

## PERCEPÇÕES E REPRESENTAÇÕES DE MULHERES “MADURAS”: UMA AUTOIMAGEM<sup>1</sup>

Araujo, Denise Castilhos de<sup>2</sup>  
Rial, Carmen L. S.<sup>3</sup>  
Quevedo, Daniela M.<sup>4</sup>  
Keller, Daniel G.<sup>5</sup>

### RESUMO

Este artigo reflete acerca da construção da autoimagem de mulheres maduras (45-64 anos), a partir da ponderação acerca de suas próprias percepções. A escolha desse grupo se justifica por se tratar de indivíduos significativos para a sociedade, mas que pouco têm sido ouvidos e, conseqüentemente, recebido, também, pouco espaço no meio acadêmico para se consolidarem como importante grupo social, e, assim, terem suas percepções e ideias ouvidas, discutidas, enfim, consideradas. A fim de verificar como essas mulheres se veem, ou seja, com o intuito de revelar-se a autoimagem que têm de si mesmas, realizou-se uma pesquisa qualitativa com um grupo de dez indivíduos, considerando-se assim, o MCI – Método de Configuração de Imagem (Schuller, 2005). Essa pesquisa desvelou aspectos interessantes a respeito dessas mulheres, tais como o fato de se sentirem bem consigo mesmas e, ainda assim, perceberem que a sociedade, de certa forma, exige dessa mulher uma determinada imagem, que talvez não seja aquela que tem.

**Palavras-chave:** Mulher madura. Autoimagem. Representações. MCI – Método de Configuração de Imagem.

### 1. INTRODUÇÃO

Este artigo<sup>6</sup> tem por objetivo discutir e analisar a autoimagem elaborada por

---

1 Trabalho inscrito para o GT Comunicação e Cultura, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

2 Doutora, Universidade Feevale, [deniseca@feevale.br](mailto:deniseca@feevale.br). Financiamento CNPq.

3 Doutora, Universidade Federal de Santa Catarina, [rial@ufsc.br](mailto:rial@ufsc.br).

4 Doutora, Universidade Feevale, [danielamq@feevale.br](mailto:danielamq@feevale.br).

5 Mestrando, Universidade Feevale, [danielkeller@gmail.com](mailto:danielkeller@gmail.com).

6 Este texto discute parte dos resultados obtidos em um projeto de pesquisa realizado desde 2012 pelos pesquisadores e com apoio financeiro do CNPq.

mulheres na faixa etária entre 45 e 64 anos, nesta pesquisa nomeadas como maduras, mas consideradas, também, como na meia-idade pelos Descritores da Saúde (DeCS). De acordo com esses descritores, “Uma pessoa que atingiu crescimento total ou maturidade. Adultos vão dos 19 até 44 anos de idade” e “meia-idade”, como idade entre “45-64”. Outra classificação, baseada na cronologia, é aquela apresentada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), a qual considera na meia-idade pessoas com 45 a 59 anos. Nesse artigo optou-se por utilizar, somente, a palavra madura para se tratar das mulheres na faixa etária já mencionada.

A realização dessa pesquisa justifica-se pela intensa presença de representações femininas na sociedade, de um modo geral, e tais perfis podem ser responsáveis pela elaboração de imagens e autoimagens, pela geração de expectativas, pela reprodução de comportamentos, por uma busca de determinados ideais, bem como pela ocorrência de alguns descontentamentos pessoais, diante da impossibilidade de, muitas vezes, o indivíduo corresponder às imagens apontadas pela mídia, por exemplo.

A presente reflexão se baseia na seguinte problemática: qual a percepção da mulher madura de camadas médias, a respeito da sua autoimagem? Pretende-se a obtenção das respostas a partir da realização de pesquisa exploratória e de entrevistas individuais, utilizando-se, para tanto, o Método de Configuração de Imagem (Schuler e De Toni 2010).

## 2. GÊNERO FEMININO

Sabe-se que desde a década de 1970 os estudos acerca das mulheres tem se mostrado constantes nas academias, indicando, com isso, que durante muito tempo as mulheres estiveram à margem da História, pois suas histórias não eram ouvidas e, tampouco, registradas oficialmente (DEL PRIORE, 2009).

Entretanto, de acordo com Matos (2000), essa situação de invisibilidade da mulher como sujeito social, tem sofrido transformações, pois muitos pesquisadores têm voltado seus esforços para a construção desse campo de conhecimento. O que tem revelado “novos perfis femininos, outras histórias foram contadas e outras falas recuperadas” (MATOS, 2000, p. 7).

