



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: La guerra anti-age en la revista Para Ti. 3

Autores (en el caso de tesis y directores):

María Rosa Gómez

María Cristina Schenone, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2008

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



que cualquier marca del paso del tiempo se haga presente en el cuerpo. De esto se trata la guerra anti-age a la que hace referencia el título de este trabajo.

Analizar la el tema de la guerra anti-age en la Revista Para Ti supone tomar en consideración varios aspectos que hacen al medio y a su forma de comunicar. Entre estos aspectos, se consideran fundamentales para poder entender esta relación tres temas principales, a saber:

A) Todas aquellas notas de la revista donde se haga alusión a **temas relacionados con la edad**, el paso de los años, los signos del paso del tiempo, la vejez, etc. Este aspecto es importante para poder entender cuál es la posición del medio respecto al tema que nos ocupa y para ver de qué manera y con qué herramientas se van construyendo varias necesidades a partir de esta postura (la necesidad de aparentar la juventud, la necesidad misma de ganar la guerra anti-age, la necesidad de cumplir con los parámetros impuestos de belleza).

B) El nivel icónico. Todas aquellas imágenes donde aparezcan personas de edad avanzada (en apariencia mayores de 70 años). Tener en cuenta cada una de las apariciones de personas mayores nos ayudará a analizar también cómo son considerados los mayores en el nivel visual, estudiando la forma, circunstancias, temas y casos en los que aparecen en escena.

C) Otro aspecto fundamental a considerar en este trabajo es el análisis de las **publicidades de productos/servicios anti-age**. Este es el aspecto donde se ve en forma más clara y explícita la guerra declarada al paso de los años, por este motivo, su análisis será un gran aporte al tema que estamos tratando.



A) Notas de temas relacionados con la edad

“Envejecer:

¿A partir de que edad se es viejo? Refiriéndose al matrimonio de Luis XIV, Madame de Sevigne califica al Rey de “viejo”, tenía 47 años. Así, pues, **la vejez es un concepto construido socialmente**. La sociedad contemporánea, ha visto aparecer dos fenómenos radicalmente nuevos: la adolescencia, que se intercala entre la infancia y la edad adulta y éstas dos (a veces tres) décadas que separan el fin de la actividad profesional del momento en el que las disminuciones físicas y mentales suprimen la autonomía del individuo constituyéndolo en “viejo “. En otros tiempos la brevedad de la esperanza de vida volvía muy corto el período final que mediaba entre la cesación de actividad y la muerte. Muchas veces ésta incluso, anticipaba a aquella. Hoy en día millones de inactivos están “maduros” sin ser hombres senectos” (Duby, Georges y Ariès, Philippe. Historia de la vida privada – La vida privada en el Siglo XX. Taurus, Madrid, 198, Tomo 9, página 329).

Este trozo del libro Historias de la Vida Privada es útil para adentrarnos en el tema de la guerra a la edad. Como dice el texto, la vejez es una construcción social, es cultural y se crea a partir múltiples sentidos que circulan dentro del marco social. Como vimos, los medios, son portadores, creadores y el lugar donde circulan principalmente estos sentidos.

El rechazo al paso de los años y la vejez se hace presente en múltiples formas y maneras dentro de las notas de la Revista Para Ti. En algunos casos, ese rechazo está implícito, en otros, se hace claro con palabras fuertes y contundentes que así



lo demuestran. A veces, está en boca de la misma redacción de la revista, otras en boca de sus entrevistados o auspiciantes.

A continuación se detallan las valoraciones al tema de la edad y el paso de los años detectadas en el material analizado:

Publicación 16/06/2006- Página 20 – Nota: “Patricia Miccio ´ Haber tenido cáncer me sirve para ayudar a otras mujeres ´”.

Bajada: *Hace seis años le detectaron cáncer de mama. Y decidió contarlo, ahora, en un libro recién publicado. Allí da testimonio de aquella traumática experiencia y ensaya una mini autobiografía. En esta entrevista, la conductora asegura que ya se siente una persona sana y que hoy, más que nunca, prefiere disfrutar de la vida en lugar de trabajar doce horas por día.*

Extracto de la entrevista:

*Para Ti: “**¿No tenés problemas con el paso del tiempo?***

Miccio: ¡Nooooo! La verdad, no tengo “mambos” con la edad, porque mi vida es muy buena en varios sentidos: tengo una gran familia, grandes amigas y trabajo en lo que me gusta. Pensá que el cáncer es una anécdota en mi vida, no me puedo quejar, ni decir que he vivido menos de los 51 años que acreditan mi DNI”.

