

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL PUBLICIDADE / PROPAGANDA

Giovane de Oliveira Farias

Na melhor das hipóteses, você irá envelhecer: Uma análise da
representação da velhice na série *Grace and Frankie*

Porto Alegre, abril de 2022

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL FACULDADE DE
BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Giovane de Oliveira Farias

Na melhor das hipóteses, você irá envelhecer: Uma análise da
representação da velhice na série *Grace and Frankie*

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
como requisito parcial à obtenção do grau
de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Laura Wottrich

Porto Alegre

2022

*Permita que eu fale, não as minhas cicatrizes
Elas são coadjuvantes, não, melhor, figurantes
Que nem devia tá aqui
Permita que eu fale, não as minhas cicatrizes
Tanta dor rouba nossa voz, sabe o que resta de nós?
Alvos passeando por aí
Permita que eu fale, não as minhas cicatrizes
Se isso é sobre vivência, me resumir à sobrevivência
É roubar o pouco de bom que vivi
Por fim, permita que eu fale, não as minhas cicatrizes
Achar que essas mazelas me definem é o pior dos crimes
É dar o troféu pro nosso algoz e fazer nós sumir*

Pablo, Majur e Emicida - AmarElo

AGRADECIMENTOS

Se escrevo essas linhas, é porque as coisas deram certo. Este trabalho não poderia existir se não fossem as pessoas que me deram suporte e amor para enfrentar barreiras e assim realizar meu sonho. Portanto, agradeço:

Primeiramente aos meus pais, Maria Augusta e Gilson, e meus irmãos Douglas e Vivian, por terem me incentivado em todas as minhas batalhas, o afeto e apoio de vocês foram (e são) fundamentais em todas as minhas conquistas e jornadas. Também agradeço à minha afilhada, Isadora Emmanuely, que mesmo ainda bebê, me fez lembrar em momentos difíceis o motivo pelo qual vale resistir, persistir e exigir um mundo melhor.

Agradeço muito as minhas amigas Bárbara, Gislaine e Clarissa, que estiveram ao meu lado durante todo esse tempo, que me ensinaram e me acolheram enquanto um colega e amigo. Não teria conseguido chegar até aqui sem vocês.

Dedico também, aos professores do Cursinho Popular Pré-Universitário Emancipa, que acreditam nos jovens periféricos, que eles podem sonhar e estarem em uma universidade. Marcus Vianna e Rodrigo Nickel, obrigado pelo trabalho majestoso e admirável de possibilitar isso a mim e tantas outras pessoas que por anos ouviram que não podiam ocupar este lugar. A gente está ocupando e fazendo parte dele.

Aos amigos, Jadson e Maria Fernanda, duas pessoas admiráveis e talentosas que me acompanham desde o ensino médio; Mozart, amigo inteligente e inspirador, que tanto me aconselhou e me apoiou nessa caminhada; Diego e Ritchele, corações gigantes e mentes brilhantes, obrigado pelas altas horas estudando na Casa de Cultura Mário Quintana, vocês forem essenciais para chegar até aqui; Jackson, garoto talentoso, obrigado pelas horas de conversas e reflexões sobre o futuro; Carla, Daiane, Glauber, Leandro e Leonor, pessoas inspiradoras e especiais que me marcaram nessa jornada.

Aos profissionais da UFRGS, em especial minha orientadora, professora Laura, que me acolheu com muito carinho a esta pesquisa, em que viu potencial em mim e neste trabalho quando nem eu mesmo via. Obrigado por ser essa pessoa tão dedicada e iluminada que inspira muitos alunos.

Por fim, um agradecimento sincero deste jovem que acredita que um sonho não se realiza sozinho, ele é um ato coletivo e compartilhável.

RESUMO

Esta pesquisa dedica-se a representação da velhice na série *Grace and Frankie* por meio das personagens Grace e Frankie e como isso se correlaciona com os modelos hegemônicos midiáticos da velhice. O objetivo geral do trabalho é identificar os elementos das representações da velhice nas personagens Grace e Frankie, e os objetivos específicos, são contextualizar as representações sociais da velhice; identificar as representações dominantes, negociadas e opositivas das personagens Grace e Frankie e discutir as relações entre as representações identificadas na série e as representações sociais da velhice. No referencial teórico, foi apresentado um breve apanhado histórico da representação da velhice em diferentes épocas pelo mundo, trazendo o conceito de velhice com base em Simone Beauvoir (1990) e Debert (1999). Em uma perspectiva brasileira, trazemos uma síntese dos aspectos sociodemográficos e culturais sobre a velhice no país sob a ótica de Goldenberg (2013), Castro (2015), dados do IBGE e da ONU. Além disso, apresentamos os conceitos e estudos de representação a partir de Hall (2003; 2016), França (2004) e Wottrich (2011) sob as representações midiáticas por meio de Kellner (2001), e as ideias de codificações dominantes, opositivas e negociadas da velhice com base em Hall (2003) e Wottrich (2011). Posteriormente, relacionamos essas ideias com as séries enquanto um novo modelo de produção, consumo e distribuição segmentado do audiovisual. A terceira temporada foi escolhida para ser analisada, sendo selecionada 14 cenas em que a velhice ou ser idoso se torna central no contexto da série em que, posteriormente, foram categorizadas e analisadas de acordo com as ideias de codificações dominantes, opositivas e negociadas com base em Wottrich (2011) e Hall (2003). O resultado da análise demonstrou que a série *Grace and Frankie*, por meio das personagens Grace e Frankie, enquadra-se de forma majoritária nas codificações negociadas e opositivas, afastando-se dos sentidos hegemônicos e do senso comum sobre a velhice. Porém, percebemos que as representações construídas na série estão longe da perspectiva sociodemográfica e cultural dos idosos brasileiros.

Palavras-chaves: representação; velhice; série; Grace and Frankie;

ABSTRACT

This research is dedicated to the representation of old age in the series *Grace and Frankie* through the characters Grace and Frankie and how this correlates with the hegemonic media representation of old age. The general objective of the work is to identify the elements of the representations of old age in the characters Grace and Frankie, and the specific objectives are to contextualize the social representations of old age; to identify the dominant, negotiated and oppositional representations of the characters Grace and Frankie and to discuss the relationship between the representations identified in the series and the social representations of old age. In the theoretical framework, a brief historical overview of the representation of old age at different times around the world was presented, bringing the concept of old age based on Simone Beauvoir (1990) and Debert (1999). From a Brazilian perspective, we bring a synthesis of the sociodemographic and cultural aspects of old age in the country from the perspective of Goldenberg (2013), Castro (2015), IBGE and UN data. In addition, we present the concepts and studies of representation from Hall (2003; 2016), França (2004) and Wottrich (2011) under the media representations through Kellner (2001), and the ideas of dominant encodings, and negotiated oppositions of old age based on Hall (2003) and Wottrich (2011). Subsequently, we relate these ideas to the series as a new segmented model of production, consumption and distribution of audiovisual. The third season was chosen to be analyzed, selecting 14 scenes in which old age or being elderly becomes central in the context of the series that, later, were categorized and analyzed according to the ideas of dominant, oppositional and negotiated encodings based on in Wottrich (2011) and Hall (2003). The result of the analysis showed that the series *Grace and Frankie*, through the characters Grace and Frankie, fits mostly into negotiated and oppositional encodings, moving away from hegemonic meanings and common sense about old age. However, we realize that the representations built in the series are far from the sociodemographic and cultural perspective of the Brazilian elderly.

Keywords: representations; old age; series; *Grace and Frankie*;

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - População residente - Brasil - 1900/2000.....	15
Figura 2 - Evolução da esperança de vida ao nascer- Brasil - 1940/2000.....	41
Figura 3 - Grace Hanson (Jane Fonda)	37
Figura 4 - Frankie Bergstein (Lily Tomlin).....	37
Figura 5 - Cena 1.....	39
Figura 6 - Cena 2.....	40
Figura 7 - Cena 3.....	41
Figura 8 - Cena 4.....	42
Figura 9 - Cena 5.....	43
Figura 10 - Cena 6.....	44
Figura 11 - Cena 7.....	45
Figura 12 - Cena 8.....	46
Figura 13 - Cena 9.....	47
Figura 14 - Cena 10.....	48
Figura 15 - Cena 11.....	49
Figura 16 - Cena 12.....	50
Figura 17 - Cena 13.....	51
Figura 18 - Cena 14.....	52
Figura 19 - Cena 13.....	54

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. A BIOGRAFIA DA VELHICE.....	12
2.1 Breve história da velhice.....	12
2.2 Perspetiva demográfica.....	14
2.3 Perspectiva sociocultural.....	17
3. REPRESENTAÇÕES EM SÉRIES	22
3.1 Representações na cultura midiática	22
3.2 Séries e as novas narrativas midiáticas	30
4. AS CODIFICAÇÕES DA VELHICE POR GRACE E FRANKIE.....	36
4.1 Grace and Frankie.....	36
4.2 Procedimentos metodológicos.....	38
4.3 Análise.....	39
4.4 Codificações dominantes	52
4.5 Codificações opositivas	53
4.6 Codificações negociadas	56
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
6.REFERÊNCIAS.....	63
7.APÊNDICE.....	67

1. INTRODUÇÃO

De acordo com os dados do IBGE, desde a década de 70 a população idosa vem crescendo de forma significativa no Brasil, e de acordo com o relatório da ONU estima-se que em 2050 será o 4º país com maior número bruto de idosos no mundo¹. Esse crescimento resultará numa maior participação social e cultural da população idosa na sociedade e também irá perpassar as esferas da comunicação, representatividade e significações sobre a velhice. De acordo com Debert (1999), é uma tendência de nosso tempo fazer uma revisão dos estereótipos da velhice, devido ao seu crescimento visto que, pela primeira vez na história da humanidade vemos uma crescente de pessoas mais velhas e uma projeção contínua dessa realidade.

É de nosso conhecimento que chegar à velhice é uma conquista da humanidade, poder chegar a idades avançadas no passado era destinado a poucos, àqueles que tinham o privilégio de não serem expostos a trabalhos exaustivos, detinham uma alimentação constante e acesso a assistência de saúde possibilitada em seu tempo e sua realidade social e cultural, em sua maioria famílias que tinham poder e capital. No entanto, de uns tempos pra cá, essa realidade foi aos poucos mudando e possibilitando a chegada de idades avançadas para mais pessoas. Hoje, a expectativa de vida possibilitada em uma região é um dos aspectos analisados para avaliar o desenvolvimento e qualidade de vida de um país, como por exemplo o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), ou seja, quanto mais velho é (ou era) permitido ser ali, mais desenvolvido e próspero aquele lugar é (ou foi). Logo, o futuro é velho.

Este trabalho tem como questão central a seguinte pergunta: como a série *Grace and Frankie* representa a velhice e como isso se correlaciona aos modelos hegemônicos na mídia? Para responder a essa pergunta, definimos um objetivo geral de identificar os elementos das representações da velhice nas personagens protagonistas Grace e Frankie. Para isso, trouxemos três objetivos específicos, sendo: contextualizar as representações sociais da velhice; identificar as representações dominantes,

¹ "World Population Ageing - the United Nations."

https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2017_Highlights.pdf.

Acessado em 21 abr. 2022.

negociadas e opositivas das personagens Grace e Frankie e discutir as relações entre as representações identificadas na série e as representações sociais da velhice.

Grace and Frankie é uma série estadunidense de produção original da Netflix e conta com sete temporadas, a mais longa série já produzida pela plataforma. A série apresenta quatro personagens centrais com mais de 75 anos, sendo duas mulheres idosas enquanto protagonistas e dois homens idosos enquanto coadjuvantes, algo bastante incomum para as produções audiovisuais. Grace Hanson (Jane Fonda) e Frankie Bergstein (Lily Tomlin) são duas idosas recém divorciadas de seus maridos, Robert Hanson (Martin Sheen) e Sol Bergstein (Sam Waterston), que revelam ter um romance gay entre eles a mais de 20 anos. As duas ex-esposas, devastadas com a nova realidade que terão que enfrentar, acabam morando juntas, mesmo tendo personalidades tão diferentes. Grace apresenta ser uma mulher sofisticada e conservadora, bastante preocupada com sua imagem. Já Frankie apresenta um estilo meio “Hippie”, alinhada com seus valores e causas sociais, não se importando com sua aparência ou a opinião alheia sobre si. A série apresenta a velhice em diversos contextos como a vida sexual e afetiva, o trabalho, os negócios, a família e os próprios estigmas da velhice, que serão analisados neste trabalho.

Em um primeiro momento, faremos um rápido apanhado histórico da representação da velhice em diferentes épocas, sociedades e culturas, apresentando o conceito de velhice e sua constituição enquanto um grupo distinto das demais etapas da vida com base em Simone Beauvoir (1990) e Debert (1999). Trazendo para o presente, faremos uma síntese das perspectivas sociais e demográficas brasileiras sob a ótica de Goldenberg (2013), Castro (2015), dados do IBGE e da ONU a fim de entender as representações, percepções e sentidos sob a velhice e suas heterogeneidades.

No próximo capítulo apresentamos conceitos de representação a partir de Hall (2003; 2016), França (2004) e Wottrich (2011) sob a perspectiva das representações midiáticas por meio de Kellner (2001), e as construções e transformações de sentidos por meio das ideias de codificações dominantes, opositivas e negociadas da velhice com base em Hall (2003) e Wottrich (2011), em mídias tradicionais e massivas. Posteriormente, relacionamos essas ideias com as séries enquanto um novo modelo de produção, consumo e distribuição segmentado do audiovisual.

No quarto capítulo, trazemos um breve contexto da série *Grace and Frankie* enquanto uma produção de *streaming* da Netflix com duas personagens idosas enquanto protagonistas. Também discriminamos os procedimentos metodológicos e descrevemos o corpus da pesquisa que conta com 14 cenas, analisado a partir das ideias de codificações dominantes, opositivas e negociadas construídas nos capítulos teóricos e de procedimentos metodológicos. Na última seção do trabalho temos as considerações finais com as conclusões e reflexões sobre a pesquisa.

2. A BIOGRAFIA DA VELHICE

Neste capítulo, faremos uma breve apanhado histórico das representações da velhice através do tempo em diferentes sociedades e épocas, abordando o conceito de velhice e sua configuração enquanto um grupo a par entre jovens e adultos por meio de Simone Beauvoir (1990) e Debert (1999). Além disso apresentaremos as perspectivas socioculturais e demográficas sobre idosos no Brasil por meio de Goldenberg (2013), Castro (2015), dados do IBGE e da ONU a fim de entender as diferentes representações, percepções e sentidos sob a velhice.

2.1 Breve história da velhice

De acordo com Beauvoir (1990), desde a Idade Antiga a velhice é associada como uma forma de doença, para Hipócrates no Egito Antigo, considerado hoje o pai da medicina, defendia a saúde como o equilíbrio entre os quatro humores: sangue, fleuma, bile amarela e bile negra, sendo que a doença e a velhice causavam um desequilíbrio à elas. Além disso, Hipócrates defendia que a vida dos indivíduos dependia da continuidade do corpo manter-se aquecido por um "calor" que vinha de dentro do corpo, e a velhice como um resfriamento dessa chama, e para ele o homem vivia em média até os 56 anos de idade.

Na Antiguidade, os primeiros a dar atenção ao envelhecimento foram os mesopotâmicos, (6000 a.c) onde observaram que alguns répteis trocavam de pele com uma certa frequência, e baseado nisso, começaram a procurar o rejuvenescimento das pessoas. Os Babilônios, Hebreus e os Gregos Antigos observaram a velhice e os problemas inerentes a ela, buscavam formas de impedir ou retardar o envelhecimento, a procura pela imortalidade era um ideal a ser conquistado por esses povos, para os Hebreus, o envelhecimento era um sinal de benção, muito relacionado à figura de "Matusalém" que, segundo as escrituras, teria chegado aos 969 anos (LEMOS et al, 2015).