Nas últimas décadas, muitos trabalhos têm sido desenvolvidos, considerando-se a temática gênero feminino, e as relações estabelecidas por esses indivíduos. E, para Matos (2000), “o tema adquiriu notoriedade e abriu novos espaços” (p.12). De acordo com a autora, os trabalhos elaborados no Século XX, considerando-se, por exemplo, a década de 1970, privilegiaram questões como o trabalho feminino, principalmente o fabril. Na década de 1980 observou-se, ainda, a temática do trabalho, o cotidiano fabril, as lutas e as greves femininas,

procurou-se, também, reconstruir a estrutura ocupacional feminina no ambiente urbano e sua inserção no espaço público, lugar em as atividades femininas adquirem importância. Nesse mesmo período, viu-se estudos sobre o papel ocupado pela mulher na família, no casamento, bem como suas relações com a maternidade e a sexualidade.

Na década de 1990, além dos temas já mencionados, observou-se, também, a preocupação com as relações de gênero e etnia, de acordo com Costa (1994). Nos anos 2000 houve grande produção de estudos a respeito do corpo feminino e suas representações nos veículos de comunicação. Entretanto o que chamou a atenção nessa retomada das temáticas desenvolvidas foi a ausência de estudos referentes à imagem/autoimagem das mulheres mais velhas, mas que não se enquadram, ainda, como idosas, ou seja, as mulheres maduras. Há, por exemplo, alguns textos que discutem a saúde e atividades físicas desse grupo de indivíduos (homens e mulheres na meia idade), principalmente pela Educação Física<sup>7</sup>. Por outro lado, percebe-se, também, uma carência no que diz respeito a outras áreas de estudo, como a Comunicação, por exemplo. Em virtude dessa lacuna, optou-se por discutir com essas mulheres o que elas consideram ser uma mulher madura.

### 3. REPRESENTAÇÕES DA MULHER MADURA E SUA AUTOIMAGEM

Muitas representações acerca da categoria de mulheres tem-se debatido, e podem ser vistas em variados textos midiáticos, e mesmo nas opiniões dos grupos sociais. De acordo com Jodelet (2001), as “representações sociais circulam nos discursos, são trazidas pelas palavras e veiculadas em mensagens e imagens midiáticas, cristalizadas em condutas [...]” (JODELET, 2001, p. 18).

A autora afirma que as representações são criações sociais que auxiliam os indivíduos a reconhecerem comportamentos mais adequados para um momento ou outro; a identificarem e solucionarem certos problemas. Ou seja, as representações servem como guias para reconhecer situações do cotidiano, interpretá-las e solucioná-las.

Jodelet (2001) apresenta como uma das principais características da representação social o fato de ser uma forma elaborada e partilhada socialmente, que contribui para a construção de uma realidade para um conjunto social. Ela ainda afirma que elas

---

<sup>7</sup> DUARTE, Claudia P.; SANTOS, Cristiane L.; GONÇALVES, Andréa K. A concepção de pessoas de meia-idade sobre saúde, envelhecimento e atividade física como motivação para comportamentos ativos. Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v.23, n.3. ANTUNES, Priscilla C.; SILVA, Ana <. A produção científica brasileira e a problematização acerca da meia-idade: um estudo a partir de periódicos de Educação Física. Rev. Estudos Interdisciplinares sobre Envelhecimento. Porto Alegre, v.19, n.1. ANTUNES, Priscilla C.; SILVA, Ana. Elementos sobre a concepção de meia-idade, no processo de envelhecimento humano. Revista Kairós Gerontologia, 16 (5), São Paulo, Brasil.

(representações sociais) podem ser consideradas como “sistemas de interpretação que regem nossa relação com o mundo e com os outros – orientam e organizam as condutas e as comunicações sociais” (JODELET, 2001, p. 22).

Então, podemos deduzir que os indivíduos e os grupos elaboram certas imagens a respeito de outros indivíduos e grupos, a partir de conhecimentos e de interpretações das realidades divulgadas socialmente. Nesse estudo, especificamente, pensa-se nos textos midiáticos (mesmo que não se trabalhe com eles diretamente neste estudo em específico<sup>8</sup>), como espaços reveladores dessas representações, e instrumentos de circulação desses fenômenos. E, ainda de acordo com Jodelet (2001, p.30), a comunicação social tem papel importante no que diz respeito às “condições de possibilidade e de determinações das representações e do pensamento sociais”.

Então, a partir dessas representações é que ocorrerão as interpretações sobre as realidades, com o intuito de fixarem suas posições em relação a situações, eventos, objetos e comunicações (SÊGA, 2000). O mesmo autor revela que “a representação é sempre a atribuição da posição que as pessoas ocupam na sociedade” (SÊGA, 2000, p.129).

Veem-se, também, dois aspectos importantes no conceito de representação social de Jodelet (2001): um figurativo e um simbólico. Ou seja, observamos uma imagem, e ela é carregada de significados, os quais são atribuídos pelos próprios indivíduos e seus grupos.