En este caso vemos aparecer el interrogante que se hace habitualmente a casi todas las entrevistadas de la Revista. La pregunta es por el miedo al paso de los años, los problemas con el paso del tiempo. Una y otra vez, la revista Para Ti vuelve sobre este tema en las entrevistas. Y siempre la pregunta sobre la edad y el



paso del tiempo está acompañada de las palabras PROBLEMAS, MIEDO, TEMOR, ASUSTAR, como si el paso del tiempo fuera alguna especie de enfermedad que se puede prevenir.

En contraposición con el miedo al que se alude en las preguntas por el paso del tiempo, aparece este caso donde la postura de la revista y sus conceptos de éxito y belleza quedan expuestos:

Publicación 21/07/2006- Página 30 – Nota sobre la modelo Lais Navarro
“Menina mais linda do mundo”

Texto: *Quienes ya trabajaron con Lais Navarro (16) coinciden al decir **que el secreto de su éxito** es la perfecta combinación entre belleza física y gran personalidad.*

*Es que Lais es lindísima; mide 1.76 metros, tiene ojos verdes, piel trigueña y unas curvas que seguramente triunfarán en todo el mundo:80-58-85. Por si fuera poco **y a pesar de su corta edad**, cuenta con una personalidad muy madura e irradia una energía a la que pocos se pueden resistir.*

En esta nota sobre la modelo Lais Navarro queda claro qué es la belleza para la revista y cuáles son las claves para ser una persona exitosa. Ser alta, flaca, tener curvas acordes a las medidas exigidas por los parámetros estipulados por el mercado (90-60-90) y edad corta es el camino para llegar y ser parte del éxito. Este modelo de mujer que Para Ti reconoce como ideal estará presente en todas las publicaciones de la revista y será el que marcará todos los tratamientos a



seguir para poder alcanzarlo (dietas, tratamientos anti-edad, ejercicio físico, moda, etc.).

En esta misma publicación (21/07/2006), unas páginas más adelante (pág. 80) Para Ti publica una reflexión de la periodista María Laura Santillán titulada "El antídoto" que nuevamente demuestra cómo los signos del paso del tiempo se constituyen como estigmas dentro de nuestro marco social:

Página 80 – Sección PT Escritoras - Nota "**El antídoto**" de María Laura Santillán.

Bajada: *La vemos todas las noches en el noticiero de Canal Trece y una vez por semana en su unitario Fiscales, sin embargo, aquí la periodista se anima a mostrarnos otra faceta. En esta columna de ficción, María Laura Santillán relata cómo una mujer logra contrarrestar una atracción irrefrenable dentro de su mundo laboral.*

El artículo cuenta la historia de una mujer que sentía una atracción muy fuerte por su jefe. Él se le aparecía en sueños, y el sentimiento que sentía se acrecentaba cada vez más. Entonces buscó la forma de frenar eso que sentía:

*"Cuando su jefe la llamó para que le llevara unos informes para firmar (...) ella se acercó todo lo que pudo... para mirarle el cuello. El cuello era **el antídoto**. El cuello **arrugado, apergaminado, avejentado** de su jefe. Allí los pliegues marcaban el **paso indisimulado de los años**. Un tronco ajado, cuya corteza se resquebrajada y se empezaba a descascarar."*



El doctor Leopoldo Salvarezza en su libro *“La vejez – Una mirada gerontológica actual”* analizando la construcción del imaginario social de la vejez, afirma que *“el imaginario social está construido sobre la ideología que descalifica la vitalidad de la vejez y que atribuye los valores positivos de la vida a la juventud y que sólo les deja a los viejos, como un colgajo, la posibilidad de una actitud contemplativa, pasiva: la sabiduría”*. (*“La vejez – Una mirada gerontológica actual”*, Paidós, Buenos Aires, 1998, pág. 36).

Este autor asegura, además, que el VIEJISMO (la palabra que utiliza para nombrar las diferentes actitudes de rechazo a todo lo relacionado con las personas mayores) tiene como característica sostener la necesidad de que la persona sea JOVEN para que pueda lograr amar y ser amada. Este aspecto es el que produce la negación de esta posibilidad a los mayores y, según él, responde a la ideología dominante que hace que todo viejo deseante de amor se catalogue como “viejo verde”.