Em diversas sociedades, a velhice traz alguma valorização social, segundo Beauvoir, em Esparta e Atenas a velhice era honrada e os velhos detinham poderes

para manter a ordem em seus centros familiares. As leis de Sólon em Atenas conferiam todo o poder às pessoas idosas, como julgar e aconselhar na sociedade grega. Assim como nas sociedades Incas e Aztecas, aqueles que viviam muito tempo detinham respeito, admiração e consideração, além do cuidado com as pessoas de mais idade ser visto como de responsabilidade pública. Na China Antiga, ao passar dos anos, era dado mais poderes àqueles que avançavam no tempo em vida, principalmente aos homens mais velhos, que eram responsáveis por manter a ordem e a moral em seus centros familiares, e esses lhe deviam obediência, não cabendo aqui contestação ou contradição. Em contrapartida, à China, onde a vida longa era associada à experiência, sabedoria e poder, na Grécia Clássica os idosos eram colocados em posições subalternas numa sociedade em que se enaltecia a beleza, força e a juventude. Porém, ainda na Grécia, Platão enxergava a velhice como condutora a um equilíbrio entre prudência, sensatez, astúcia e juízo.

Os Romanos possibilitaram aos velhos uma posição privilegiada, eles possuíam a autoridade "pais de família", poder esse que provocava conflitos com as gerações mais novas. Com a queda do império romano, os velhos perderam seus privilégios na sociedade, tornando-se vítimas dos mais jovens. Com os estudos de Galeno, no Império Romano no século II, responsável por realizar a síntese da medicina geral na idade antiga, trouxe o envelhecimento categorizado entre a doença e saúde, não exatamente como um estado patológico, mas uma fase em que todas as funções fisiológicas ficam reduzidas ou enfraquecidas (BEAUVOIR, 1990). Galeno foi responsável por aconselhar cuidados de higiene que foram respeitados até o século XIX, além de inspirar outros estudiosos a pesquisar doenças e enfermidades comuns nessa etapa da vida.

De acordo com Beauvoir, os idosos não tinham até então um grupo para se definir, eram incluídos juntos aos adultos, mas detinham uma imagem em diferentes contextos, como os filósofos, poetas, moralistas, sábios, fardos, místicos, decrepitos. Somente a partir do século XIX, com a chegada da burguesia, avanços da medicina nos estudos da geriatria, gerontologia e dos processos industriais do trabalho, os idosos começam a ser vistos como um grupo a par dos adultos, muito relacionado com o contexto de idade ativa e produtiva, e as relações sociais que antes eram calcadas na família, agora passam a ser baseadas no trabalho, e os idosos colados à imagem da

improdutividade e fardo social (DEBERT, 1999).

A partir do século XIX, os estudos acerca da velhice ganham mais olhares, na França surge uma pré-geriatria, permitida a observação de muitos idosos e enfermidades típicas da idade, através dos grandes asilos onde se abrigavam muitas pessoas. A *Salpêtrière*, o maior asilo da Europa, que pode ser considerada a primeira grande instituição geriátrica, chegou a abrigar cerca de oito mil doentes, dos quais três mil eram velhos. No final do século XIX e início do XX, os estudos se multiplicam em busca da causa e cura da senescência, mas somente com Nasher, um estadunidense do fim do século XIX com a perspectiva de “olhar para os idosos como olhavam às crianças”, que surgiu um ramo da medicina voltada para a velhice, em 1912, a geriatria, e com isso as observações, estudos e pesquisas acerca do tema tomaram uma nova perspectiva em diversas regiões do mundo (BEAUVOIR 1990).

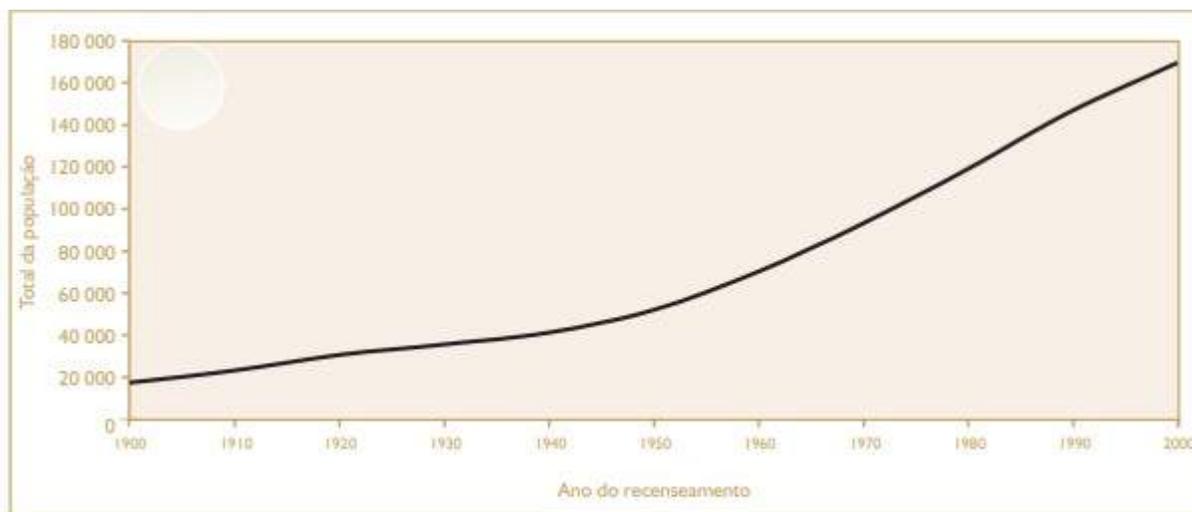
2.2 Perspetiva demográfica

O Brasil, até algumas décadas, era um país majoritariamente jovem, mas já no século XX, o país passou por uma grande mudança demográfica, conforme os dados do IBGE², a população brasileira triplicou nos últimos 50 anos, em 1960, o Brasil contava com 70 milhões para 213 milhões de pessoas em 2021. Em número de idosos, o crescimento foi ainda maior, em 1960, os brasileiros com 60 anos ou mais eram 4,7% da população brasileira, cerca de 3,3 milhões de pessoas. Em 2000, já chegavam a 14,5 milhões, cerca de 8,5%, em 2010, o salto foi para 10,8% chegando a 20,5 milhões, e em 2021 chegou a 31,2 milhões de brasileiros, correspondendo a 14% da população. Em 60 anos, o número de idosos cresceu dez vezes mais, e em 2050 a projeção aponta que os velhos representarão $\frac{1}{4}$ dos habitantes conforme o Relatório Mundo, População e Envelhecimento da ONU de 2017³.

² "seculoxx.pdf - Estatísticas do Século XX" <https://seculoxx.ibge.gov.br/images/seculoxx/seculoxx.pdf>. Acessado em 21 abr. 2022.

³ "World Population Ageing - the United Nations." https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2017_Highlights.pdf. Acessado em 21 abr. 2022.

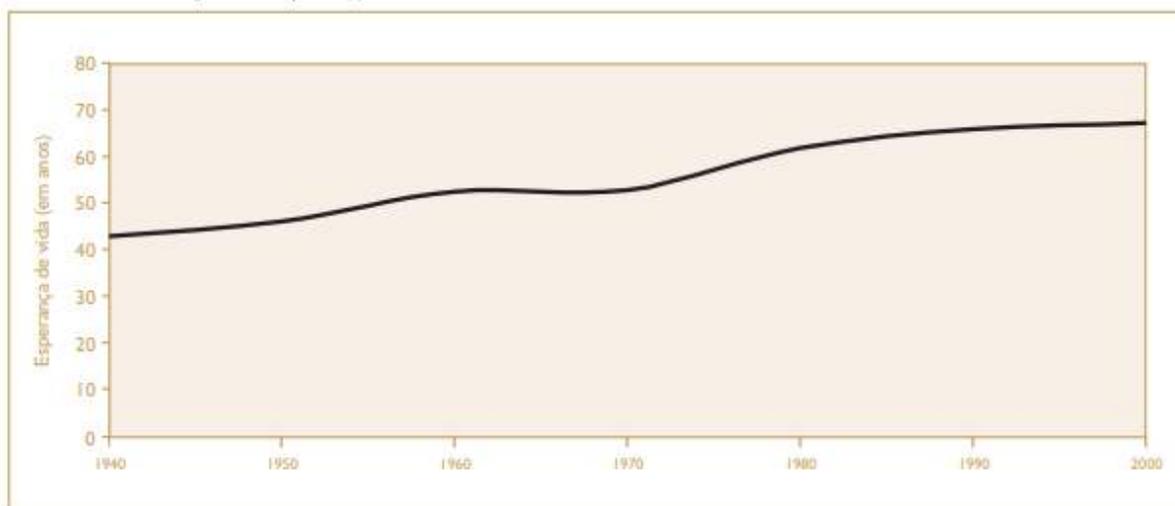
Figura 1 - População residente - Brasil - 1900/2000



Fonte: Sinopse preliminar do censo demográfico 2000. Rio de Janeiro: IBGE, v. 7, 2001.

Fonte: Sinopse preliminar do censo demográfico 2000. Rio de Janeiro: IBGE v. 7, 2001.

Figura 2 - Evolução da esperança de vida ao nascer- Brasil - 1940/2000



Fonte: Anuário estatístico do Brasil 1990. Rio de Janeiro: IBGE, v. 50, 1990; Anuário estatístico do Brasil 1998. Rio de Janeiro: IBGE, v. 58, 1999.

Fonte: Anuário estatístico do Brasil 1990. Rio de Janeiro: IBGE, v.50, 1990; Anuário estatístico do Brasil 1998. Rio de Janeiro: IBGE v.58, 1999.

Nas décadas de 40, 50 e 60, o Brasil teve um alto índice de nascimentos somados a uma alta taxa de fecundidade que chegou, em média, a seis filhos por mulher. Os nascidos na metade do século XX fazem parte da geração “*baby boom*”, situada num contexto pré-industrialização e pós-guerra. Segundo Zimmerman (2000) os

“*baby boom*” farão parte dos “velhos boom”, que estarão na faixa dos 65-80 anos a partir de 2025.

No Brasil, nota-se um declínio na taxa de fecundidade a partir de 1970, segundo o IBGE a partir da década de 70, com a média de 5,76, seguido de 4,35 em 1980, 2,85 em 1991, passando para 2,38 em 2010 e, em 2018, a média chegou a 1,73 filhos por mulher. A queda da taxa de fecundidade está associada à introdução aos métodos contraceptivos no Brasil com a urbanização e industrialização do país. Conforme Paschoal 1996, com o desenvolvimento dos centros urbanos mais pessoas conseguiram ter acesso à educação, saúde e programas de planejamento familiar. Além disso, temos aqui também a inserção da mulher no mercado de trabalho e conseqüentemente, menos tempo para o cuidado e obrigações domésticas.

Para um envelhecimento em massa e acelerado, é necessário além de muitos nascimentos, mas que exista a manutenção da vida dessas crianças e futuros adultos, seguido de uma diminuição de nascidos nos anos seguintes, conforme explica Kalache, Ramos e Veras (1987).

Para que uma população envelheça é necessário que as mesmas sobrevivam até idades avançadas e que, simultaneamente, o número de nascimentos diminua. Com isso a entrada de jovens na população decresce, e a proporção daqueles que sobreviveram até idades mais avançadas passa a crescer. (KALACHE; RAMOS, VERAS, 1987, P 206)

O processo de envelhecimento é mundial, e o crescimento das pessoas de mais idade já é percebido. Em 2017, o mundo já contava com 962 milhões de idosos, e em 2050 serão 25% da população mundial, chegando a 2,1 bilhões de pessoas, segundo o relatório da ONU Mundo, População e Envelhecimento de 2017. Ao olharmos para o Brasil, o país estará em 4º lugar com o maior número de pessoas com 60 anos ou mais conforme os relatórios da ONU⁴. Um mundo com mais velhos é inédito e nunca visto na história da humanidade, essa realidade e a evolução acentuada dessa população levou as Nações Unidas a declararem a década de 2021-2030 como a década do envelhecimento saudável no ano de 2020. Essa transformação demográfica

⁴ "World Population Ageing - the United Nations."

https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2017_Highlights.pdf.

Acessado em 21 abr. 2022.

desencadeia uma série de mudanças socioculturais, legais e econômicas acerca da velhice, o envelhecimento e o imaginário acerca das pessoas de mais idade e a última etapa da vida.

2.3 Perspectiva sociocultural

Na infância, espera-se a idade escolar, o aprendizado, brincadeiras e dependência dos pais. Na fase adulta, adquire-se a maioridade legal, ganhando plenos direitos civis, obrigatoriedade para votar, direito a dirigir, legalidade para ingerir bebidas alcoólicas, candidatar-se a funções políticas e principalmente uma vida dedicada ao trabalho, a família e a vida sexual. Na velhice, espera-se o direito à aposentadoria, ao descanso, ao resguardo social, a dependência, os agravamentos de enfermidades de saúde e a despedida do último estágio da vida. Para Debert (1999) esse forte modelo de divisão fordista de ordem cronológica da idade embasa a separação dos indivíduos em grupos etários em um eficiente e poderoso mecanismo de mercados e esferas, seja ela de consumo, na definição de direitos e deveres ou atores políticos, sobretudo, pois esses não possuem qualquer relação de maturidade física e mental para a divisão dos grupos, e a idade passa a ser a linha de corte.

A velhice e o ser velho, desde o século XIX na França e a partir do século XX no Brasil, foram categorizados como um grupo e como uma etapa da vida distinta. Esse processo é marcado, pelo senso comum, pelas mudanças psicológicas, sociais, pela diminuição das capacidades e habilidades, além dos aspectos físicos deixados pelo rosto, como rugas e cabelos brancos. No entanto, fatores genéticos, financeiros, hábitos alimentares, atividades e o ambiente interferem nessas mudanças, de modo que envelhecer não é um processo homogêneo na sociedade, e com isso seus sinais e características também não. A velhice vai além dos aspectos biológicos, ela é atravessada pela trajetória e história de cada indivíduo e com isso o envelhecimento nunca será igual para todos. Desse modo, vemos que definir a velhice vai além da cronologia de tempo em vida como está pressuposto. (CASTRO 2015). Percebe-se que a divisão das etapas da vida são construídas socialmente de forma arbitrária, e nelas são atreladas aspectos além da idade cronológica, como papéis, funções e atitudes construídas que mudam através da história e da cultura que determinam direitos e

deveres entre as gerações. A velhice "nasce" enquanto categorização, na metade do século XIX, marcada como uma etapa da vida caracterizada pela decadência e pela ausência de papéis sociais (DEBERT, 1999).

Nesse movimento que marca as sociedades modernas, a partir da segunda metade do século XIX, a velhice é tratada como uma etapa da vida caracterizada pela decadência física e ausência de papéis sociais. O Avanço da idade como um processo contínuo de perdas e de dependência - que daria uma identidade de condições aos idosos - é responsável por um conjunto de imagens negativas associadas à velhice, mas foi também um elemento fundamental para a legitimação de direitos sociais, como a universalização da aposentadoria. (DEBERT 1999, P 14)

Não há um consenso sobre quando pode-se categorizar a velhice. Para órgãos regulamentadores legais, a idade é o principal fator de classificação das pessoas idosas no Brasil. O Estatuto do Idoso, em vigor desde 2003, rege sobre o direito dos brasileiros com 60 anos ou mais. Já na Previdência Social, o órgão concede a aposentadoria para homens a partir dos 65 anos, e mulheres com 60 anos ou mais. No senso comum, a velhice é marcada pela perda do vigor da juventude, um estágio de decadência, vulnerabilidade e risco, além da idade avançada. Nos estudos etnográficos de Guita Grin Debert (1999) no Brasil, mostram que o imaginário social e os estigmas em torno da velhice, como o progressivo processo de senescência, fragilidade e dependência assustam mais que a própria ideia de finitude da vida (CASTRO 2015). Olhar para a velhice apenas como uma etapa da vida adquirida através da longa idade, torna-se muito superficial. Para Debert (1999), Beauvoir (1990) e Goldenberg (2013), a velhice é multifacetada, sendo em linhas gerais, uma construção sociocultural marcada por uma ampla série de fatores de ordem econômica, familiar, de gênero, estilo de vida, dentre outras, sendo a idade apenas uma desses fatores. (CASTRO, 2015).