Outro elemento da representação social é a ancoragem, que se trata “integração cognitiva do objeto representado no sistema de pensamento preexistente e às transformações decorrentes” (SÊGA, 2000). Assim, o indivíduo passa a interpretar a realidade, e classificar indivíduos e eventos, considerando-a como um instrumento referencial.

Ao passo que os indivíduos vão partilhando determinadas representações sociais, vão, ao mesmo tempo, estabelecendo vínculos sociais uns com os outros, validando as representações, que serão utilizadas para/na “ação sobre o mundo e os outros” (JODELET, 2001, P.39)

É interessante observar como uma determinada categoria de mulheres se vê representada na sociedade, e se auto representa ao mesmo tempo; gupo esse ainda não muito definido conceitualmente pelos autores que tratam a respeito do envelhecimento.

---

<sup>8</sup> Consultar os seguintes textos: ARAUJO, Denise C.; BONADIO, Maria Claudia. De leitora para leitora: o espaço da mulher madura em Marie Claire. Revista Estudos Interdisciplinares sobre Envelhecimento. (no prelo). ARAUJO, Denise C.; JUNIOR KUHN, Norberto. Representações da maturidade feminina em capas de Claudia. Em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/neguem/article/view/27956>

Para esta pesquisa, optou-se por uma faixa etária aqui nomeada de “maturidade”, o que Goldani (1999) sugere como a “Idade da Sabedoria”, melhor dizendo, mulheres que se encontram entre os 45 e os 65 anos. E, de acordo com dicionários, maturidade é aquele período da vida compreendido entre a juventude e a velhice, ou seja, um longo espaço e tempo, no qual os indivíduos podem realizar uma infinidade de coisas, pois se trata, de, ao menos 20, 30 anos.

Contudo, a respeito dessa faixa etária pouco se tem discutido, uma vez que é possível identificar muitos trabalhos científicos que discutem a presença dos jovens nos espaços sociais, e, também, vários outros discutindo questões relacionadas aos velhos.

Para a identificação desse grupo específico o qual se deseja estudar, buscou-se a definição etária dessa categoria, e, de acordo com os Descritos da Saúde (DeCs), como já mencionado anteriormente. Nesta pesquisa, optou-se pelo termo maturidade para referir-se a esses mesmos indivíduos.

De acordo com Antunes e Silva (2013) “Estudar a meia-idade, nesse sentido, implica em questionar antigas certezas que afirmam esse momento da vida como uma idade sem problemas, marcada pela estabilidade familiar, profissional e financeira, a partir de um conceito estático e linear” (ANTUNES & SILVA, 2013, p.126). Desse modo, é possível perceber que há a necessidade de questionamentos e problematizações em relação à definição dessa categoria, pois não se pode generalizar, afirmando que esta seja uma faixa etária com características similares para todos os indivíduos.

O que é possível observar é a presença de mulheres e homens maduros muito intensa na sociedade, em várias espaços, como os de trabalho, de lazer, de estudo, enfim, são indivíduos extremamente ativos que estão estabelecidos na vida social de uma forma constante.

A presença de indivíduos maduros é claramente perceptível já há alguns censos, os quais revelam que a população nacional está envelhecendo. E, diante desse envelhecimento, imagens de pessoas mais velhas, começam a suscitar reflexões acerca de suas presenças em variados espaços sociais.

Essa reflexão torna-se de certo modo inédita, pelo fato de que pouco tem se estudado a respeito da imagem que as mulheres maduras elaboram de si mesmas, ou seja, pouco espaço tem sido disponibilizado para que essas mulheres possam expressarem-se a respeito de si mesmas, e de como se percebem ou se representam na sociedade. Fato curioso, pois as faixas etárias anterior, a juventude e a posterior, a velhice, têm sido temática de muitos estudos.

### 3. 1. Autoimagem da mulher madura: questionamentos e reflexões

Com o propósito de identificar, refletir e analisar as percepções das mulheres maduras em relação ao envelhecimento e a si mesmas, utilizou-se a metodologia chamada MCI- Método de Configuração de Imagem, desenvolvida por Schuller (2005), que possibilitou verificar as representações desse grupo de mulheres, as maduras. Tal método sugere que se faça, inicialmente, uma pesquisa exploratória, com o intuito de identificar as percepções que os indivíduos têm em relação a determinadas empresas, objetos ou marcas (SCHULER, 2005).

A utilização deste método permite ao pesquisador elaborar um levantamento detalhado dos atributos mencionados ao objeto estudado, relacionando esses atributos a partir da soma de ordem e frequência das citações. Diante das respostas, pode-se estabelecer, a partir do valor total, zonas periféricas que permitem elaborar um mapa de configuração, analisando os atributos mais e menos relacionados a imagem central.