Retomar a este autor en este caso responde a que, justamente, para María Laura Santillán en la nota publicada por Para Ti, la receta para “desenamorarse” de un hombre es concentrarse en los signos del paso del tiempo, en las marcas que deja la vejez. Queda demostrado entonces lo que postula Salvarezza, los viejos están lejos de todo lo relacionado al erotismo y la sexualidad, y quedan afuera, por sus signos visibles en el cuerpo, de toda posibilidad de relación amorosa o sexual decente.

Otra nota donde aparece el tema del paso de los años:



Publicación 08/09/06 – Página 32 – Nota: Volvió una noche – Entrevista a la modelo Valeria Mazza.

Extracto de la entrevista:

- "¿Cómo hiciste para, después de tres hijos, mantener tan bien tu cuerpo?

-Ante todo, realismo: **el tiempo pasa** y, aunque no tengas hijos, **el cuerpo te cambia**. La idea es estar bien teniendo en cuenta que a los 40 años no vas a estar como estabas a los 20. Yo todavía no tengo 40, tengo 34 y no me afecta cumplir más años.

-Pero en muchos ámbitos, **cumplir años es una condena**.

-Como en el deporte, en el mundo de la moda la carrera es corta. Si a los 25 años no llegaste a determinado nivel, hay que encarar para otro lado. Si llegaste alto, vas a tratar de extender el límite lo más posible. Yo no tengo ningún conflicto con los años, para la edad que tengo ya hice un montón de cosas".

Una vez más la pregunta por el paso de los años, esta vez, la revista reconoce que cumplir años es una condena, se explicita directamente el punto de vista sobre el tema. Y desde la respuesta de la modelo, subyace la sensación de que lo que no se hace hasta cierta edad no se logra más. Como decíamos antes, la edad para alcanzar el éxito es limitada y el acceso a esta posibilidad no lo tienen las personas que pasaron el límite de la juventud.



Publicación 10/11/2006- Páginas 30 y 31 – PT Actualidad- Paloma Herrera “El amor es tan complicado como esencial”

Extracto de la entrevista:

- “¿Cuál es el secreto para **parecer siempre adolescente?**
- Los bailarines siempre **parecen súper jóvenes** y enérgicos. En mi caso, como sano (verduras y pescados), no fumo y hago ejercicio ya que lo requiere mi profesión: además practico yoga y pilates.
- (...) ¿Existe una edad para dejar de bailar?
- Uno sabe cuando es hora de retirarse, creo que **hay que tener en cuenta cómo está el cuerpo**. Por ejemplo, yo no he tenido lesiones importantes, pero respeto la decisión de cada uno”.

Nuevamente, desde la revista se indaga acerca del paso de los años y la edad. Como decíamos en el capítulo anterior, la sociedad actual se caracteriza por la importancia que le da a la imagen, al registro visual por encima de cualquier otro. Se remarca la importancia del PARECER una adolescente, más allá de que la persona ya no lo sea (es más importante parecer una adolescente que asimilar la edad que verdaderamente uno tiene y vivir en paz con eso).

Las dos notas que aparecen citadas a continuación tienen que ver con la belleza y los “secretos” para lograrla. Por un lado, la nota del 23/03/07 se compone de “consejos útiles” para lograr una piel perfecta (piel perfecta en Para Ti es igual a piel de bebé, lo más alejado a cualquier signo de vejez). Por el



otro, la nota del 23/03/07 fue nota de tapa con el título “Mujeres de 40 y más, la nueva edad de oro”. Ambas comparten el mismo fin, en el primer caso la nota está compuesta por texto y una página entera repleta de cremas y productos para lograr la “piel de bebé”. En el segundo se ofrece una lista de “shopping” de productos anti-age. Ambos casos persiguen el mismo fin que es **recaudar a partir de las publicidades** que incluyen en esas páginas. Para ello, instalan en las lectoras, modelos específicos de mujer y les generan la necesidad de acceder, como sea posible, a los métodos que les permitan acercarse a esos modelos.

Publicación 09/03/2007- Página 57 y 58 – Nota: “Piel de bebé” – Hidratación intensa.