Com o envelhecimento em massa, surgem olhares e discussões a questões como a previdência social, o trabalho, a assistência à saúde, mobilidade urbana e formas de estilo de vida para uma boa e digna velhice. A velhice populacional torna-se uma questão social e pública que aflige as demais faixas etárias e sociais. O lugar das pessoas velhas nas sociedades contemporâneas passa a ser outro e a contar com novos atores. O processo de socialização e gestão da velhice passou da forma privada e familiar, gerida por instituições filantrópicas ou de forma individual, para uma questão

pública (DEBERT, 1999). A velhice digna e autônoma passa a ser uma garantia a ser contemplada pelo Estado. No entanto, dentro desse processo de socialização e responsabilidade da qualidade de vida na velhice, há uma certa culpabilização individual sob ao idoso pelas condições que ele enfrenta, seja em termos de acessos, saúde e bem-estar em que se encontra. A falta de autocuidado, planejamento familiar ou financeiro são usados como forma de responsabilizá-lo e culpabilizá-lo, dessa forma a responsabilidade sob a velhice é afastada das preocupações coletiva, social e pública, sendo esse processo chamado de reprivatização da velhice por Debert (1999).

Em termos de identidade, a velhice raramente se apresenta como uma autoidentificação, conforme Beauvoir (1990) e Debert (1999) na sua pesquisa no Brasil, poucas pessoas entendem-se como "velhos", para elas "velho sempre é o outro". Essa negação da velhice é muito provável devido aos estigmas negativos e exclusão social acerca das pessoas idosas. A desvalorização da velhice está diretamente relacionada com os preconceitos e ostracismo social sobre a pessoa velha, o idadismo (em inglês, *ageism*) sendo uma forma de preconceito que acarreta a discriminação por idade. Essa forma de opressão ainda é muito pouco discutida tanto pela academia, quanto pelos meios de comunicação em geral, no entanto, percebemos algumas mudanças na forma de enxergar a velhice (CASTRO 2015).

Com os idosos sendo atores cada vez mais crescentes e presentes no tecido social, a velhice passa a ser considerada um estágio propício para novas conquistas, guiadas pela satisfação pessoal, em que por algum motivo, não puderam ser realizadas anteriormente. "Melhor idade", "boa idade", "feliz idade", são algumas formas de ressignificar o imaginário social acerca da última etapa da vida. No entanto, a tentativa de trazer uma boa imagem do envelhecimento, foi sendo construída de modo a negar a velhice e aproximar-se ao máximo da juventude, através de seus valores e atributos, o velho mascarado de jovem. Aqui destaca-se a vida ativa, em forma, saudável e boa aparência (CASTRO 2015).

A nova imagem do idoso não oferece instrumentos capazes de enfrentar a decadência de habilidades cognitivas e controles físicos e emocionais que são fundamentais, na nossa sociedade, para que um indivíduo seja reconhecido como um ser autônomo, capaz de um exercício pleno dos direitos de cidadania. A dissolução desses problemas nas representações gratificantes da terceira

idade é um elemento ativo na reprivatização do envelhecimento, na medida em que a visibilidade conquistada pelas experiências inovadoras e bem-sucedidas fecha o espaço para as situações de abandono e dependência. Estas situações passam, então, a ser vistas como consequência da falta de envolvimento em atividades motivadoras ou da adoção de formas de consumo e estilos de vida inadequados. (DEBERT 1999, p. 15)

Nos estudos de Goldenberg (2013), a aparência física torna-se um fator mais sensível às mulheres, que se tornam mais invisibilizadas e excluídas por seus corpos não atingirem os padrões jovens desejados devido às marcas da idade. Essa busca da juventude enquanto identidade e afastamento da imagem de “velho” se dará principalmente no consumo, que abarca uma vasta gama de setores tanto de cosméticos, vestuários, procedimentos estéticos, *fitness* que prometem inibir as marcas da velhice. A própria categorização, no mercado de consumo, parece englobar tudo aquilo que não é jovem ou infantil, como velho. As faixas etárias para estratégias e produtos direcionados para pessoas de idade avançada usam como idade de corte pessoas acima de 50 ou 55 anos em seus planos. Ou seja, não importa se um consumidor possui 50, 60, 70, 80, 90 ou 100 anos, ele receberá a mesma estratégia ou produto direcionado para este grande grupo. Se, para o mercado, existe uma diferença entre produtos e estratégias para o público de 10 anos e para quem tem 20 anos, também há de ser uma separação para quem está com 60 e 80 anos (CASTRO 2015).

No que tange o desejo e vida sexual, pouco se observa a menção de sexo na velhice. Para Debert (1999) e alguns relatos nas pesquisas de Goldenberg (2013), a sexualidade para as mulheres idosas se torna um alívio, pois não precisa mais cumprir com aquela função que não era prazerosa, porém, muito provavelmente, isso se dá devido aos contextos das gerações das mulheres mais velhas pesquisadas pela autora, visto que o prazer feminino não era discutido e questionado até algumas décadas. Apesar do senso comum, Debert (1999) menciona que a velhice se torna uma grande fase para a sexualidade, pois apesar da frequência sexual se tornar menor, ela possibilita uma relação mais intensa, prazerosa e gratificante para os idosos, segundo o que apontam geriatras e gerontólogos. Além disso, a projeção é que essa realidade mude com as próximas gerações de pessoas velhas, pois o direito ao prazer se tornou

uma luta e uma conquista para as mulheres, e atualmente não há como pensar numa vida saudável e completa sem uma vida sexual ativa⁵.

Segundo Debert (1999), fazer uma revisão dos estereótipos da velhice é uma tendência contemporânea, visto que pela primeira vez na história da humanidade vemos uma crescente de pessoas mais velhas e uma projeção contínua dessa realidade. Essa revisão e construção de sentidos é atravessada pelas representações da velhice e dos sujeitos “velhos” em produções midiáticas, como filmes, novelas, e no caso deste trabalho as séries, que nos fornecem elementos que nos ajudam a identificar, projetar e classificar o que é ou deixa de ser velho.

⁵ Informação retirada do vídeo “A reinvenção da velhice com a antropóloga Guita Grin Debert.” 2 jun.. 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=Giha03mm67w>. Acessado em 21 abr.. 2022.

3. REPRESENTAÇÕES EM SÉRIES

Neste capítulo, trazemos os conceitos de representação na perspectiva das representações midiáticas sob a ótica de Hall (2016) e Kellner (2001), que nos auxiliam a entender seus efeitos na cultura e produção de sentidos sociais. Também trazemos as construções e transformações de sentidos por meio das ideias de codificações dominantes, opositivas e negociadas da velhice com base em Hall (2003) e Wottrich (2011), sob a perspectiva das narrativas midiáticas massivas. Posteriormente, contextualizamos as séries enquanto um novo modelo de produção, consumo e distribuição segmentado do audiovisual e como se relaciona por meio das codificações e representações sociais.

3.1 Representações na cultura midiática

É inegável quando afirmamos que a mídia passou a fazer parte do nosso cotidiano. Nos informamos, emocionamos e nos revoltamos através do que exhibe. Seu desenvolvimento tecnológico no século XX e XXI possibilitou alcançar cada vez mais pessoas, estando disponível 24h por dia, inserindo-se na cultura, chegando aos cerne das mais diversas relações sociais e culturais. A mídia tornou-se onipresente e inescapável, um “*boom midiático*”. A sua interação e intersecção com os indivíduos nos âmbitos sociais, culturais e simbólicos, transformou a forma de nos relacionarmos com os outros, com o mundo e com nós mesmos, ou seja com a cultura. Apesar da relação da mídia com o cotidiano social dos indivíduos ser forte, ela não é vertical. Com a chegada das mídias digitais, isso fica mais nítido, o sujeito pode assistir, ver, ouvir, ler o que quiser e quando quiser, seja de modo legal ou via pirataria disponível, quando conectado. Aqui sua atenção é fragmentada, visto que a todo momento é instigado a ter uma experiência em outro espaço. Porém, também é percebido o conjunto de esforços e recursos que todos os meios, seja digital ou não, fazem a fim de manter nossa atenção em seus respectivos lugares, seja em um canal, app, site de streaming, ou rede social.. De fato, antes da entrada do digital no cotidiano, a mídia massiva e tradicional, detinha um poder maior sobre as possíveis escolhas dos seus usuários em relação aos

produtos midiáticos ofertados, pautava os programas, os horários de cada quadro, colunas, músicas, filmes que julgava melhor, seja visando a maior recepção do público ou seus próprios interesses. Todavia, mesmo com um número menor de possibilidades os usuários podiam mudar o canal, o programa, o jornal, a sessão, a estação. Aqui, faz jus aos estudos da Cauda Longa de Chris Anderson (2006) em que apresenta seus estudos sobre o mercado de nichos por meio da fragmentação e personalização dos produtos, principalmente midiáticos, apresentando enquanto uma tendência.

Antes de adentrarmos o conceito central deste trabalho, representação na cultura midiática, precisamos entender a estrutura a qual está inserida para compreender seus efeitos no âmbito simbólico, material e social. É um consenso entre os autores o lugar privilegiado da mídia na construção de sentidos aos indivíduos e/ou objetos e sua profunda influência nas relações sociais e culturais (BAUDRILLARD 1981, JAMESON 1993, UMBERTO ECO 1993, HALL, 2016).

O termo “cultura” talvez seja um dos mais complexos conceitos das ciências humanas e sociais. Para esse trabalho, trarei o conceito mais abrangente e simplificado escrito por Hall (2016), em que coloca a cultura enquanto “significados compartilhados”, para sermos da mesma cultura precisamos de um conjunto de sentidos, significados e linguagens em comum para nos fazer entender, nomear e identificar no mundo. De acordo com Kellner (2001), há uma cultura transmitida e veiculada pela mídia, que não está alheia à sociedade e aos indivíduos, Essa cultura se dá através das mensagens incorporadas no cinema, no jornalismo, na dramaturgia, na música e em suas subjetividades que permeiam, constroem e arquitetam o tecido social. A fusão da mídia no cotidiano, por meio das narrativas e imagens que são transmitidas, permeiam diversos aspectos sociais, culturais e individuais tornando-se referência, seja nos símbolos, na opinião política, no comportamento social e também na visão/projeção daquilo que é desconhecido pelo indivíduo. Junto a isso, a cultura midiática passa a fornecer os recursos que serão utilizados de base para a construir, moldar e reafirmar as identidades dos sujeitos, nos apresentando os parâmetros daquilo que é moral, cívico, heróico, desejado, jovem, velho, e todas suas antíteses, como o que deve ser rejeitado, vilanizado, preterido e descartado (KELLNER, 2001).

Apesar de atravessar as diferentes perspectivas sociais e culturais, a mídia não é onipotente, o processo de comunicação entre emissão e recepção dos sentidos, projetados em suas mensagens midiáticas, não ocorrem de forma direta e linear. De acordo com Hall (2003), o sentido da mensagem, transmitido pela comunicação de massa, é atravessado por diferentes momentos, seja a produção da mensagem, sua circulação e distribuição pelos meios, e as diversas interpretações que os indivíduos possam ter. Para Hall, o significado não é fixo, não importando sua origem, seja ela global ou ideológica, o sentido sempre possui várias camadas, sendo multirreferencial, tanto pela circulação da mensagem pelas estruturas de produção, distribuição, reprodução e recepção, quanto pelos aspectos culturais e sociais que atravessam os sujeitos. No entanto, não há como isentar a intenção da mídia na forma que a mensagem será decodificada/interpretada, visto que, os grupos que detêm os meios de comunicação massiva, estudam, pesquisam e testam a melhor forma de transmitir sua mensagem por meio de códigos, signos, símbolos, imagens, textos e linguagens, tendo consigo o privilégio da leitura preferencial (HALL 2003), em que trata-se de uma tentativa de hegemonizar a audiência e garantir a sua perspectiva dominante sobre a mensagem, mas mesmo assim, nunca é 100% eficaz.

O elemento da leitura preferencial se situa no ponto onde o poder atravessa o discurso, está dentro e fora da mensagem. Assim, não se pode dizer que eles são poderosos só porque controlam os meios de produção; eles tentam se infiltrar dentro da própria mensagem, para nos dar uma pista: "leia-me desta forma", Isto é o que quero dizer como leitura preferencial. (HALL 2003, p. 366)

A mídia passou a ocupar um espaço valioso na construção dos significados e nas representações, principalmente sociais. Isso deve-se por seu forte alcance social, possibilitado pelo seu desenvolvimento tecnológico no quesito técnico, e por meio dos usos dos discursos, das imagens, linguagens, persuasão, e a intermediação de diferentes setores da sociedade no quesito social e cultural. A cultura midiática passou a permear as representações, identidades e projeções não somente a nível individual, mas do seu reconhecimento social pelo outro, com os outros e com os seus. (FRANÇA, 2005).

“Representações” não é um conceito simples, assim como cultura, e ao longo do tempo ele vem sendo construído nos estudos interseccionados da sociologia, psicologia e semiótica. A relação cultura midiática — representação é bastante tênue, visto que a representação enquanto uma produção de significados da mente conecta conceitos e linguagens que permite nos referirmos ao mundo “real”, seja objetos, pessoas, acontecimentos ou esses num plano imaginário (HALL, 2016). Por meio do uso das imagens, textos, sons a mídia passa a fornecer esses sentidos em suas narrativas midiáticas. Para Hall, representar significa utilizar a linguagem para expressar algo, (a velhice) e apresentá-lo a outras pessoas (para crianças, jovens, adultos e os próprios idosos).

... E aqui onde a representação aparece: ela é a produção do significado dos conceitos da nossa mente por meio da linguagem. É a conexão entre conceitos e linguagem que permite nos referirmos ao mundo "real" dos objetos, sujeitos ou acontecimentos, ou ao mundo imaginário de objetos, sujeitos e acontecimentos fictícios. (HALL 2016, p. 34)

No entanto, a recepção da cultura midiática e a construção da representação não é linear, e sim mediada por diferentes esferas. Vera França cita Barbero, em que apresenta a mediação, enquanto “os lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade sociais e a expressividade cultural” dos produtos midiáticos (apud FRANÇA 2004, p. 20). Seja nos aspectos históricos, sociais, culturais, e claro, as próprias categorizações dos indivíduos na sociedade, como classe, renda, sexo, sexualidade, raça, idade, religião que irão interseccionar a recepção da cultura midiática, a produção das representações e a construção das identidades. As representações sociais por meio da mídia se configura em um sistema de representação (WOTTRICH, 2011) em um movimento constante que é atravessado pelos diversos aspectos socioculturais e históricos, por meio de perspectivas internas e externas ao sujeito, possuindo o caráter reflexivo (FRANÇA, 2005) de sentidos interpretados pelo indivíduo.

