. No entanto, ao veicular pessoas idosas em suas capas, essas revistas podem contribuir para desmistificar esses padrões e promover uma visão mais inclusiva e diversificada da beleza e do envelhecimento, que fogem de um padrão de valorização da juventude e dos rostos sem marcar.

Assim, ao longo do texto, mesmo que brevemente, teve-se o intuito de apresentar como as revistas de moda, e, por conseguinte a mídia de forma geral (tendo em vista que estes meios estão inseridos numa mesma cultura), estão buscando cada vez mais apresentar imagens mais diversas e inclusivas da velhice – como no caso de uma centenária totalmente tatuada estreado a capa de uma das revistas mais famosas do mundo da moda.

Logo, entende-se que essas revistas funcionam como vitrines, ou, palcos difusores para a construção de uma sociedade justa e igualitária para todas as idades, sobretudo na desmistificação dos padrões de beleza pautados na juventude. Mostrando que cada idade possui seus atributos físicos que são extremamente valoráveis.

Referências

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio; JUNIOR, Glauber Soares; OLIVEIRA, Isadora Franco. Pontos e Contos: Sociabilidade, Aprendizagem e Autoestima. A participação de idosas na oficina de bordado manual do IF Muriaé. In: *Rev. Longeviver*, Ano I, n. 3, Jul/Ago/Set, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://revistalongeviver.com.br/index.php/revistaportal/article/view/792/847>

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio; CAIXETA, Rodrigo Fonseca. Perspectiva Socioantropológica sobre Envelhecimento, Moda e Identidade. In: *Rev. Longeviver*, Ano I, n. 4, Out/Nov/Dez, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://revistalongeviver.com.br/index.php/revistaportal/article/view/803/862>

BEAUVOIR, Simone. *A velhice*. 2. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1976.

BRANDÃO, Hermínia. A Mídia e o Idoso. In: PAPALEO NETTO, Mateus. *Tratado de Gerontologia*. São Paulo: Editora Atheneu, 2007. p. 823-830.

CARSTENSEN, Laura. The Positive Aging Paradigm: An Empirical Examination, *The Journals of Gerontology: Series B*, Volume 65B, Issue 2, March 2006. Disponível em: <https://academic.oup.com/psychsocgerontology>

CIRILLO, Marco Antônio. *A vez da terceira idade: o discurso da publicidade na construção da imagem do idoso nas revistas*. 2012. 252 f. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. Disponível em: <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/621>

GOLDENBERG, Mirian. *A bela velhice*. Rio de Janeiro: Record; 2013.

LIMA, Heloisa. *Envelhecer com Alegria*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2003.
SCHEMES, Claudia; MONTARDO, Sandra Portella; PRODANOV, Laura Schemes. “Celebre cada dia e não olhe para o calendário”: a representação do envelhecimento no blog Advanced Style. *Conexão - Comunicação e Cultura*, v. 16, n. 31, p. 89-112, 2017. Disponível em: <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/4805>. Acesso em: 16 jun 2023.

DEBERT, Guita Grin. *A Reinvenção da Velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*. São Paulo: Edusp/Fapesb, 2004.

JUNIOR, Glauber Soares; BATISTA, Fabiano Eloy Atílio. A Manutenção de Saberes Artesanais por Mulheres Idosas. O Caso da Tecelagem Manual da cidade mineira de Resende Costa. In: *Rev. Longeviver*, Ano II, n. 6, Abr/Mai/Jun. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://revistalongeviver.com.br/index.php/revistaportal/article/view/826/884>. Acesso em: 16 jun 2023.

KALACHE, Alexandre. Envelhecimento populacional no Brasil: uma realidade nova. Editorial • *Cad. Saúde Pública* (3), Set 1987, publicado nesta coleção em 23 Jan 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-311X1987000300001>. Acesso em: 16 jun 2023.

OMS. Organização Mundial da Saúde. *World Report on Ageing and Health*. Geneva, Switzerland: OMS; 2020.

TEIXEIRA, Débora Pires. Da invisibilidade à aparição discreta: um estudo sobre velhice e moda na revista Claudia (1997-2010). *dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, [S. l.], n. 37, p. 171–185, 2023. DOI: 10.26563/dobras.i37.1521. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1521>. Acesso em: 16 jun 2023

TEIXEIRA, Débora Pires; FARIAS, Rita de Cássia Pereira; ZAMPIER, Ronan Leandro. Construção da imagem do velho na mídia: representatividade ou estímulo ao consumo? *Revista Vértices*, [S. l.], v. 20, n. 3, p. 385-397, 2018. DOI: 10.19180/1809-2667.v20n32018p385-397. Disponível em: <https://essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/vertices/article/view/11620>. Acesso em: 16 jun 2023

Data de recebimento: 15/04/2023; Data de aceite: 20/06/2023

Fabiano Eloy Atílio Batista - Professor do curso de Design na Universidade do Estado de Minas Gerais - Unidade Ubá (UEMG - Ubá). Doutorando e Mestre na linha de pesquisa Trabalho, Consumo e Cultura, pelo Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica (PPGED) do Departamento de Serviço Social da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Doutorando na linha de pesquisa Arte, Moda: História e Cultura, pelo Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagem (PPGACL) do Departamento de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Possui graduação em Tecnologia em Design de Moda, pela Faculdade Estácio de Sá - Juiz de Fora / MG e o Bacharelado em Ciências Humanas, pelo Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Juiz de Fora (BACH/ICH - UFJF). É Especialista em Moda, Cultura de Moda e Arte, pelo Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (IAD/UFJF). E-mail: fabiano.batista@ufv.br