Bajada: *El órgano más extenso refleja la salud y el bienestar de todo el cuerpo, y también sufrimiento si no nos ocupamos con constancia. Sensible al clima, a la alimentación y al estilo de vida, la piel necesita protección desde varios ángulos: te contamos cómo cuidarla para que esté siempre hidratada.*

Texto: *Poros cerrados luminosidad, **ausencia de arrugas** y textura de terciopelo es el ideal de una piel perfecta. (...) Los rayos UV no sólo son responsables de la aparición **de arrugas y manchas**, sino que dañan las células y los radicales libres que aceleran el **envejecimiento**. Los tratamientos que trabajan sobre los radicales libres y la oxidación celular, evitan la muerte celular por daños solares. Según*



especialistas, no existen recetas mágicas, sino tratamientos adecuados para cada edad y tipo de piel.

**La página 58 aparece repleta de cremas anti-age y de hidratación para pieles (5 fotos y 29 referencias).*

Publicación 23/03/2007- **Página 64-71** – Sección PT Cuerpo y alma – Nota: “Mujeres de 40 y más, la nueva edad de oro”.

Bajada: *Maduras, seguras, emprendedoras... Los 40 ya no son más el adiós a la juventud, sino una etapa para vivir a pleno. Aquí, una entrevista exclusiva con Demi Moore y los secretos de otras celebrities, la opinión de especialistas, una dieta ideal, tips de gym y un shopping de los productos creados especialmente. Para que estés mejor que nunca.*

La nota incluye la opinión de un gerontólogo y una socióloga que dicen que, al alargarse la expectativa de vida, los 40 dejaron de ser la edad en la que empieza la vejez, ahora a esta edad se pueden arrancar proyectos y planes nuevos en todos los ámbitos de la vida.

Además, hay una “dieta de los 40” (acompañada de un copete que dice que a partir de los 40 es común que la mujer aumente de peso por la baja de estrógenos) y aparecen declaraciones de Araceli González, Karina Rabolini y Andrea Frigerio bajo el subtítulo “diosa de las cuatro décadas”. Las tres



recomiendan hacer ejercicio, dieta equilibrada y el uso de cremas humectantes, hidratantes, etc. En la página 69 aparecen en 6 diferentes cuadros, las fotos de 35 cremas diferentes, todas con sus respectivas referencias que aclaran marca y precio de cada una.

La nota termina con una entrevista a Demi Moore "EL secreto de la juventud es la risa", cuya bajada aclara que la actriz cuenta sus secretos de belleza para estar divina a los 44 años. Frente a la pregunta "¿Qué secretos de belleza heredaste de tu madre?" Demi respondió:

-“Limpiar, hidratar, limpiar, hidratar, limpiar, hidratar. Mi tratamiento preferido es el facial y adoro los masajes craneanos, me aportan un efecto equilibrante. (...)”.

Como para agregar un **dato curioso** al análisis sobre las notas relacionadas con temas de edad se agrega la siguiente:

Publicación 11/05/2007 -Página 134 – Sección: PT Mi casa - Nota: *Un galpón aggiornato*

Texto: *Un viejo espacio se transformó en una casa super cómoda y canchera, decorada con muebles y textiles del monte santiagueño y detalles en hierro. Un lugar donde lo rústico y el color hacen la diferencia, y la naturaleza se convierte en un elemento más de la decoración.*



Una vez más la oposición entre lo viejo y lo joven/nuevo/canchero. Esta vez no es en el cuerpo humano, no son signos de vejez en el cuerpo, pero la oposición se hace presente una vez más.

Veámos en el capítulo anterior que *“La vejez es actualmente ese “continente gris” en el que vive una población indecisa, un poco quimérica, perdida en la modernidad. El tiempo ya no le sirve a la experiencia ni a la memoria. Tampoco al cuerpo gastado. El anciano se desliza lentamente fuera del campo simbólico, deroga los valores centrales de la modernidad: la juventud, la seducción, la vitalidad, el trabajo. Es la encarnación de lo reprimido. (...) imagen intolerable de un envejecimiento que alcanza a todo en una sociedad que tiene el culto de la juventud y que ya no sabe simbolizar el hecho de envejecer o de morir”. (Le Breton pág. 142).* Este aspecto es exactamente lo que se deduce del siguiente extracto del material:

Publicación 18/05/2007-Página 178-182 – Sección PT Actualidad – Entrevista a China Zorrilla *“Me quedé con ganas de casarme y tener hijos”*

Extracto de la entrevista (pág. 178):

“Para Tí: -¿Te molesta la palabra vejez?