Representações sociais estão intimamente ligadas a seus contextos históricos e sociais por um movimento de reflexividade - enquanto elas são produzidas no bojo de processos sociais, espelhando diferenças e movimentos da sociedade; por outro lado, enquanto sentidos construídos e cristalizados, elas dinamizam e condicionam determinadas práticas sociais. Na sua natureza de produção

humana e social, tem uma dimensão interna e externa aos indivíduos, que percebem e são afetados pelas imagens (que passam por processos de percepção e afecção) - e, desses processos, as devolvem ao mundo na forma de representações. (FRANÇA 2005, p. 19)

A relação estabelecida pela mídia se estende além de quem produz a comunicação e seus telespectadores ou leitores, ela também conecta fabricantes e consumidores, demandas às necessidades, e o fomento dela, por meio de suas narrativas e espetacularização. (SILVERSTONE, 2005). Um bom exemplo para essa circulação de sentidos na sociedade é a novela "Mulheres Apaixonadas", dirigida por Manuel Carlos, exibida em 2003 pela Rede Globo, em que representava diferentes perfis de mulheres e problemáticas sociais, como o câncer de mama, a homossexualidade, a violência doméstica e a violência contra idosos. Todas essas temáticas, tiveram uma certa repercussão social, mas para esse trabalho, é pertinente nos ater a violência contra idosos sofrida na trama. Na novela, Dóris (Regiane Alves) passa boa parte da trama maltratando os avós, Flora (Carmem Silva) e Leopoldo (Oswaldo Louzada), com violência física, verbal e humilhações. As cenas eram tão fortes e chocantes para o público que a atriz Regiane Alves, que interpretou a personagem que maltratava os avós, chegou a sofrer agressões ao sair em público. Aqui vemos uma não aceitação enquanto "normalidade" dos espectadores sobre esse ato. Porém, a repercussão também ajudou a acelerar as denúncias de abuso, violências, o debate sobre a proteção do idoso e principalmente evidenciou a necessidade da criação do Estatuto do Idoso aprovado no mesmo ano da novela. Aqui fica claro as mediações de esferas sociais e a circulação do sentido da cultura midiática em que também fomenta pautas problemáticas na sociedade.

A circulação de sentidos por meio das narrativas midiáticas passa pela esfera da representação social, sendo uma das formas de representar algo ou alguém é partindo do estereótipo. Hall (2016) traz as ideias de Richard Dyer a fim de distinguir os conceitos de "tipificação e estereotipagem". A tipificação se configura no processo de "decodificação" de "tipos", composto por caracterizações simples e de amplo reconhecimento que fazem parte de um sistema geral de classificação a fim de conectar e unir esses "tipos". Dessa forma, a tipificação é um processo essencial para a compreensão e abstração dos sentidos do mundo.

Já o estereótipo para Hall (2016), consiste na ação de reduzir um indivíduo ou grupo de pessoas a poucas características simples e essenciais, em que marca e fixa as diferenças, sendo retratadas como algo natural e imutável. A estereotipagem é dividida em três aspectos, sendo o primeiro o efeito de reduzir, essencializar, naturalizar e fixar as diferenças. O segundo dá-se pela divisão daquilo que é normal e aceitável do anormal e inaceitável, do "nós" e "outros". E em terceiro é a tendência da estereotipagem ocorrer onde há grandes desigualdades de poder. Visto que, em um espaço com um grupo dominante e outro subordinado predispõem-se da imposição das normas culturais e sociais do grupo dominante ao subordinado por meio de normas simbólicas que contribuem para a manutenção da hegemonia de poder no tecido social e cultural.

o poder de representar alguém ou alguma coisa de certa maneira - dentro de um determinado "regime de representação". Ele inclui o exercício do poder simbólico através das práticas representacionais e a estereotipagem é um elemento-chave deste exercício de violência simbólica. (HALL, 2016, p. 193).

A representação com base nos estereótipos contribui para a estigmatização e afastamento deste indivíduo ou grupo perante a sociedade. Hall (2003) apresenta um possível modelo a fim de compreender o processo de comunicação e significação a partir de um programa televisivo, em que difere das ideias de sentido literal e transparente (denotativo) dos discursos, questionando assim a neutralidade das significações. Hall afirma que "Toda sociedade ou cultura tende, com diversos graus de clausura, a impor suas classificações do mundo social, cultural e político"(HALL 2003, p.396). Essas classificações estabelecem uma ordem de sentidos dominantes ou preferenciais, hierarquicamente organizados naquela cultura e sociedade, que irão permear diferentes áreas. Esses sentidos se dão de forma hegemônica e "natural", o pensamento óbvio ou o senso comum. A leitura preferencial se dá quando o receptor utiliza os códigos dominantes para a codificação dos sentidos. Desse modo, a cultura midiática, se apropria dos sentidos e códigos dominantes e hegemônicos estabelecidos na sociedade e na cultura, reforçando-os através dos meios de comunicação com objetivo de tornar sua mensagem mais eficaz e seu discurso lido do modo como havia imaginado. Reforçando aqui, o privilégio da leitura preferencial pela mídia.

No entanto, utilizar os códigos dominantes não resultará automaticamente na leitura preferencial por parte do público receptor da mensagem. Hall (2003) apresenta que os sujeitos podem ter a codificações além das hegemônicas, sendo (1) a codificação opositiva, em que a leitura da mensagem é feita de forma contestatória aos discursos hegemônicos, de modo a trazer uma nova significação referencial, em que contrasta com os aspectos do senso comum. Também, pode ser lido por meio da (2) codificação negociada, em que estabelece uma relação de contraponto aos sentidos dominantes, mais ainda de modo pontual e parcial, em que de um certo lado é a leitura é opositiva, porém de outro ainda é dominante.

Se tratando da representação de corpos velhos e com base nessas ideias trazidas por Hall (2003), Wottrich (2011) apresenta formas de codificação da velhice na novela *Passione*, da Rede Globo, exibida no ano de 2010, que nos ajuda a entender como a TV aberta tem representado a velhice, ou até “as velhices” por meio de suas narrativas na trama. Nessa análise, Wottrich (2011) apresenta a forma dominante de codificação trazida por Hall (2003), em que os sentidos da velhice estão associados principalmente a aspectos negativos. A velhice é retratada em oposição à juventude, pelas cicatrizes do passar do tempo pelo corpo e face, pela senilidade, incapacidade de aprender algo novo e pela perda de papéis sociais. Sendo potencializada por meio da dependência e fragilidade, além de ser percebida enquanto um fardo social.

A forma dominante de codificação mostra a velhice associada principalmente a designios negativos, posicionada em contraste com a juventude. A velhice torna-se contígua ao aparecimento de doenças e à inatividade. O idoso é marcado pela decrepitude física, pela sensibilidade, pela incapacidade de aprender coisas novas e pela perda de papéis sociais. A estigmatização adquire evidência: ele é caracterizado pela dependência e fragilidade, tornando-se um fardo, um estorvo para a sociedade. Estereótipos como o velho senil que não compreende o mundo a sua volta, o caduco, gagá e dependente adquirem evidência. É também espaço para a criação de imagens caricatas da velhice, o idoso infantilizado, inocente, o "velho babão", pacato e risonho, restrito à esfera privada ou o velho juvenilizado, ridicularizado por suas tentativas de adotar valores juvenis. (WOTTRICH, 2011, p. 66)

Um exemplo bastante objetivo de como os sentidos hegemônicos dominantes sobre a representação da velhice é atravessado pelos estereótipos e conotações negativas, é o personagem Abraham "Abe" Jedediah Simpson II, mais conhecido como

Vovô Simpson da série animada “Os Simpsons”. A série conta com 33 temporadas e é considerada a mais longa do mundo, tendo sua estreia em 1989. De acordo com a Wiki oficial da série⁶, em Os Simpsons, Abe (vovô simpson) é retratado como um personagem conservador, errático, senil e com um péssimo estado de saúde. Sendo menosprezado tanto pela família e demais personagens que os cercam, quanto pelas instituições a qual se insere, como o asilo em que vive e foi colocado pelo próprio filho (Homer Simpson). “Vovô Simpson” é uma demonstração crítica em forma de animação do desprezo que a sociedade geralmente tem com as pessoas idosas.

Entretanto, Wottrich (2011) apresenta que a mídia também pode operar nas codificações opositivas e negociadas. Nas codificações opositivas da velhice, novos e positivos significados são atribuídos à ela. As significações ocorrem em contraste com as codificações dominantes, e no tensionamento do estereótipo e no modelo pré-concebido do idoso. Aqui, Wottrich (2011) salienta que ainda é difícil estabelecer parâmetros de significações positivas para a velhice, visto ser algo bastante recente nas produções audiovisuais. Mesmo tão recente, a representação dos idosos ganha uma nova forma de ser vista, em que é retratada na sua diversidade e heterogeneidade, inseridas no meio social e com possibilidade de autonomia na novela. Wottrich (2011) também apresenta a codificação negociada, em que consiste em mostrar os idosos e seus estigmas, mas também a heterogeneidade de possibilidades da velhice, sem cair em estereótipos ou contrastá-los com a juventude.

A mídia recorre aos sentidos e discursos hegemônicos já estabelecidos pela ordem sociocultural e estruturas de poder a fim de garantir que a maioria dos telespectadores façam a leitura das mensagens da maneira como foi planejada, assim, garantindo uma maior eficiência em sua comunicação. Aqui o modelo de comunicação é massivo, não havendo espaço para segmentações de produções ou de público. Essa perspectiva, também vale-se nas linhas de representação, visto que aqui a regra é trazer características amplamente reconhecidas, de fácil entendimento e associação, vista como naturais e quiçá universais. No entanto, na heterogeneidade e complexidade do mundo e das pessoas, essas representações podem se tornar superficiais e com baixa

⁶ "Abraham Simpson II | Wiki Simpsons." https://simpsons.fandom.com/pt-br/wiki/Abraham_Simpson_II. Acessado em 21 abr. 2022.

identificação entre os indivíduos, visto que os aspectos representados são generalistas e estereotipados, do senso comum.

Essa lógica de produção e consumo rompe-se, por diversos fatores, os avanços sociais, o aumento de poder de voz dos indivíduos por meio da internet, e com o desenvolvimento das TVs por assinatura, aparelhos de DVD e consumo via Streaming. Essa possibilidade tecnológica possibilitou a criação de mercados de nichos cada vez mais aprofundados, tanto no público consumidor e suas particularidades, quanto na segmentação de produção. Aqui a heterogeneidade dos discursos e representações ganharam espaço, além da identificação e engajamento do público que pode reconhecer-se mais nas produções audiovisuais, e trazendo para o objeto deste trabalho, as séries.

3.2 Séries e as novas narrativas midiáticas

As séries conquistaram seu lugar no espaço midiático no século XXI, mas os primeiros registros que temos sobre séries e seriados no mundo não vieram da TV, mas anteriormente a ela, no cinema no início do século passado. *Nick Carter, le roi des détectives*, foi o primeiro seriado do mundo, exibido na França em 1908, produzido em seis episódios, cada um com uma história completa. No Brasil, também por meio do cinema, a primeira série exibida ocorreu em 1915, com a exibição em São Paulo, de *A rapariga misteriosa*⁷ (*Lucille Love, Girl of Mystery*). Mas é a partir da televisão que as séries irão firmar seu espaço e mudar a forma de consumir e relacionar com esse novo programa audiovisual.

De acordo com o estudo “Paixões em séries⁸” de 2021, divulgado pela NBCUniversal Brasil e pela Rede Globo, as séries passaram por três grandes ondas até chegarem nos cenários atuais. Sendo a primeira a fase “A Marola” em que consiste no auge das séries da TV aberta da década de 90, como por exemplo, a série

⁷ "Seriado – Wikipédia, a enciclopédia livre." <https://pt.wikipedia.org/wiki/Seriado>. Acessado em 21 abr. 2022.

⁸ "As séries são as grandes protagonistas do entretenimento" 3 ago.. 2021, <https://gente.globo.com/estudo-as-series-sao-as-grandes-protagonistas-do-entretenimento-audiovisual-da-actualidade-buscamos-entender-o-porque/>. Acessado em 21 abr. 2022.

americana *Friends*, em que tinham os desfechos de suas histórias no mesmo episódio, podendo assim ser assistido de forma independente de ordem ou temporada. Nesse momento temos como marcador a distribuição feita pela TV aberta, nos horários, canais e programas que eram ofertados pela mídia. As narrativas eram bastante genéricas, voltadas para um consumo em massa, visto que de forma geral, as residências tinham um único aparelho de TV, onde a família toda assistia as mesmas programações e as histórias precisavam conter um denominador comum entre os membros. De acordo com Morin (1997) esses programas “se dirigem efetivamente a todos e a ninguém, às diferentes idades, aos dois sexos, às diversas classes da sociedade, isto é, ao conjunto de um público nacional e, eventualmente, ao público mundial” (MORIN, 1997, p. 35).

A segunda onda "A Grande Virada" se dá no início dos anos 2000 com a chegada da TV por assinatura, aparelhos DVDs, e o desenvolvimento inicial da internet. Nesse momento, temos uma maior diversificação de estilos de produções, aumentando e criando novos nichos/ segmentações, tanto de produção quanto de público. Aqui, um bom exemplo que se destaca é a série *Lost*, desenvolvida pela Walt Disney Studios Home Entertainment, que atingiu 6 temporadas de 2004 a 2010. Aqui também surgem as primeiras estratégias transmídias usadas para séries, em que a história era abordada além da série transmitida pela TV, mas também na forma de livros, quadrinhos, jogos e sites que permitiam a circulação de sentidos entre os fãs da narrativa em diferentes plataformas, por meio das primeiras comunidades e fóruns em torno de séries pela internet.

Na última onda temos "O Tsunami" em que temos a consolidação das séries dos momentos atuais. Aqui destaca-se as produções de alto investimento e de rápidos lançamentos visando um mercado de consumo cada vez mais segmentado. A experiência tanto no consumo quanto na circulação de significados entre os espectadores se complexifica e se expande por meio do digital. Com o desenvolvimento e acesso de uma internet cada vez mais veloz, permitiu-se a expansão de empresas que ofertam produtos audiovisuais via streaming, como a Netflix, que é a produtora da série central deste trabalho, e um alto consumo dos programas audiovisuais ofertados, principalmente as séries.

O consumo de séries vem crescendo ao passar dos últimos anos no Brasil . De acordo com os dados da Anatel, divulgados no estudo “ Paixões em séries” em 2021, pela NBCUniversal Brasil e a Rede Globo, houve um aumento de mais de 52% de audiência nas TVs por assinatura e serviços de streaming desde 2014. Em 2021, as séries já alcançavam, em média, mais de 37 milhões de brasileiros de um total de 42 milhões por mês, representando 88% do público total que consomem TVs por assinatura e serviços de streaming. Com isso, o Brasil já está classificado na sexta posição do país que mais consomem streaming no mundo. Apesar disso, é importante salientar que a TV aberta ainda é a mídia dominante no país. De acordo com Midia Dados de 2021, a penetração da TV aberta chegou a 87% dos brasileiros, aproximadamente 174 milhões de pessoas de um total de 212 milhões da população nacional. Diante disso, vemos que a realidade do streaming, apesar de estar em crescimento, ainda está distante para a maioria das pessoas do país.

Nesta pesquisa iremos tratar séries enquanto uma narrativa que ocorre por meio de cada episódio, porém mantém a continuidade por meio de “ganchos” deixados no decorrer de cada episódio seguindo a cronologia da série. A narrativa por meio de seriado, de acordo com Dantas (2015), se dá por meio de histórias que possuem seu desfecho com início, meio e fim ao final de cada episódio.