É importante que se mencione que há vários trabalhos utilizando esta metodologia, com o intuito de identificar a imagem que determinados produtos ou organizações geram na mente dos indivíduos/consumidores. Este artigo, por sua vez, apropria-se dessa metodologia para identificar a imagem que o próprio indivíduo constrói dele mesmo. Ainda que inicialmente sejam sugeridas dimensões como física, emocional, mental, afetiva, expressiva, visionária e integradora<sup>9</sup> por Schuler (2005) e De Toni (2010). Para esta pesquisa, optou-se pela adaptação das dimensões utilizadas nos autores citados, a fim de que contemplassem, efetivamente, as questões da pesquisa, entretanto é possível verificar que ainda manteve-se certa aproximação com a definição das dimensões dadas pelos autores citados.

Diante das questões formuladas, identificaram-se as dimensões: funcional, cognitiva, emocional, sensorial e simbólica. Pela dimensão funcional, compreende-se aqueles aspectos no comportamento das respondentes que podem suscitar um fim prático, uma finalidade para si ou outros. A dimensão cognitiva tem relação com os conhecimentos que o indivíduo estabelece, relacionando, também, com as informações elaboradas ou decodificadas, a partir de um determinado momento. A dimensão emocional dá conta dos interesses, dos humores, dos afetos dos indivíduos, ou seja, dos sentimentos e das emoções como entusiasmo, medo, alegria, inveja, entre outros (DE TONI et al, 2010). A dimensão sensorial estabelece a

---

<sup>9</sup> Essas dimensões são tratadas de maneira aprofundada em Schuler, M. Excelência humana nas comunicações organizacionais. In: Estudo- revista semestral do curso de Jornalismo e relações públicas da universidade Metodista de São Paulo, s/d. <http://www2.metodista.br/agenciarp/mariaschuler.pdf>, acesso em 10.12.2014.

aproximação com as sensações e os sentidos físicos percebidos pelo entrevistado. E, por dimensão simbólica pode-se compreender o processo da representação dos pensamentos em signos, a partir dos quais se pode estabelecer a interpretação do mundo, considerando-se para tanto, os valores que o próprio indivíduo dá a essas signos.

A utilização desta metodologia proporcionou a geração de um mapa de auto imagem, a partir de entrevistas semi-estruturadas, realizadas com o público selecionado, ou seja, 10 mulheres, na faixa etária dos 45 aos 65 anos. O quadro 1 apresenta as dimensões e as questões abordadas na pesquisa, questões estas que apresentavam a oportunidade das mulheres responderem de forma livre.

Quadro 1: Entrevista estruturada para a configuração da auto imagem.

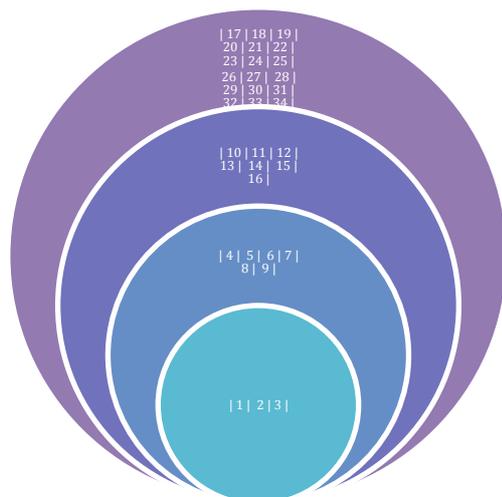
Dimensões da Imagem	Questões
Funcional, cognitiva, emocional, sensorial e simbólica	1. Quando você pensa EM SI MESMA qual a primeira coisa que lhe vem à mente?
	2. Que outras ideias lhe vêm à mente sobre VOCÊ MESMA?
Cognitiva	3. Como você SE descreve?
Sensorial	4. Quais sensações ESTARIAM ASSOCIADAS a você? (Pensando nos 5 sentidos)
Simbólica	5. Qual o significado que VOCÊ PENSA QUE VOCÊ TEM PARA OS OUTROS? (O que você representa para os outros)
Emocional	6. Quais os sentimentos que lhe vêm à mente quando VOCÊ PENSA EM SI MESMA?
Funcional	7. Quais os benefícios QUE VOCÊ TRAZ PARA OUTRAS PESSOAS? (O que você agrega para aqueles com os quais você convive)

Fonte: Adaptado de Schüller (2005)

#### 4. A AUTO IMAGEM DA MULHER MADURA: REFLEXÕES

Para compor o mapa de configuração de imagem da mulher madura, levou-se em consideração a ordem e a frequência das informações, que somadas estipulam o intervalo a ser estudado (VT). Neste caso, o maior valor foi 18, estando relacionado à “Estar bem consigo mesma”. Este valor foi dividido por quatro, formando os quartis da identidade, conforme demonstrado na Figura 1 e Tabela 1.