Ao observarmos as séries no consumo midiático percebemos uma ampliação nas formas de produção, distribuição e consumo do audiovisual. Como vimos no subcapítulo 3.1. há uma cultura midiática vivida e experienciada pela sociedade e indivíduos através da circulação e transformação de sentidos compartilhados (KELLNER, 2001). O crescimento do consumo e produção das séries, corrobora para uma transformação na forma como seu público se relaciona com o programa audiovisual, construindo uma cultura própria das séries (SILVA, 2014), o que também aponta para o aumento da preferência por séries. Nas plataformas de streaming existem diversos elementos que influenciam uma experiência mais positiva, alguns exemplos, as sugestões de séries e filmes com base nos históricos e preferências de cada usuário, os destaques para lançamentos e das produções mais vistas por outras pessoas na plataforma naquele período e o binge-watching, em que ao terminar um episódio o próximo inicia automaticamente em um intervalo de 5 segundos (ROSSINI; RENNEN,

2015). Esse último em particular, estimula um fenômeno próprio da cultura de séries, o efeito de “maratonar” uma série, em que consiste em assistir vários episódios (se não todos) de uma mesma produção.

O cenário atual, portanto, é de ampliação das formas de produção e consumo audiovisual, e embora a TV ainda esteja consolidada no modelo tecnológico de transmissão de sinal, o que implica uma experiência predominantemente nacional e em fluxo, o que chamamos aqui de cultura das séries é resultado dessas novas dinâmicas espectatoriais em torno das séries de televisão, destacadamente, as de matriz norte-americana (SILVA, 2014, p.243).

De acordo com Silva, a cultura de série é o resultado dos novos movimentos na forma de consumir, interagir e produzir o entretenimento audiovisual. Silva divide esse fenômeno em três fatores centrais. Sendo a primeira a forma, as diferentes narrativas e modelos de contar histórias por meio do audiovisual ganhou mais espaço pelas séries, em contrapartida aos repetidos moldes de roteiros produzidos pela grande mídia, possibilitando pensar programas mais direcionados e segmentados a seu público, o que conseqüentemente, gera uma maior identificação e conexão com o público além de possuir um caráter de socialização. Com isso, a diversidade conquistou seu espaço nas séries e as pessoas querem se reconhecer nelas. De acordo com os dados do estudo “Paixões por série”, 79% dos entrevistados dizem sentir que as histórias contadas passaram a retratar suas realidades mais que antes. Como vimos no subcapítulo 3.1, a mídia possui o privilégio de leitura preferencial (HALL, 2016), em que por mais que não possui total controle sobre os sentidos que serão codificados pelos indivíduos, ela induz a leitura e percepção da narrativa de uma determinada forma. As pessoas exigem que a representação dos grupos e realidades a qual pertencem sejam representadas e retratadas a imagem e semelhança a qual seja.

O segundo fator apresentado por Silva, está relacionado ao contexto tecnológico, proporcionado pelos avanços desses e do aumento do acesso aos meios digitais e à internet. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios⁹ (PNAD) de 2019, divulgada pelo IBGE, mostra que 82,7% das casas brasileiras já têm acesso à internet, sendo 80,2% por conexão via banda larga. Dessa forma, elevou as possibilidades de

⁹ "Pesquisa mostra que 82,7% dos domicílios brasileiros têm acesso à" 14 abr. 2021, <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet>. Acessado em 12 mai. 2022.

circulação, produção e segmentação das séries via Streaming ou por download em sites ou fóruns de séries. De fato, a televisão ainda é o meio dominante no Brasil, porém esse processo também irá forçar uma mudança nas grades televisivas, em que foram forçadas a se adaptar às novas demandas, criando opções de consumo digital, como HBO go, Telecine Play, GloboPlay, Disney Plus. *Grace and Frankie* é uma produção original da Netflix, uma série protagonizada por quatro pessoas com mais de 75 anos que enfrentam diversos confrontos com estigmas sociais e culturais sobre o que se espera de alguém velho. Seja na sexualidade, na vida sexual, afetiva, na morte, nos laços e papéis sociais. Essa narrativa que coloca a vida das pessoas idosas como central em uma trama é algo impensável aos moldes de fazer TV antes da possibilidade de segmentação e diversificação das produções audiovisuais, da totalidade dos discursos e sentidos hegemônicos.

O Terceiro Fator está relacionado ao consumo e às estratégias de engajamento com o seu público, em que há uma troca simbólica e de sentidos além do que é oferecido pelas séries em si. Isso se dá através de comunidades, *fandoms*, *fanart*, *fanfics*, *hashtags*, dentre outros, mostrando aqui o caráter enquanto meio de socialização dos sujeitos em torno das séries.. Silva (2014) cita Ross(2008) em que "A experiência das pessoas em assistir e fazer televisão é cada vez mais inseparável da teleparticipação (seja ela literal ou conceitual)" (Apud SILVA 2014, p. 248). Esse fenômeno ocorre tanto pela própria produção para divulgar e convidar a assistir, como por exemplo páginas oficiais *hashtags*, quanto pelo público na criação de comunidades, *fandoms*, *fanart*, *fanfics*, como também pela própria mídia massiva, em que aponta sugestões, críticas e novidades, além da sua grade tradicional, em seus espaços digitais, como revistas, blogs, colunas, páginas, perfis. Somado a isso, a mídia, no caso a TV aberta, passa também a oferecer programas que não são parte da sua grade e narrativas tradicionais. Como por exemplo, em 2020, a TV aberta Rede Bandeirantes passou a exibir uma das maiores séries de sucesso da Netflix, "*Orange is the New Black*". Desse modo, vemos que a circulação de significados entre, produção, consumo e interação são partes fundamentais para entendermos a grande relevância das séries.

O conteúdo de um meio pode mudar (como ocorreu quando a televisão substituiu o rádio como meio de contar histórias, deixando o rádio livre para se tornar a principal vitrine do rock and roll), seu público pode mudar (como ocorre

quando as histórias em quadrinhos saem de voga, nos anos 90, para entrar num nicho, hoje) e seu status social pode subir ou cair (como ocorre quando o teatro se desloca de um formato popular para um formato de elite), mas uma vez que um meio se estabelece, ao satisfazer alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de opções de comunicação. (JENKINS, 2000 p.39)

Aqui, vemos que as novas narrativas, discursos, representações, códigos e significações que antes não tinham espaço na mídia massiva, passam a ocupá-lo. Aqui, esses movimentos não são destinados e exclusivos de uma única plataforma de distribuição, mas seus sentidos circulam entre os indivíduos e grupos no processo de socialização e cultura, visto que os mesmos indivíduos que consomem as plataformas por assinatura, também irão consumir a TV aberta, o que caracteriza o movimento de convergência trazido por Jenkins (2000). Dessa forma, as séries enquanto uma forma de comunicação midiática, também fazem parte de um sistema de representação e significação, assim como a TV aberta.

Porém, aqui ela pode possibilitar uma maior pluralidade, heterogeneidade e complexidade das representações e sentidos além dos códigos dominantes e hegemônicos já estabelecidos. Essas mudanças são acompanhadas e impulsionadas pelo próprio público espectador, que se torna mais ativo, e exigirá a sua representação tal qual ela é, além de reivindicar os sentidos que não foram contemplados, ou representados de forma inverídica. Aqui, as séries também irão estimular essas mudanças nos demais meios de comunicação, assim como vimos no exemplo acima na TV aberta. Reforçando que as transformações na relação público — programa audiovisual não são restritas a uma única plataforma de distribuição e produção midiática.

4. AS CODIFICAÇÕES DA VELHICE POR GRACE E FRANKIE

Neste capítulo, apresentaremos um breve resumo da série *Grace and Frankie* e a plataforma responsável por sua produção e distribuição Netflix.. Estarão discriminados os procedimentos metodológicos e descrição do corpus da pesquisa que conta com 14 cenas, analisado a partir das ideias de codificações dominantes, opositivas e negociadas construídas nos capítulos teóricos e de procedimentos metodológicos

4.1 Grace and Frankie

A Plataforma Netflix foi fundada em 1997 nos Estados Unidos, mas chega ao Brasil em 2011, tendo, hoje, mais de 220 milhões de assinantes espalhados por mais de 190 países. A empresa modificou a forma como são consumidas, produzidas e distribuídas séries e filmes atualmente por meio do seu serviço de provedor global de séries e filmes via *streaming*. O modelo de negócio da Netflix, tangencia as ideias de Cauda Longa de Chris Anderson (2006) com suas ideias dos massivos mercados de nichos e também a teoria de convergência das mídias e das transformações do processo de cultura e socialização de Jenkins (2008).

Estreada em 2015, *Grace and Frankie* é uma série de produção original da Netflix. Criada por Howard J. Morris e por Marta Kauffman, conhecida pela produção e pelo roteiro da série televisiva dos anos 90 “Friends”. *Grace and Frankie* teve seu fim no ano de 2021 e atingiu a marca de 7 temporadas, sendo a mais longa já produzida pela empresa, até o presente momento. O elenco da série é composto por quatro personagens principais, sendo Jane Fonda (79 anos), Lily Tomlin (78 anos), Martin Sheen (77 anos) e Sam Waterston (76 anos). Todos esses com mais de 75 anos quando a série estreou, algo bastante incomum para as produções audiovisuais de nosso tempo.

Figura 3 - Grace Hanson (Jane Fonda)



Fonte: Netflix

Figura 4 - Frankie Bergstein (Lily Tomlin)



Fonte: Netflix

A trama tem como contexto duas mulheres idosas Grace Hanson (Jane Fonda) e Frankie Bergstein (Lily Tomlin) recém divorciadas de seus maridos, Robert Hanson (Martin Sheen) e Sol Bergstein (Sam Waterston), que revelam já no primeiro episódio estarem apaixonados um pelo outro e se relacionarem secretamente a mais de 20 anos. As duas mulheres, devastadas com a situação, enfrentam esta nova realidade e acabam morando juntas em uma casa na praia, mesmo uma não gostando da outra. A personalidade das duas são contrastantes. Grace é uma mulher sofisticada, conservadora, de sucesso no mundo empresarial e sempre preocupada com sua imagem e percepção. Já Frankie possui um espírito livre, estilo “Hippie”, ativista e sempre preocupada com seus valores e causas sociais, não se importando com sua imagem ou a opinião alheia sobre si. A série foi muito aclamada desde a sua primeira temporada por trazer como protagonistas septuagenários e os estigmas desta última etapa da vida. Lily Tomlin e Jane Fonda foram nomeadas a diversos prêmios por suas interpretações na série. Em 2015, Jane Fonda, ganhou o prêmio de melhor atriz em série de comédia pelo 19º Prêmio OFTA.

Nas primeiras duas temporadas, a série acaba tendo enfoque no relacionamento homossexual dos ex-maridos, questões como sair do armário e ser um homossexual após os 70 anos. A partir da terceira temporada, que será analisada nesta pesquisa, questões mais centrais sobre a velhice são abordadas, ganhando novas esferas além

do divórcio, como a vida sexual e afetiva, o trabalho, os negócios ,a família e os próprios estigmas da velhice.

4.2 Procedimentos metodológicos

Nesta seção, explicamos como foi realizada a coleta e análise dos dados a fim de responder a questão central desta pesquisa. Este trabalho tem como caráter exploratório sobre as representações da velhice através das personagens Grace e Frankie da série *Grace and Frankie* da Netflix. De acordo com Gil (2008) "Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis" (2008, p. 27). O método escolhido foi o qualitativo, em que se abordou conceitos sobre a subjetividade das representações, sentidos e codificações sobre as personagens Grace e Frankie nas cenas em que a velhice e ser velho se tornam centrais no contexto da cena.

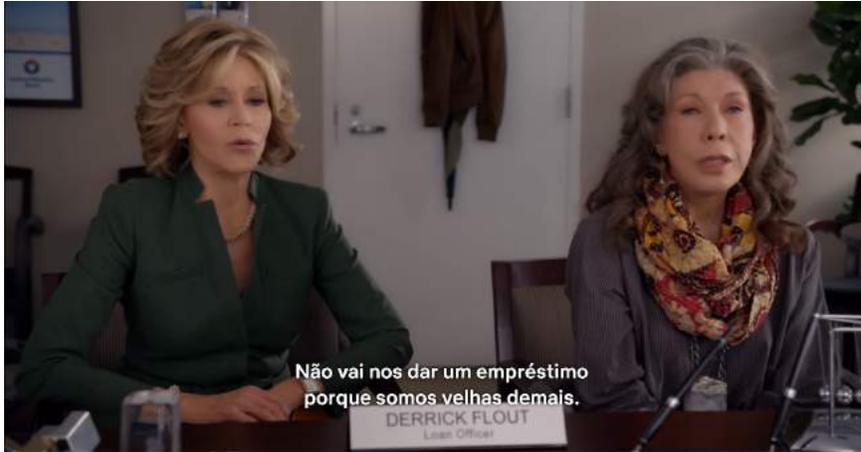
O recorte de análise se dá através da terceira temporada de *Grace and Frankie* visto a diversidade de esferas e contextos em que a velhice é atravessada nesta temporada. Visto que, no total a série possui sete temporadas, e apesar de relevantes e pertinentes, seria difícil dar conta de um corpus de análise tão vasto. As duas primeiras temporadas acabam focando muito no relacionamento dos ex-maridos, mas na terceira temporada as personagens protagonistas ganham complexidade e perpassam mais contextos e esferas que são atravessadas pelo fato de serem velhas, por isso, essa temporada foi escolhida para análise. A título de interesse, sugiro verificar o apêndice deste trabalho, em que consta uma sinopse de cada temporada da série. Assim, num primeiro momento, foi realizada uma listagem com todas as cenas em que a velhice ou ser idoso se torna central no contexto da terceira temporada. Foram selecionadas 14 cenas para o corpus, em que são evidenciadas as categorias para análise. As cenas foram organizadas em uma tabela que apresenta as seguintes informações: a) Em qual episódio e temporada a cena está. b) A descrição do contexto, diálogo e uma imagem da cena para ilustrar e c) Os conceitos de codificação da representação da velhice. Em um segundo momento, iremos aprofundar as codificações categorizadas em cada cena com base nas ideias de codificação dominante, opositiva e negociada de Hall (2003) e

Wottrich (2011). Após a apresentação do processo metodológico, seguimos para a apresentação do corpus e sua respectiva análise.

4.3 Análise

Nesta subseção, iremos apresentar, via quadro, a transcrição dos diálogos, contextos e imagens das 14 cenas selecionadas. Além disso, iremos apontar as codificações presentes na cena que serão discutidas na seção de análise. Este quadro tem como objetivo ilustrar as representações da velhice nas cenas por meio das codificações dominantes, opositivas e negociadas com base em Hall (2003) e Wottrich (2011) conforme consta no capítulo 3 representações em séries e no subcapítulo 4.2 procedimentos metodológicos.

Quadro 1 - Corpus

Cena	Descrição	Representações da velhice
<p>1 03x01 1min47</p>	<p>Contexto: Grace e Frankie vão ao banco para pedir um empréstimo para seu negócio de vibradores para mulheres idosas.</p> <p>Figura 5 - Cena 1</p>  <p>Fonte: Netflix</p> <p>Grace: Bem, gostaríamos de um empréstimo de US\$ 75.000, com juros de 3,45%, em vez de 4,1%</p> <p>Gerente do banco: Seria um empréstimo de curto prazo?</p> <p>Grace: Não, dez anos.</p>	<p>Codificação negociada</p>

	<p>Gerente do banco: Dez anos?</p> <p>Gerente: E vocês pagariam...</p> <p>Grace: em 10 anos, como os empréstimos de 10 anos.</p> <p>Frankie: E nós daríamos um vibrador grátis para sua namorada depois que nos der os US\$ 75.000</p> <p>Gerente do banco: Não acho que um empréstimo de dez anos seja prudente para o banco. Com vocês.</p> <p>Grace: Bem... um empréstimo de sete anos seria prudente?</p> <p>Gerente do banco: Não sei se sete anos seria realista</p> <p>Frankie: O que seria prudente e realista?</p> <p>Gerente: Algo no intervalo de um ano.</p> <p>Frankie: Não sou contadora, mas não parece um intervalo muito amplo, Derrick.</p> <p>Grace: Analisei o ponto de equilíbrio e vai demorar pelo menos quatro anos ... Céus. Entendi o que está acontecendo.</p> <p>Frankie: Eu também. Você tem medo da sexualidade feminina. Você é um banqueiro que nunca leu "Our Bodies, Ourselves"</p> <p>Gerente do banco: Foi banido na escola, mas um amigo tinha</p> <p>Grace: Não vai nos dar um empréstimo porque somos velhas demais.</p> <p>Frankie: Velhas demais? Eu estava ouvindo Drake no carro.</p> <p>Grace: Sabe o que é isso? Preconceito contra nossa idade.</p>	
<p>2 03x01 5min02</p>	<p>Contexto: Grace e Frankie no estacionamento do banco após o pedido de empréstimo ser recusado.</p> <p>Figura 6 - Cena 2</p>  <p>Parece que estamos caducas e não lembramos de nada?</p> <p>Fonte: Netflix</p> <p>Grace: Parece que estamos prestes a morrer? Parece que estamos caducas e não lembramos de nada?</p> <p>Grace: Cadê o carro?</p> <p>Frankie: Achei que você estivesse prestando atenção nisso</p> <p>Grace: Falei para você tirar uma foto da vaga.</p>	<p>Codificação dominante</p>

	<p>Frankie: Eu tirei...Deixei meu telefone no banco com minhas chaves.</p>	
<p>3 03X03 0min50</p>	<p>Contexto: Grace e Frankie desenvolvem um vibrador feminino voltando para mulheres idosas, de forma a se adaptar ao corpo e ao manejo de pessoas com idade avançada. Nesse episódio, elas conhecem pela primeira o produto que desenvolveram.</p> <p>Figura 7 - Cena 3</p>  <p>Fonte: Netflix</p> <p>Grace: Pronta? Frankie: Vamos lá! Frankie: Veja o <i>Ménage à Moi</i> (nome do produto) Grace: Nossa, que lindo! Frankie: E tão leve, parece que estou segurando uma nuvem. Grace: Uma nuvem que vibra e dá orgasmos Grace: Os botões de controle que brilham no escuro foram um ótima ideia Frankie: Obrigada! E podemos falar dessa camada em gel, Sra. Toque de gênio? Grace: Veja como os ângulos mudam facilmente! Conseguimos Frankie! Disse que íamos fazer e conseguimos.</p> <p>Contexto seguinte: Logo após, as personagens dão indícios que testarão o produto nos momentos seguintes.</p>	<p>Codificação opositiva</p>
<p>4 03x03 3min</p>	<p>Contexto: Após o primeiro teste com o vibrador para mulheres idosas, Grace e Frankie conversam na cozinha.</p> <p>Figura 8 - Cena 4</p>	<p>Codificação Negociada</p>



Fonte: Netflix

Frankie: Bom dia!

Grace: Bom dia!

Frankie: Então, falou com sua prima?

Grace: Falei! Tive uma conversa muito satisfatória. Com certeza vou ligar mais vezes.

Frankie: Só entre nós duas, agora o Jacob tem um concorrente. Ele não muda de ângulo tão rápido, e eu tenho meus ângulos.

Grace: Veja. (Grace gira o pulso com uma espátula na mão)

Grace: Minha artrite não piorou nem um pouco! *O Ménage à Moi* funciona *três magnifique*.

Frankie: Orgasmos e panquecas com várias coberturas! É o melhor dia de todos.

5
03X03
14min

Contexto: Grace e Frankie fazem um grupo focal para apresentar seu vibrador para mulheres idosas, o *Ménage a Moi*, com um grupo de mulheres mais velhas, que descobrem fazer parte de um grupo religioso.

Codificação
negociada

Figura 9 - Cena 5



Fonte: Netflix

Grace: Por curiosidade, vocês têm problemas nas mãos ou nos pulsos?

Convidada 1: Sim. Minhas mãos ficam tão duras de manhã que nem consigo abri-las. Tenho que deixá-las na água quente para começar a mexê-las.

Grace: Coitadinha. E como se sente depois de se masturbar.
(convidadas pasmas diante da pergunta)

Grace: Não. Tudo bem. Vocês estão em um lugar seguro. Aqui é... digamos que seja como um santuário.

Grace: Então, isso piora quando se masturba? Sabe, o inchaço ou dor depois de ...

Frankie: Depois de você se masturbar, ela quer dizer. Louvado seja Deus.

(Convidadas com reações de estranhamento e desconforto)

Grace: Não deve ser um assunto comum, imagino, no seu grupo de oração. O que é compreensível. Quer dizer...

Frankie: Meu deus do sapateado! Grace podemos distribuí-los agora? Vamos começar o jogo!

Grace: Está bem.

(Grace distribue os vibradores)

Grace: Todas vocês... olhem o que há na sacola. Vocês encontrarão um presentinho que pode fazê-las se sentirem... renascidas.

Convidada 2: O que é isso?

Grace: Nós o chamamos de *Ménage a Moi*.

Frankie: É um vibrador, mas não um vibrador qualquer.

Grace: Não, ele foi criado especificamente para mulheres mais velhas. Com problemas nas mãos ou nos pulsos.

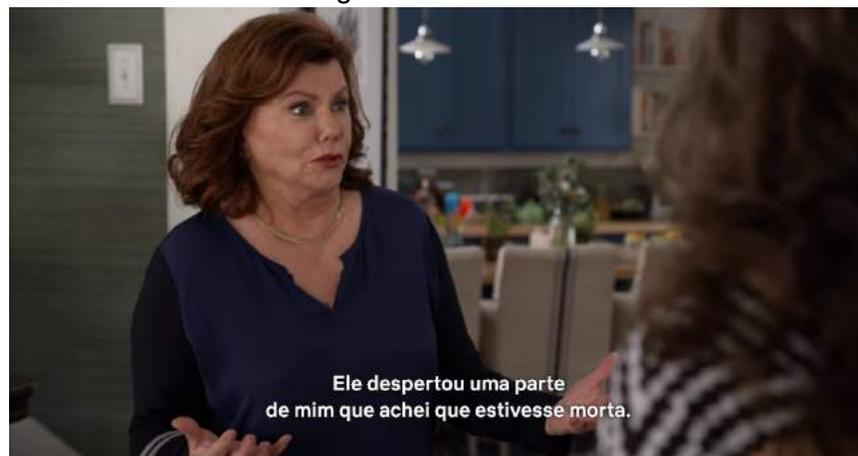
Convidada 1: O que quer que a gente faça com isso?

Convidada 2: O que acha que elas querem que a gente faça? Tive um pressentimento esta manhã. Não vá à praia. Vamos, Carol. Vamos sair daqui antes que nos amarrem às cadeiras e

	<p>nos forcem a ver filmes pornô. Grace: Não, por favor, não vão.</p>	
<p>6 03x03 18min45</p>	<p>Contexto: Grace e Frankie estão conversando após a reunião de apresentação do vibrador para mulheres mais velhas não ter sido como esperavam.</p> <p>Figura 10 - Cena 6</p>  <p>Fonte: Netflix</p> <p>Grace: Você não entende. Temos um grande problema. Você viu o que aconteceu. Uma palavra "Masturbar" e elas deram o fora daqui. Não é que eu fiz uma demonstração. Frankie: O problema é delas, não nosso. Temos um negócio ótimo aqui. Grace: Eu sei. Você Sabe. Quero que todo o Centro-Oeste saiba. Quero o que o Sul saiba. Mas como vamos fazê-las nos ouvir? Claramente, não querem falar sobre isso. Eu não queria falar sobre isso. Eu conheço essas mulheres. Eu era uma delas. Sei por que ficaram incomodadas. Frankie: Espere. Você tem vergonha do que estamos fazendo. Porque se tiver, fale e nós acabaremos com tudo agora mesmo. Grace: Não, é só... Como vamos fazer as pessoas experimentarem um produto que ninguém admite que quer ou que precise. Frankie: Eu não diria "ninguém" Grace: O que? Frankie: Está faltando um vibrador (uma das convidadas pegou o vibrador escondido durante a reunião)</p>	<p>Codificação opositiva</p>
<p>7 03x03 27min30</p>	<p>Contexto: Arlene, uma das convidadas da reunião de apresentação do vibrador, volta à casa de Grace e Frankie no dia seguinte, confessando que foi ela que roubou o</p>	<p>Codificação opositiva</p>

vibrador e contando sua experiência com ele.

Figura 11 - Cena 7



Fonte: Netflix

Arlene: Ouça, eu levei um vibrador para casa e ...

Frankie: Acho que sei quem pegou um vibrador

Arlene: Eu adorei! Não há outra forma de dizer isso. Ele despertou uma parte de mim que eu achei que estivesse morta.

Grace: Arlene, era assim que eu me sentia.

Arlene: Eu tinha percebido o quando sentia falta disso. Como eu sentia falta.

Frankie: O que achou dos três botões que brilham no escuro? Foi minha ideia

Arlene: Adorei, Adorei e Adorei

Grace: E a camada em gel, Arlene? Deu dor no pulso?

Arlene: Não, na verdade, acho que minha audição melhorou.

Arlene: Então, eu vou precisar de alguns para meu grupo de oração. Foi por isso que eu vim aqui.

8
03x07
3min52

Contexto: Grace e Frankie estão em sua Casa e sentem dores nas costas e caem deitadas no chão.

Codificação
dominante

Figura 12 - Cena 8



Fonte: Netflix

Grace: O que aconteceu?

Frankie: Acho que caímos e não conseguimos levantar:

Grace: Não, minhas costas. O que aconteceu com elas?

Frankie: Você se machucou tentando me ajudar. Acabei de ler um artigo dizendo que isso acontece o tempo todo. Um cara tentou tirar a esposa da banheira e os dois se afogaram.

Grace: Que história horrível!

Frankie: Fica ainda pior

Grace: Espero isso dos meus pulsos, tornozelos, joelhos e do quadril. Mas minhas costas nunca foram como esses cretinos.
(Grace tenta se levantar com dor)

Frankie: Eu não faria isso.

Grace: isso não vai dar certo, Frankie. Temos uma reunião com Marla às 16h.

(Grace grita de dor tentando se levantar)

Frankie: Se sua dor pudesse falar, o que diria?

Grace: Ela acabou de dizer "AH" (grito de dor)

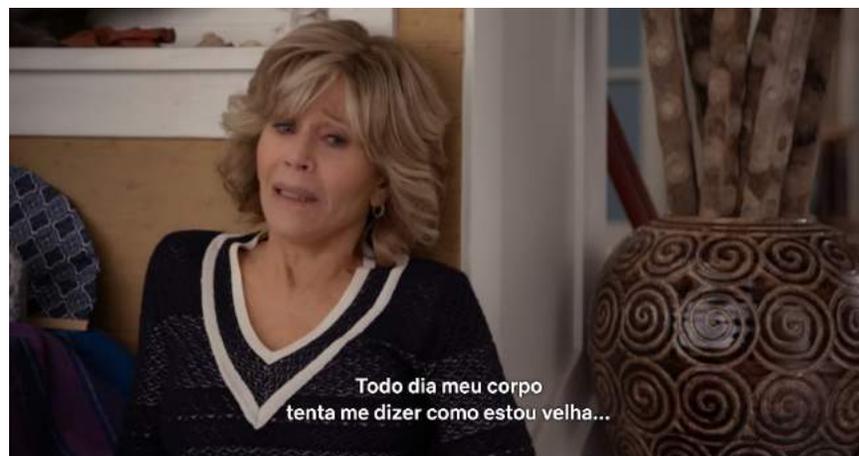
Frankie: Isso é dor muscular. Meu problema é nos discos, o que é muito pior.

9
03x07
22min

Contexto: Após caírem no chão por sentirem dores nas costas, Grace e Frankie estão conversando sentadas depois de algum tempo tentando se levantarem.

Codificação
Negociada

Figura 13 - Cena 9



Fonte: Netflix

Grace: Tem razão! O que há de errado comigo? Como posso ter um negócio se nem consigo levantar do chão? Minhas filhas estão certas. Não posso fazer isso. Estou velha. Antes quando eu era jovem... havia um grande carvalho no quintal. Eu subia nele mais rápido que qualquer menino do bairro. A melhor parte era chegar lá em cima e olhar o mundo embaixo.

Frankie: Você adora fazer isso.

Grace: Quando eu estava lá, achava que podia fazer qualquer coisa. Por dentro, ainda me sinto como aquela menina, mas sei que estou só me enganando. Todo dia meu corpo tenta me dizer como estou velha... mas hoje foi o primeiro dia que eu ouvi.

Frankie: Com certeza é difícil ouvir isso. Ganhei uma bicicleta nova quando fiz nove anos. Lembro que passei de bicicleta no meio da banda no desfile do Dia da Independência. Eles ficaram muito bravos.

Grace: Então você me entende.

Frankie: Sim. E aquela garotinha não se foi.

Grace: Nem tente.

Frankie: Certo, não vou tentar, mas eu ainda a vejo em você... quando briga comigo por ser péssima em achar endereços ou quando joga toalhas e chapéus em mim.

Grace: Sério.

Frankie: Você ainda sobe em árvores. Só que agora são bancos e incubadoras. Eu não seria sua sócia se não achasse que você nos levaria para o topo.

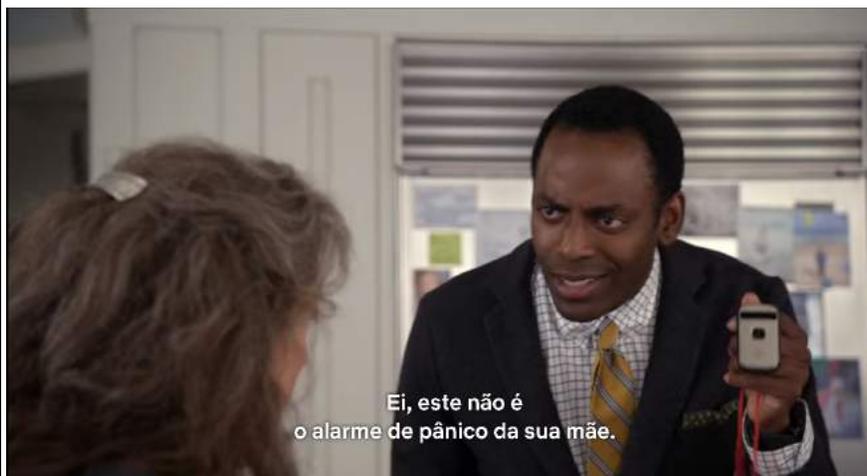
Grace: Obrigada, Frankie, obrigada.

10
03x08
5min18

Contexto: Após seus filhos ficarem sabendo que ficaram no chão deitadas por causa de dor nas costas. Bud (Filho adotivo de Frankie) tenta convencer Grace e Frankie a usar um alarme de pânico.

Codificação negociada

Figura 14 - Cena 10



Fonte: Netflix

Bud: Na verdade, compramos um presente para vocês.

Grace: Não precisava

Bud: Digam olá para seus novos melhores amigos. Alarmes de pânico.

Grace: Já tenho amigos de mais.

Frankie: Parece uma piada, mas eu não entendi

Bud: Vocês ficaram no chão o dia inteiro!

Frankie: Sinceramente, não foi tão ruim assim.

Bud: Não conseguiram alcançar o telefone. Ficamos preocupados.

Frankie: Bud, sabe como adoro presentes, mas guarde o drama para sua liga adulta de quadribol.

Grace: Ninguém aqui vai usar um alarme de pânico.