##### 4.1 Mapa de autoimagem – mulheres de 45 a 65 anos



	Atributo	VT	Autoimagem
1	Estou bem comigo mesma	18	AUTOIMAGEM CENTRAL
2	Sou proativa	17	
3	Preciso emagrecer	16	
4	Não me preocupo mais com o que os outros pensam de mim	14	PRIMEIRA PERIFERA DA AUTOIMAGEM
5	Foco na família	11	
6	Foco no trabalho	11	
7	Sou batalhadora/Persistente	11	
8	Tenho coisas a melhorar/conquistar	11	
9	Sou articulada/comunicativa	10	
10	Sou realizada	10	SEGUNDA PERIFERIA DA AUTOIMAGEM
11	Sou impaciente	9	
12	Já enfrentei problemas	8	
13	Sou feliz	7	
14	Estou ficando velha	6	
15	Estou recomeçando	6	
16	Sou vencedora	6	PERIFERIA DA AUTOIMAGEM
17	Faço várias coisas ao mesmo tempo	5	
18	Penso rápido	5	
19	Sou apaixonada	5	
20	Sou intolerante	5	
21	Sou resiliente	5	
22	Tenho amigos	5	
23	Leio muito	4	
24	Sou amiga	4	
25	Sou decidida	4	
26	Sou simples	4	
27	Sou sincera	4	
28	Sou carinhosa	3	
29	Sou inteligente	3	
30	Tenho um bom networking	3	
31	Sou dedicada	2	
32	Sou extrovertida	2	
33	Tenho arrependimentos	2	
34	Tenho fé	2	

Fonte: Elaborado pelas autoras

Foi possível identificar que a mulher Madura evidencia sua identidade baseada, principalmente, em atributos emocionais e simbólicos, uma vez que atingem a maior pontuação, de acordo com a figura 1, identificando a imagem central da mulher pesquisada.

Essa mulher, classificada neste trabalho como madura, identifica-se, inicialmente, como alguém que está bem consigo mesma, para em seguida, asseverar que necessita mudar algo, no seu aspecto físico, ou seja, precisa perder peso. Pode-se cogitar que ela esteja se sentindo bem emocionalmente, mas que, fisicamente, sinta certa pressão para atingir uma representação imagética de um corpo reiterado pelos discursos que circulam na sociedade, na forma de anúncios publicitários, revistas femininas, entre outros, que trazem mulheres que se identificam como maduras, pois revelam suas idades, mas que se aproximam muito mais dos corpos de mulheres jovens, pois sem rugas ou marcas de expressão, esguias, com músculos tonificados. Essa contradição (entre o real e o midiático) poderia revelar a própria situação de antagonismo dessa classe de mulheres, que não são mais jovens, mas que têm, e sabem disso, outros benefícios adquiridos com a vivência, com as experiências de suas vidas, e que podem ser consideradas muito mais valiosas que um corpo aparentemente jovem. Por outro lado, é na representação social, que elas constroem, em parte, suas próprias autoimagens de mulheres maduras (Jodelet, 2001). Ou seja, a imagem presente na sociedade talvez estimule esse grupo de mulheres a buscarem certa aproximação com aquelas mulheres midiaticizadas, gerando aproximação, ou frustração.

Outro aspecto evidenciado na primeira periferia desse mapa, é o fato de essas mulheres se considerarem proativas, indicando que elas continuam trabalhando, realizando tarefas em casa, sendo importantes para seus familiares e amigos, enfim, para a sociedade. É muito relevante essa percepção, pois o número de idosos no Brasil, e no mundo, vem crescendo a cada ano, gerando uma expectativa de vida cada vez maior. E essas mulheres se sentem parte da sociedade, pois indicam que se mantêm articuladas, ou seja, que estão envolvidas em grupos sociais. Outro aspecto interessante verificado é que esses indivíduos sabem que podem mudar certas questões que os rodeiam, por serem batalhadoras e persistentes, e indicarem que, ainda, têm conquistas a serem feitas, o que corrobora com a ideia de que os brasileiros estão vivendo mais, e que essas mulheres identificam essa possibilidade, qual seja, uma vida mais longa. Verifica-se, claramente, que as entrevistadas mostram-se como seres sociais, os quais têm consciência de seus papéis naqueles grupos dos quais façam parte e indicam que podem, se quiserem, alterar certas realidades.