Frankie: Ele nem é esteticamente bonito. Apesar de que tenho uma roupa que combina com ele.

Bud: Ei, esse aqui não é um alarme de pânico da sua mãe. Estes aqui tem GPS. Vocês podem cair em qualquer lugar! Não precisa ser na cozinha. Podem estar na floresta, sendo atacadas por um urso e a ambulância chega rapidinho.

Grace: Obrigada, Bud. É completamente desnecessário, e eu odiei, mas obrigada.

11
03x08
18min52

Contexto: Grace e Frankie estão em uma reunião com a equipe de marketing de uma empresa que está interessada em fabricar e distribuir no mercado o vibrador para mulheres mais velhas.

Codificação
negociada

Figura 15 - Cena 11



Fonte: Netflix

Membro da equipe: Como é um produto tão diferente, queremos colocar um rosto nele, para fazer conexão pessoal. Na verdade, queremos colocar vocês em destaque na campanha.

Grace: Fantástico

Frankie: Meu coração está disparado.

Membro da equipe: Então, pegamos algumas fotos do seu site e fizemos alguns exemplos só para ter uma ideia do tipo de campanha que imaginamos. É claro que faremos uma sessão de fotos com vocês quando for a hora. Isto deve dar uma boa ideia do que pretendemos.

(A equipe de marketing mostra fotos de Grace e Frankie com retoques de imagem em que aparentam ser muito mais novas do que realmente são)

(Grace e Frankie ficam espantadas com o que vêem)

Frankie: Acho que retocaram você um pouco, Grace.

Grace: Está brincando? Parece que temos 12 anos nessas fotos.

membro da equipe: Temos mais.

(equipe mostra outras imagens também com retoques de edição mostrando Grace e Frankie com aparência jovem)

Grace: Meu deus

líder da equipe: Incrível, não é? Isso diz mesmo "Vybrante"

Grace: Você não disse que está interessada no público mais velho?

Líder da equipe: Estamos

Frankie: É que queremos alcançar mulheres como nós. Como nós agora.

Líder da equipe: Sim, mas não é assim que se vende. A pesquisa foi muito clara. Ninguém quer ver idosas na caixa de um vibrador. E ninguém quer ver idosas com nada sensual. Nem mesmo as idosas! Você e eu sabemos disso, Grace! O sexo é

	<p>jovem. Grace: Mas nós somos velhas.</p>	
<p>12 03x08 30min32</p>	<p>Contexto: Grace e Frankie estão em casa, após a reunião com a empresa interessada em produzir e distribuir seu vibrador para mulheres mais velhas no mercado. A empresa só entrará no acordo se as imagens de Grace e Frankie aparentarem ser mais jovens do que são atualmente, via retoques de edição de imagem.</p> <p>Figura 16 - Cena 12</p>  <p>Fonte: Netflix</p> <p>Frankie: Não podemos esquecer por quem começamos isso. Grace: Mas eu fiquei tão bonita. Frankie: Está mais bonita agora. Grace: Claro, mentirosa. Antigamente eu diria "Sim" facilmente, sem dúvida. Mas agora as grandes decisões estão ficando mais, sei lá... "Será que vou me arrepender no final?" Frankie: Gostei do seu raciocínio Grace: Não podemos ajudar a apagar a mulher para quem fizemos isso. Frankie: Acertou, meu bem. Grace: Adeus, Orquídea Roxa. (empresa interessada no vibrador de Grace e Frankie) Frankie: Isso aí. Grace: Teremos o sucesso que pudermos ter. Só eu, você e nossa empresa para velhinhas.</p>	<p>Codificação negociada</p>
<p>Cena 13 21min40</p>	<p>Contexto: Grace está no seu estúdio de arte conversando com seu namorado Jacob, que tenta a convencer de ir morar com ele em uma outra cidade.</p> <p>Figura 17 - Cena 13</p>	<p>Codificação opositiva</p>



Fonte: Netflix

Jacob: Você adoraria. Aquela cidade... foi feita para você.

Grace: Não sei. Minha vida é aqui. Tenho filhos, uma empresa e a Grace. Ela não sobreviverá sem mim. Eu sou a cola que segura aquela Barbie antiga.

Jacob: O que você pensa em fazer?

Grace: Não sei. Eu... eu tinha planos quando era casada com Sol (ex-marido), nunca os mudei. Exceto que gostaria de ter netos um dia. Quero continuar fazendo arte. E já mencionei a Grace?

Jacob: Preciso perguntar? Você realmente se vê morando aqui com a Grace pelo resto da vida?

(Frankie hesita em responder)

Jacob: Ouça. Sem pressão. Não vamos decidir nada hoje. Nem amanhã.

Grace: Então, tipo... na quarta-feira?

Jacob: Leve o tempo que precisar está bem?

Cena 14
03x09
22min40

Contexto: Grace e Frankie estão conversando e fumando maconha na varanda de suas casas.

Codificação
opositiva

Figura 18 - Cena 14



Fonte: Netflix

Frankie: que lenço bonito

Grace: Robert (ex-marido) comprou para mim

Frankie: Parece que a morte revela o melhor dele

Grace: Acho que sim. Vai monopolizar o beque?

(Frankie passa o cigarro de maconha para Grace)

Grace: A Brianna (filha) me ensinou gírias de maconha.

4.4 Codificações dominantes

Como vimos no subcapítulo 3.1, as codificações hegemônicas (HALL, 2016) partem de sentidos que já estão estabelecidos no tecido social, sendo reforçadas por meio de concepções do senso comum. As codificações dominantes no espectro da velhice são associadas principalmente a características negativas e típicas dessa etapa da vida. Essas codificações são percebidas nas cenas 2 e 8 da tabela.

Na cena 2, as personagens Grace e Frankie estão no estacionamento de um banco e esquecem as chaves, não lembram onde estacionaram o carro e de fotografar a vaga que estavam ocupando. A falta de atenção e lapsos de memória, aqui representados, vão ao encontro das codificações dominantes de “velhos caducos” ou “senis” que são reforçadas nesse trecho. Já na cena 8, os sentidos também dominantes, reforçam as fragilidades e decadência dos corpos velhos por meio da dificuldade de se movimentar, andar e agachar das personagens idosas. As codificações dominantes aqui, reforçam o estereótipo mais comum e amplamente reconhecido em termos de

idosos em que o corpo velho é frágil, delicado, independentemente de qualquer outra circunstância. Esse último aspecto, é um marcador limitador ao representar corpos velhos de forma simples e superficial utilizada nos sentidos hegemônicos, visto que qualquer pessoa pode ter uma dor nas costas ou ao se agachar, mas essa dificuldade de movimento é considerado típico e característico de pessoas de mais idade. Esses sentidos vão ao encontro ao que vimos nos subcapítulos 2.3 e 3.1, em que de acordo Debert (1999) e Wottrich (2011) a velhice é marcada principalmente por aspectos negativos, como o processo de senescência, fragilidade, dependência e senilidade, tanto pelo imaginário social quanto pelas representações dominantes pela mídia, o que reforça os estigmas em torno da velhice e as codificações partindo do senso comum.

4.5 Codificações opositivas

Nas codificações opositivas, visto no subcapítulo 3.1, Wottrich (2011) traz as ideias que a mídia pode apresentar sentidos contrários aos hegemônicos de forma que essa seja sua leitura preferencial e não somente por via de codificação hegemônica (Hall 2011). Esses sentidos são percebidos nas cenas 3, 6, 7, 13 e 14 do quadro de análise.

Na cena 3, vemos logo no início do episódio duas mulheres idosas falando sobre estimular sua sexualidade por meio de um produto direcionado para mulheres idosas que elas mesmas desenvolveram. Aqui temos o ponto do empreendedorismo feminino na terceira idade. Nota-se que, esse processo de empreender não ocorre por via de necessidade de ter uma fonte de “renda extra”, mas ao reafirmar a sua vitalidade e energia enquanto sujeitos ao setor dos negócios. Além disso, se tratando de pessoas de mais idade, a vida sexual não é lembrada, ou ao menos discutida em que, geralmente, esse assunto é apagado da imagética do idoso. Aqui não só as mulheres idosas falam da sua vida sexual, mas como em estimular seus prazeres dentro de uma realidade de um corpo de idade avançada. É importante salientar que a temática sobre vida sexual feminina ainda é um tema estigmatizado, o que torna essa cena bastante opositiva aos sentidos dominantes, visto abordar os sentidos da vida sexual feminina durante a velhice.

Figura 19 - Cena 13



Fonte: Netflix

Debert menciona, de acordo com geriatras e gerontólogos, a velhice não se reduz a falência da vida sexual, pelo contrário, afirma torna-se uma grande fase para uma vida sexual ativa, pois apesar da frequência sexual ser menor, ela torna-se mais intensa e prazerosa para os idosos.¹⁰

Aqui, além do ponto da sexualidade, temos a esfera do mercado de consumo, de acordo com Castro (2015) o mercado não prioriza o público idoso de forma equivalente as demais faixas etárias, de modo que a categorização dos produtos parece generalizar tudo aquilo que não jovem ou infantil, como velho. Aqui nota-se a necessidade percebida por Grace e Frankie com direcionamento para pessoas em idade avançada, com seus próprios contextos e aspectos específicos, mas que até então não era contemplada pelo mercado de consumo.

Na cena 6, Grace e Frankie conversam sobre a péssima recepção das convidadas sobre o vibrador para mulheres mais velhas. Apesar dessa cena trazer os assuntos dominantes sobre o desconforto em determinados assuntos, ao ser identificado pela própria personagem, Grace, como um estigma essa leitura torna-se

¹⁰ "A reinvenção da velhice com a antropóloga Guita Grin Debert." 2 jun.. 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=Giha03mm67w>. Acessado em 21 abr.. 2022.

opositiva. “Como vamos fazer as pessoas experimentarem um produto que ninguém admite que quer ou que precise?” disse Grace. Aqui, a cena apresenta sentidos de que existem determinados comportamentos que são valorizados e estimulados, e que outros, apesar de existirem, são menosprezados, negados e suprimidos no coletivo, mas que não necessariamente apagados na esfera individual do sujeito. Vemos que, apesar do comportamento repulsivo das demais participantes idosas do encontro no grupo ao mencionar o termo “masturbação” e assuntos sobre sexo, uma das convidadas presentes pega de forma sigilosa o vibrador. Reforçando aqui, o caráter de estigma, visto que há uma necessidade do prazer feminino na velhice, mas que esse assunto não é bem visto socialmente.

Na cena 7, temos a continuação do contexto da cena analisada acima, a convidada Arlene, assume que pegou de forma sigilosa o vibrador para mulheres idosas desenvolvido por Grace e Frankie. A personagem Arlene comenta “Ele despertou uma parte de mim que eu achei que estivesse morta”. Aqui, novamente percebe-se que o prazer sexual na velhice é algo reprimido e negado a sua existência ou sensação, em que a esfera da vida sexual é afastada da vida das pessoas mais velhas, nessa cena em questão, das mulheres idosas, visto como algo esperado e “típico” da idade. A personagem Arlene não perdeu seu senso de libido, mas fazia muito tempo que não era estimulada. Debert (1999) e Goldenberg (2013) mencionam que a vida sexual na velhice é percebida como um alívio para as mulheres, visto que não era um ato prazeroso para elas. Neste ponto, é importante salientar que os relatos obtidos pelas autoras foram feitos por mulheres que passaram anos em contextos em que o debate sobre sexo e prazer feminino praticamente não existia. Mesmo esse assunto nos dias atuais ser recente, o prazer sexual das mulheres foi um direito conquistado por muita luta e que não há de desaparecer à medida que as próximas gerações também envelhecem. Nesta cena, vemos já um pouco desse movimento, em que essa codificação opositiva torna-se a leitura preferencial desse trecho. Além disso, a personagem Arlene é uma mulher muito religiosa e que faz parte de um grupo de oração, na cena além de revelar sua experiência positiva com o vibrador, também pede mais vibradores para outras mulheres idosas que também compõem o grupo. De forma breve, temos aqui a codificação opositiva quando há a aproximação dos sentidos de prazer sexual e

religiosidade.

De forma breve, mas significativa, na cena 13, temos os sentidos opostos de Frankie e seu namorado Jacob que demonstram afeto e conflitos por meio de seu relacionamento entre dois personagens idosos, algo que não é muito comum nas produções audiovisuais, principalmente se considerarmos que é um novo relacionamento após os 70 anos para ambos. Além disso, a relação do casal não é romantizada de forma excessiva enquanto um “final feliz em uma cadeira de balanço” como é esperado na imagética do senso comum para um casal de idosos. Aqui vemos um relacionamento conflitante entre planos futuros e mudanças, como qualquer outro casal que decide iniciar uma vida a dois.

Na cena 14, Grace e Frankie estão fumando maconha na varanda de sua casa. O uso de drogas, tanto lícitas quanto ilícitas são geralmente associadas a personagens jovens. Visto que o ato de fumar maconha em questão, carrega um caráter de rebeldia e imoralidade. Esta cena se contrapõe aos sentidos hegemônicos dos idosos, em que se espera a personificação da moralidade, sabedoria e costumes socialmente aceitos. Além de contrastar com a intensa preocupação com saúde nos sentidos de corpos velhos, em que geralmente são associados com remédios e dietas especiais.

4.6 Codificações negociadas

Por fim, apresento a última seção de análise voltada para as codificações negociadas. No subcapítulo 3.1, Wottrich (2011) traz as ideias que a mídia também pode apresentar sentidos que parte se dá na esfera das codificações dominantes e parte se na esfera das codificações opostas. De modo que esses sentidos não se anulam ou se contrapõem, nem se limitam aos estereótipos, mas que apresenta a velhice em sua diversidade e seus estigmas. Esses sentidos são percebidos nas cenas 1, 4, 5, 9, 10, 11 e 12.

Na cena 1 Grace e Frankie tem seu pedido de empréstimo de 10 anos negado por serem muito velhas. Nota-se que um dos sentidos dominantes da velhice se dá por ser a última etapa da vida, e como tal a ideia de morte e ser velho andam muito próximas. Por esse sentido, é associada a não expectativa de futuro a uma pessoa

idosa, em que reduz as personagens como pessoas “prestes a morrer”. No entanto, vemos que a leitura de sentidos se contrapõe quando é apontado o preconceito contra a idade na cena pela personagem Grace, o que torna enquanto codificação negociada.

Na cena 4, vemos Grace e Frankie falando sobre suas experiências com o vibrador que desenvolveram pensando no corpo e dificuldades de mulheres mais velhas. No entanto, a personagem Grace ressalta “ Minha artrite não piorou nem um pouco”, vemos que dores pelo corpo e dificuldade em fazer alguns movimentos são atribuídos à pessoas mais velhas como típico da idade. Essa cena traz a codificação negociada ao falar sobre masturbação na sexualidade da mulher idosa, mas levando em consideração as dificuldades que a idade pode vir a acarretar nos corpos idosos, ou seja dentro da realidade e heterogeneidade de corpos velhos.

Na cena 5 , vemos que há uma tentativa de falar sobre o prazer na vida sexual feminina na velhice, por parte de Grace e Frankie, o que caracteriza enquanto sentido opositivo. No entanto, os sentidos hegemônicos esperados de uma mulher, e nesse caso de uma mulher idosa são de uma vida dedicada à religiosidade e à moralidade. O desconforto e estranhamento das convidadas ressalta o estigma social sobre a vida sexual, o prazer, a masturbação na velhice.

Na cena 9, talvez uma das cenas emocionantes da temporada, os sentidos negociados se dão de forma que as personagens refletem sobre as limitações de um corpo de idade avançada. Grace fica abalada ao perceber as fragilidades de seu corpo, o corpo velho. O corpo fraco, com dores e marcas. A personagem é construída de forma que sempre está preocupada em manter uma aparência jovial e ativa, tentando afastar-se dos sentidos negativos de alguém que “envelheceu mal”. Porém, ao não conseguir levantar-se percebe que está na esfera do que é esperado de alguém velho, de uma “velhice ruim”os sentidos de fraco, debilitado e dependente. “Todo dia meu corpo tenta me dizer como estou velha... mas hoje foi o primeiro dia que eu ouvi” Disse Grace .Como foi trazido no subcapítulo 2.3, Debert (1999) de acordo seus estudos etnográficos no Brasil, o medo da dependência, senescência e fragilidade assustam mais que a própria ideia da morte no imaginário social. Ao perceber as limitações físicas que seu corpo apresenta questiona também se isso a limita a sonhar, iniciar um novo negócio, e até ser uma pessoa de sucesso, sendo uma pessoa velha. “Como

posso ter um negócio se nem consigo levantar do chão?” , disse Grace. Aqui, os sentidos negociados se dão de forma a representar as dificuldades físicas de um corpo velho, mas é contraposto ao questionar o papel social que um idoso pode ocupar e quais perspectivas pode ter.

Na cena 10, vemos os sentidos hegemônicos de dependência e vulnerabilidade de um corpo velho por sujeitos que não são idosos. Bud (filho de Frankie) tenta convencer Grace e Frankie a usar um alarme de pânico. As personagens rejeitam o objeto, visto que representa sua perda de autonomia e independência enquanto pessoas adultas contrapondo os sentidos dominantes. Apesar de termos ciência de que qualquer pessoa pode ter um incidente grave e precisar de auxílio rápido, nesta cena o discurso é que uma pessoa idosa, por sua idade avançada, não consegue dar conta de si, de modo a necessitar de ajuda imediata e em tempo integral.

Na cena 11, vemos que os sentidos abordados se contrastam. Visto que, o vibrador foi desenvolvido para mulheres idosas, e o objetivo da equipe também é atingir pessoas mais velhas. No entanto, a imagem e aparência de uma pessoa com idade avançada não é vista enquanto positiva a fim de agregar valor ao produto. Esses sentidos fazem parte das codificações hegemônicas em torno da velhice, que partem do meio social como um todo, incluindo as pessoas idosas. “Ninguém quer ver idosas na caixa de um vibrador. E ninguém quer ver idosas com nada sensual. Nem mesmo as idosas!” Diz a líder da equipe de marketing. Conforme vimos no subcapítulo 2.3 aqui é destacado movimento de aproximar a velhice a atributos da juventude de modo a apresentar uma boa imagem do envelhecimento porém negando a própria velhice por meio de aparência jovial, saúde fitness e vida ativa. (CASTRO, 2015). Além disso, é explícito a negação e repressão do sexo e prazer à vida de uma pessoa velha, de modo a não fazer parte do espectro da velhice. “O Sexo é jovem” Disse a líder de equipe de marketing. No entanto, esses sentidos são questionados por Grace e Frankie, em que reforçam os sentidos opostos dessa cena. Visto que apontam a tentativa forçada de mascarar os traços da velhice com feições jovens por meio de sua aparência modificada via retoques digitais e reivindicar o direito do prazer às mulheres idosas.

Na cena 12, vemos que a tentativa de rejuvenescer a velhice das personagens deixou Grace reflexiva. As imagens retocadas mostradas a fizeram se sentir bem com

sua aparência. Afinal a beleza e a estética são atribuídas, de modo os sentidos hegemônicos, aos traços jovens. Além de perceber que, com uma aparência mais jovial, seu produto poderia ter uma melhor aceitação do público e alavancar seu negócio rapidamente, reforçando aqui a ideia de mascarar a velhice de modo a transmitir uma imagem de um bom envelhecimento com atributos jovens. No entanto, percebe com ajuda de Frankie, que essas imagens não condizem com objetivo inicial de seu projeto. Visto que, se entendem enquanto pessoas velhas, e querem se conectar com outras pessoas velhas. Não excluindo os demais espectros dessa etapa da vida, as rugas, as debilidades, as fragilidades, mas também a invisibilidade e a negação de uma vida sexual prazerosa. Caracterizando aqui enquanto uma codificação negociada, em que apresenta a velhice com seus estigmas e heterogeneidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Olhando para o problema central desta pesquisa de como a série *Grace and Frankie* representa a velhice e como isso se correlaciona aos modelos hegemônicos na mídia, vemos que, de acordo com os resultados obtidos na análise, a série enquadra-se de forma majoritária nas codificações negociadas e opositivas, respectivamente. A série apresenta um novo modo de olhar e representar a velhice além do estereótipo e do senso comum, em que coloca os idosos como central na trama, atravessando esferas de relacionamento, negócios, prazer, sexualidade e também seus próprios estigmas, de modo a não apagar os sentidos da velhice ou mascarar-los. Ao contrário, a série posiciona os estigmas da velhice como tema central em algumas cenas, como nas cenas 5 e 6 analisadas, em que o prazer sexual é tratado como tabu social e moral, e na cena 11, que apresenta a tentativa forçada de mascarar a velhice das personagens, as colocando numa situação de desconforto com aquelas ideias, ambas as cenas afastando-se das codificações dominantes e aproximando-se das codificações opositivas e negociadas.

Em relação ao objetivo geral deste trabalho de identificar os elementos das representações da velhice nas personagens protagonistas Grace e Frankie, e aos objetivos específicos de contextualizar as representações sociais da velhice; identificar as representações dominantes, negociadas e opositivas das personagens Grace e Frankie e discutir as relações entre as representações identificadas na série com as representações sociais da velhice, vemos que ao observar atentamente, temos duas personagens antagônicas contracenando na série. De um lado temos Grace, uma mulher idosa, sempre muito bem vestida, conservadora na moral e costumes, empresária e sempre preocupada com sua imagem e percepção. Aqui vemos a personagem com suas características na esfera das codificações dominantes, do que se espera, e principalmente se valoriza em uma mulher com mais de 70 anos. Do outro lado, temos Frankie, uma mulher idosa com estilo meio “hippie” artista, ativista, preocupada com seus valores, causas humanitárias e sociais, e que não se importa com sua aparência ou com a percepção que os outros têm sobre ela. Na personagem Frankie temos a construção na esfera das codificações opositivas, em que tenta-se

colocar distante do senso comum de alguém velho, o que gera uma quebra de expectativa dos sentidos hegemônicos na representação dos idosos. “Como posso ser velha, estava ouvindo Drake no carro?” Disse Frankie em uma das cenas analisadas. Ao unir esses personagens nos contextos, a série possibilitou novos sentidos que se afastam de forma significativa das representações hegemônicas em uma produção audiovisual, mostrando um avanço na diversidade de representar e codificar as velhices.

No entanto, é importante olharmos também por uma perspectiva social do Brasil sobre a série. *Grace and Frankie* é uma produção estadunidense, com Grace e Frankie enquanto duas personagens brancas e abastadas, visto que as questões financeiras, raciais, de acessos a serviços e bens essenciais não são abordadas de forma significativa na trama. Com isso, vemos que a série está bastante afastada da perspectiva sociodemográfica brasileira, e que talvez poucos idosos de nosso país se sintam representados na série. Visto a heterogeneidade que os idosos brasileiros apresentam e que são atravessados por meio da raça, da renda, do local, da cultura e demais fatores socioculturais, como vimos no capítulo 2. Além disso, devemos levar em consideração que, as formas de representação opositiva e negociada tendem a ganhar mais forças nas plataformas de streaming e TVs por assinatura, visto que permitem uma maior segmentação tanto de produção quanto do público decidir o que consumirá. Vale a reflexão de que, será que teríamos as mesmas codificações de série se fosse transmitida via TV aberta? Vejamos que, a representação da velhice ainda possui muitas questões e temáticas a serem abordadas, e que, a medida que a sociedade avança em direitos sociais, igualdade de renda e aumento de expectativa de vida, a velhice se torna um ator muito presente na demografia, na cultura, e na socialização dos sujeitos, e essas temáticas tornam-se cada vez mais latentes, tanto na academia quanto na vida da população.

Para sugestões de novos trabalhos e pesquisas acadêmicas, sugerimos as demais temporadas da série, visto que, no total *Grace and Frankie* possui 7 temporadas, a mais longa produção original já produzida pela Netflix, que apresenta os idosos em diversas esferas e enquanto protagonistas na produção. Além disso, também seria interessante discutir os marcadores de gênero, pois a velhice é percebida socialmente e sentida individualmente de forma distintas entre o homem e a

mulher; e os marcadores de sexualidade explorando outros personagens idosos da série, como os ex-maridos de Grace e Frankie, Sol e Robert, são dois homens idosos que exploram a sua homossexualidade após os 70 anos, algo bastante incomum nas produções audiovisuais.

Sobre a relevância deste trabalho para minha formação e carreira, destaco que, enquanto publicitário, é de suma importância termos ciência do público em uma representação midiática e direcionamento de bem e/ou serviço. Além disso, em uma projeção de crescimento de aumento da população idosa no Brasil, visto no capítulo 2, é preciso que o mercado publicitário esteja atento a essas mudanças demográficas, sociais, culturais e de comportamento em torno da velhice. Mesmo não pertencendo ao grupo dos idosos, é de alta relevância questionar e exigir uma velhice digna sendo representada, a fim de quebrar estigmas e desfazer preconceitos em torno da última etapa da vida. Visto que, na melhor das hipóteses, todos nós iremos envelhecer.

6.REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **Simulação e simulacro**. Lisboa: Relógio D'água, 1991

BAUDRILLARD, Jea. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995

BEAUVOIR, S. **A velhice**. (3ª ed.) Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990

CASTRO, G. S. O idadismo como viés cultural: refletindo sobre a produção de sentidos para a velhice em nossos dias. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 31, p. 79-91, abr. 2016.

CASTRO, Gisela G.S. Precisamos discutir o idadismo na comunicação. **Comunicação & Educação**, [s.l.], v. 20, n. 2, p.101-114, 1 out. 2015. Universidade de São Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP. 2015.

COSTA, Jurandir Freire. **O vestígio e a aura**: corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004. 242 p.

DANTAS, Sílvia Góis. As séries televisivas no contexto da ficção nacional: uma aproximação. Itajaí: **Vozes & Diálogo**, vol. 14, n.02, p. 165-179, jul/dez. 2015.

DEBERT, Guita Grin. **A reinvenção da velhice**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993, 5ª ed.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de (orgs.). Comunicação, representação e práticas sociais. Rio de Janeiro, RJ: **Idéias e Letras**, 2004, p.13-26.

GOFFMAN, E. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade**. Tradução: Mathias Lambert, 4, 1963

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

GOLDENBERG, Mirian (Org.). **Corpo, envelhecimento e felicidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBO, gente. As séries são as grandes protagonistas do entretenimento audiovisual da atualidade – buscamos entender o porquê. **Gente Globo**, 2021. Disponível <https://gente.globo.com/estudo-as-series-sao-as-grandes-protagonistas-do-entretenimento-audiovisual-da-atualidade-buscamos-entender-o-porque/>. Acesso em: 22 de abr. 2022

HALL, Stuart. **Codificação/decodificação. Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2011

IBGE- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA . **Estatísticas do século XX**. Rio de Janeiro, 2007.

JAMESON, Frederic. Pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: Kaplan, Ann (org). **O mal-estar no pós-modernismo: teorias, práticas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993

Kellner, Douglas. **A Cultura da mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**, São Paulo: EDUSC, 2001

LEMOS, Daniela de et al. Velhice. In: LEMOS, Daniela de et al. Velhice. E-psico – Tecnologias e Subjetividade. **UFRGS**, sem data registrada. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/e-psico/index.php/velhice/>. Acesso em: 22 abr. 2022.

MESSA, Márcia Rejane. A cultura desconectada: sitcoms e séries norte-americanas no contexto brasileiro. In: **UNIrevista**, v. 1, n. 3, jul. 2006.

ROSSINI, Miriam; RENNER, Aline. Nova cultura visual? Netflix e a mudança no processo de produção, distribuição e consumo do audiovisual. In: Anais do XXXVIII **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Rio de Janeiro, 2015.

SIBILIA, Paula. "O corpo velho como uma imagem com falhas: a moral da pele lisa e a censura midiática da velhice." *Comunicação Mídia e Consumo*. 9, n. 26, p. 83-114. 2013. _____ . A moral da pele lisa e a censura midiática da velhice: o corpo velho como uma imagem com falhas. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo: ESPM, 2012

SILVA, Marcel Vieira Barreto. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. In: **Galáxia**. São Paulo: PUC-SP, n. 27, p. 241-252, jun. 2014.

SIMPSONS, Fandom. Abraham Simpson II. **Simpsons Fandom**. Disponível em: https://simpsons.fandom.com/pt-br/wiki/Abraham_Simpson_II. Acesso em: 22 de abr. 2022

NATIONS, United, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2017). **World Population Ageing 2017 - Highlights**. Disponível em https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2017_Highlights.pdf

WIKIPEDIA. Seriado. **Wikipedia**.Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Seriado>.

Acesso em: 22 de abr. 2022

WOTTRICH, Laura Hastenpflug. **Envelhecer com Passione: a telenovela na vida de idosos das classes populares**, por Laura Hastenpflug Wottrich, 2011.

7. APÊNDICE

Sinopses das temporadas de *Grace and Frankie*

7.1 Primeira temporada

Grace (Jane Fonda) e Frankie (Lily Tomlin) são pessoas com personalidades opostas, não são inimigas, também não são amigas, mas mantêm uma relação de boa vizinhança entre elas. No entanto, o relacionamento deles muda de repente quando descobrem que seus maridos, Robert (Martin Sheen) e Sol (Sam Waterston), se declaram apaixonados e pediram o divórcio, pois irão casar. Com esse novo contexto, as mulheres precisam encarar essa nova realidade que as ligam uma à outra.

7.2 Segunda temporada

Frankie finalmente decide afastar-se emocionalmente de Sol, seu ex-marido. Grace cria coragem para procurar uma antiga paixão que havia ignorado anos atrás por estar casada com Robert. E Sol confronta-se para revelar um segredo para seu marido Robert que pode abalar a relação dos dois.

7.3 Terceira temporada

Grace e Frankie lutam para garantir o sucesso de sua empresa e enfrentam muitas dificuldades para adentrar ao mundo dos negócios por seu produto ter dificuldades de aceitação por parte público, um vibrador para mulheres idosas, e também por serem idosas. A mãe de Robert falece e todos ficam à sua volta para consolá-lo. Frankie descobre que teve um derrame e que pode ter um novamente, Grace faz esforços a fim de evitar perder sua amiga por questões de saúde.

7.4 Quarta temporada

Robert e Sol se unem em prol do movimento pela luta aos direitos dos LGBTs,

mas o relacionamento passa por uma crise entre os dois. Grace e Frankie enfrentam crises e sucesso com seu mais novo negócio, porém a idade passa ser um forte fator nesses novos contextos e acabam convencidas a viverem em uma casa de repouso.

7.5 Quinta temporada

Grace e Frankie confrontam perante aos filhos e enfrentam problemas envolvendo trabalho, preconceito de idade, seus relacionamentos e elas mesmas.

7.6 Sexta temporada

Grace assume seu novo marido e isso abala seu relacionamento com Frankie. Com o joelho ainda fragilizado e não podendo se agachar, Grace desperta uma ideia de um novo negócio em Frankie que as deixam em alerta, uma privada que levanta evitando forçar sua coluna e joelho.

7.7 Sétima temporada

Grace, Frankie, Sol e Robert estão morando na mesma casa na praia, e isso causa mudanças no relacionamento entre eles. Grace e Frankie passam a questionar e planejar como seria o fim das suas vidas.