Na segunda periferia, observa-se que a imagem que as mulheres fazem de si mesmas têm relação com a dimensão emocional, pois são reveladas algumas emoções que permeiam as respostas dessas mulheres. Por exemplo, são indivíduos que se sentem em determinados momentos impacientes, em outros, felizes, então, cogita-se a possibilidade de afirmar que são seres com consciência das alterações de seus humores, revelando, nesse momento, conhecimento sobre si mesmas. Esse aspecto pode revelar, também, a própria maturidade dessas mulheres, que identificam em si mesmas certas dicotomias, ou mesmo mudanças, situação essa, mais comum no adulto por seu próprio autoconhecimento e experiência consigo e com os outros.

Ainda se percebem aproximações das respostas com outras dimensões, como a funcional, que indica que essas mulheres realizaram ações que, de certa forma, tornaram-nas satisfeitas com essas atitudes, pois reverteram em algo para si ou para os seus. E, mesmo que tenham tido problemas, conseguiram resolvê-los, indicando, também, a dimensão funcional, o que as levou a sentirem-se realizadas por suas conquistas.

É possível perceber, nas respostas, ainda outras duas dimensões importantes, primeiramente a sensorial, pelo fato de as mulheres sentirem-se velhas, talvez relacionando o aspecto físico, o qual é inevitável que se degrade com o passar dos anos, comparado às mulheres mais jovens.

A outra dimensão perceptível é a simbólica, pois as entrevistadas indicam que nessa fase da vida, os recomeços são possíveis, mencionando que esse momento de suas vidas pode representar um espaço temporal de mudanças, de alterações, considerando-se romper com o passado para a composição de um futuro diverso, sugerindo certo antagonismo.

A última periferia é aquela que mais se distancia da imagem principal que essas mulheres fazem de si mesmas, portanto tratar-se-á somente de tecer alguns comentários a respeito dessas respostas. A primeira resposta desse espaço dá conta de uma característica, que, no consenso popular, é muito própria das mulheres, ou seja, a realização de várias tarefas ao mesmo tempo. Em outras respostas das mulheres, é possível verificar que elas caracterizam-se como indivíduos que mantêm relações sociais, pois interagem com seus amigos, mantendo contato com diversos grupos sociais. Por outro lado, percebem-se como intolerantes e indicam terem certos arrependimentos, não deixando de terem força de vontade para recomeços. Para Antunes e Silva (2013), como já mencionado, a maturidade não pode ser tratada como um período rígido, pelo contrário é um momento da vida no qual muitas questões relacionadas ao próprio viver são questionadas pelas pessoas dessa faixa etária.

Interessante observar, também, que há várias respostas relacionadas ao aspecto cognitivo, reforçando que mesmo que se envelheça, a inteligência permanece, ou, quem sabe, torne-se um dos melhores atributos dessa classe de indivíduos, ou um dos atributos valorizados pela sociedade.

Ao verificar as respostas dessas mulheres, chamou a atenção a presença constante, em um mesmo discurso, de antagonismos relacionados ao próprio modo de ser, de viver, de se relacionar consigo mesma, ou seja, se inicialmente a entrevistada mostra-se forte, logo em seguida relata uma fraqueza; se ela se diz decidida, a seguir demonstra indecisão; se se diz insatisfeita, a seguir relata satisfação. Considerando-se esse aspecto pode-se afirmar que “não é possível considerar as fases da vida como homogêneas, uma vez que vivemos uma intensa pluralização dos estilos de vida e identidades[...]” (ANTUNES E SILVA, 2013).

Levando-se em conta tais homogeneidades e antagonismos, foram selecionados alguns relatos das entrevistas as quais evidenciam tais circunstâncias. Por exemplo, na exposição da entrevistada S, podemos identificar tais antagonismos, no momento em que ela afirma:

Mas quando eu penso em mim mesma a primeira coisa que me vem a mente é parar de comer para não ficar tão gorda. Pior que é verdade. É sério. Porque antigamente eu era bem magra e aí depois eu comecei a ficar mais velha eu fiquei mais gorda e nunca mais consegui ficar magra como eu era antes. Sempre penso nisso mas não consigo parar de comer. A primeira imagem de mim mesma é acima do peso. Eu não tenho baixa auto-estima. Minha auto-estima é bem alta. É bem assim, acima da média eu acho por que eu não consigo ficar para baixo. (S)

Nessa fala, há a indicação de certa insatisfação com seu peso, e aparência física, mas indica que apesar disso tem auto-estima, reiterando as contradições e insatisfações, aparentemente, recorrentes ao ser humano. Pode-se sugerir que a preocupação da entrevistada com sua aparência física pode estar atrelada às representações sociais das mulheres da mesma idade, veiculadas na sociedade, lembrando que mesmo tendo mais de 45 anos, a mulher precisa parecer ser mais jovem e ter um corpo esbelto.

Outra entrevistada, aqui nomeada como G também evidencia em seu relato certo antagonismo, pois afirma que:

[...] mas eu sigo em frente quando eu puder retomar eu retomo quando for o momento e se eu não... se não conseguir resolver, aquilo já está resolvido.” E sentimentos que lhe vêm à mente quando você pensa em si mesma De frustração. (G)

Essa entrevistada relata, aparentemente, tranquilidade ao se deparar com dificuldades, afirmando que resolve o que pode, mas deixa de lado e toma como resolvido o que não consegue fazer. Por outro lado, ela indica frustração como um sentimento que lhe vem a mente sobre si mesma. Então, em princípio observa-se segurança, mas em seguida o que se identifica é justamente o oposto, uma mulher que está frustrada consigo mesma, talvez pensando que a maturidade possa ser um momento da vida na qual nem tudo o que foi planejado tenha conseguido realizar, marcando essa fase da vida como um momento de reflexão, mas não de completa satisfação (ANTUNES E SILVA, 2013).

Essa mesma dicotomia é vista na resposta de outra entrevistada, GL, questionada a respeito dos sentimentos que tem sobre si mesma “um sentimento meio de pena talvez...” E “Eu me sinto bem”.

Essa entrevistada, ao mesmo tempo em que se penaliza por si mesma, inicialmente, ela diz sentir-se bem consigo mesma, o que indica que, ao mesmo tempo em que se sente mal por algo, talvez não seja suficiente para que ela não se sinta bem consigo mesma, ou que consegue perceber-se como um adulto que continua experimentando, vivendo a instabilidade da vida e construindo-se a medida que vive e experimenta essa vida.

Outra entrevista, aqui chamada de L, também indica sentir pena de si mesma, quando perguntada a respeito dos sentimentos que tem sobre si mesma “Às vezes eu tenho sentimento de pena”. Entretanto logo em seguida afirma: “Às vezes eu tenho de pessoa forte, apaixonada pela vida. Depende do dia” Essa entrevistada reitera a ideia de que mesmo sendo uma mulher madura percebe-se como um indivíduo em construção, indicando certa instabilidade.

Chama a atenção a recorrência do sentimento de pena nas falas das entrevistadas, o que poderia deixá-las assim? Ao chegar à maturidade a mulher estaria se deparando com erros do passado, ou ela estaria se dando conta de situações que talvez não tenha vivido na plenitude? É importante salientar esse sentimento, pois mostra que essa mulher, a madura, revela certo descontentamento consigo mesma, apesar de, ao mesmo tempo, sentir-se bem consigo. Pode-se pensar, mais uma vez, na inconstância da vida, ou até mesmo, nos rumos que a vida toma, e, por vezes, impossibilita uma reação mais contundente por parte dos envolvidos. O que, segundo Sousa (2008) poderia ser chamado de adulto híbrido, o qual se permitiria viver a instabilidade de sua vida.

Diante dessas respostas pôde-se perceber e ter a possibilidade de verificar como um grupo de mulheres maduras se vê, pois são respostas reveladoras de muitas características, as quais estão relacionadas às variadas dimensões estipuladas neste estudo, e que, de alguma

forma, evidenciam mulheres que têm maturidade para se elogiarem, e se perceberem de maneira positiva, mas, ao mesmo tempo, podem se condenar por certos momentos ou ações de suas vidas.

## 5. CONCLUSÃO

Ao término das entrevistas foi possível perceber algumas características presentes nas mulheres maduras, objeto desta pesquisa, bastante reveladores, principalmente por se tratar de um trabalho ainda não realizado nessa área de estudo. Ou seja, não se pensou em dar espaço ou voz para essas mulheres da faixa etária dos 45 aos 65 anos se auto representarem, a partir do apontamento de suas próprias características.

Considerando-se a metodologia utilizada, identificou-se que as entrevistadas se veem como mulheres que sentem-se bem consigo mesmas, remetendo à aceitação das mudanças que ocorrem com o passar dos anos, considerando-se aspectos físicos, mercadológicos, sociais, ou seja, as mulheres parecem aceitar as situações de mudança de um modo geral nas suas vidas. Por outro lado, essas mesmas mulheres manifestaram insatisfações consigo mesmas, tanto no aspecto físico, quanto emocional ou mesmo social (relacionamento com os outros indivíduos).

Houve a presença, também, da ideia de que são indivíduos ativos, remetendo a presença deles na sociedade de modo efetivo, afirmando que são importante para outras pessoas, que se sentem realizadas socialmente, profissionalmente.

Por outro lado, foi possível observar que há alguns aspectos que essas mulheres gostariam de mudar, melhorando ou modificando, assim como recomeçando algo em suas vidas, bem como uma certa divergência na percepção de sua autoimagem. Disso, depreende-se que são indivíduos que se percebem, apesar de maduras, aptas às mudanças, que, porventura surjam em suas vidas, características comum ao adulto deste século, que percebe as instabilidades do mundo e as suas próprias.

Observou-se, principalmente, nas entrevistadas, a presença de aspectos positivos, mostrando-se conscientes dessas características e satisfeitas com tais aspectos.

Com essa reflexão, foi possível perceber que as mulheres maduras necessitam ter espaços resguardados para suas manifestações, pois são um grupo de indivíduos considerável na sociedade brasileira e que tem participado ativamente dessa sociedade.

Por fim, é importante salientar que este estudo foi realizado com um grupo de mulheres que preenchiam as categorias selecionadas, faixa etária e classe social, mas que tais respostas

não podem ser tomadas como definidoras do grande grupo que são as mulheres maduras no país, mas que possibilita o vislumbre de características desses seres sociais.

## 6. REFERÊNCIAS

- ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo, SP: Companhia Editora Nacional, 2009.
- ALVES, Branca Moreira. PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. 8 ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- ANTUNES, Priscilla de C.; SILVA, Ana M. **Elementos sobre a concepção de meia-idade, no processo de envelhecimento humano**. Revista Kairós Gerontologia, 16(5), pp.123-140. São Paulo,(SP), 2013.
- \_\_\_\_\_. **A produção científica brasileira e a problematização da meia-idade: um estudo a partir de periódicos do campo da Educação Física**. Rev. Estudos interdisciplinares sobre envelhecimento. V. 19, n.1, p. 9-26; Porto Alegre, 2014.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004.
- Buitoni, Dulcília. *Imprensa feminina*. São Paulo: Ática, 1990.
- DE ANTONI, C., MARTINS, C., FERRONATO, M. A. , SIMÕES, A., MAURENTE, V., COSTA, F. & KOLLER, S. H. (2001). **Grupo focal: Método qualitativo de pesquisa com adolescentes em situação de risco**. Arquivos Brasileiros de Psicologia, 53(2), 38-53.
- CHALHOUB, Sidney (2001) **Trabalho, Lar e Botequim. O cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da belle époque**. 2.ed. Campinas: Editora da Unicamp.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. São Paulo: Vozes, 1994. 351p.
- DEL PRIORI, Mary(org); BASSANEZI, Carla (Coord. Textos) **História das mulheres no Brasil**. 9 ed. São Paulo: Contexto, 2009.
- DEL PRIORE, Mary. **História do cotidiano e da vida privada**. In: CARDOSO, Ciro F. Domínios da História. Ensaios de Teoria e Metodologia. Rio de Janeiro: Campus, 1997.p.259-275
- DE TONI, Deonir; MILAN, Gabriel Sperandio; LARENTIS, Fabiano; MATTIA, Adilene Alvares. **A percepção em torno do conceito de consumo consciente**. XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção. São Carlos, SP, BR, 12 a 15 de outubro de 2010.
- DUARTE, Cátia P.; SANTOS, Cristiane L.; GONNÇALVES, Andréa K. **A concepção das pessoas de meia-idade sobre saúde, envelhecimento e atividade física como motivação**

- para comportamentos ativos.** Rev. Brasileira de Ciências do Esporte. V. 23, p. 35-48. Campinas, 2002.
- GONÇALVES, Andréa Lisly (2006) **História e Gênero.** Belo Horizonte: Autentica.
- GOLDENBERG, Mirian. **Coroas: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade.** Rio de Janeiro, Record, 2008.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher.** São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- LOPES, Luis C. **Percepção e comunicação: mitos e problemas contemporâneos.** <http://www.Robertexto.com>, acesso em 10.10.2012.
- MALHORTA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** 3ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MATOS, Maria Izilda S. de. **Por uma história da mulher.** 2 ed. Bauru, SP: Edusc, 2000
- MATOS, Marlise (2008) **Teorias de gênero ou teorias e gênero? Se e como os estudos de gênero e feministas se transformaram em um campo novo para as ciências.** Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v.16, n.2, mai-ago.
- RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação.** [3. ed.] rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- SCHULER, Maria. **Excelência humana nas comunicações organizacionais.** Estudos, revista semestral do curso de jornalismo e relações públicas da universidade metodista de São Paulo., s/d.
- SOUSA, F. **O que é ser adulto? As práticas e representações sociais – A sociologia do adulto.** V Congresso Português de Sociologia. Braga (Portugal).
- TELLES, Maria (1999) **A Breve história do feminismo no Brasil.** São Paulo: Brasiliense, 1999.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- TORRÃO FILHO, Amílcar (2005). **Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam.** Cadernos Pagu, Campinas, n.24, p. 127-154, jan-jun., p.136
- SCHWARTZMAN, Simon; BOMENY, Helena Maria Bousquet; COSTA, Vanda Maria Ribeiro. **Tempos de capanema.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.