China Zorrilla: - Hay gente en Europa que le encanta que en la Argentina y Uruguay llamemos “viejos” a nuestros padres. Hay ternura en esa palabra. No me



*parece una palabra fea pero en mi profesión, **la vejez es peligrosa**. Los viejos que trabajan son una excepción (...).*

Para Ti: - ¿Pensás en la muerte?

China Zorrilla: - Se van acortando los plazos y es normal que piense más en ella. (...) Quiero terminar mis días en Pocitos, mirando el mar”.

Antes vimos que la pregunta sobre la vejez estaba acompañada del miedo, el temor, la condena, en este caso, la pregunta va junto a la sensación de molestia y peligro y la falta de trabajo; además, en este caso aparece la muerte relacionada directamente con la edad.

Página 374-377 – Sección PT Actualidad – Entrevista a Maitena “*Para Ti cambió mi historia para siempre*”.

Extracto de la entrevista (pág. 377):

“-¿Tenés miedo a la edad?

- Hasta hace algunos años pensaba que me iba a gustar ser mayor, pero ahora no estoy tan segura. Cuando la juventud se va, tenés en claro qué es lo que viene. Trato de no neurotizarme: en la vida hay que ocuparse de las cosas que te hacen bien y no de sufrir, pero pararse frente al espejo y ver que uno ya no es uno es bravo”.

Una vez más desde la pregunta de la revista está el rechazo a la vejez, la respuesta confirma ese rechazo y advierte que uno no es uno cuando es viejo (se



pierde la esencia de la persona con la edad). *“La norma social quiere que se mantenga una apariencia joven, y hasta tal punto la personalidad se confunde con el cuerpo que permanecer siendo uno mismo tiende a confundirse con continuar siendo joven”*. (Duby, Georges y Ariès Philippe. *Historia de la vida privada – La vida privada en el Siglo XX*. Taurus, Madrid, 1989, tomo 9, página 107).

Conclusiones parciales sobre las notas relacionadas con la edad

Desde la teoría de Verón y el análisis de los discursos podemos reconstruir ciertas permanencias y repeticiones que van creando sentidos que se instalan en la semiosis y el imaginario social.

Las repeticiones están, por ejemplo, en la pregunta de la revista sobre el paso de los años, siempre acompañada por alguna sensación o sentimiento desfavorable como el miedo, el susto, la vejez, la condena, el peligro y la falta de trabajo y belleza. Toda esa valoración negativa se asocia directamente a la vejez que llega indefectiblemente con el paso del tiempo.

Sin embargo, pareciera ser que contra eso hay fórmulas eficaces y necesarias y el medio parece tenerlas, de eso se trata la guerra anti-age que la revista propone desde múltiples espacios. Este es otro sentido que la revista pretende imponer, que en ella está la clave (los datos sobre tratamientos, los secretos de los famosos lindos y exitosos) para combatir a la edad y por eso es útil y necesaria e indispensable su adquisición.



Para Ti propone fórmulas para luchar contra la edad porque es parte del negocio que permite su permanencia. Mediante las diferentes técnicas de “ataque” a los signos del paso del tiempo pretende transmitir la necesidad de adquirir métodos para evitarlos. En esta lucha, el medio no se detiene a reflexionar sobre las consecuencias que esta forma de concebir el paso del tiempo pueden acarrear en aquellos que la consuman.

El paso del tiempo es inevitable, las marcas y signos llegarán al cuerpo indefectiblemente. La revista no propone formas de pensar esta realidad que permitan aceptarla, asimilarla, poder convivir con ella; por el contrario, busca atacarla sin considerar la sensación de desdicha, angustia y desazón que puede transmitir a las personas que cargan con esos signos y nada pueden hacer frente a ello.



B) Fotografías publicadas de personas mayores (en apariencia más de 70 años)

La revista Para Ti es un medio que se caracteriza por albergar dentro de sus páginas gran cantidad de imágenes fotográficas. El número de imágenes que se publican por número y la importancia que tienen dentro de estos demuestran que este medio prioriza el nivel icónico y visual sobre cualquier otro. Esto se debe a que es un medio cuyos temas claves son la moda, la belleza, la decoración y además, a que las publicidades que se incluyen también tocan estos temas.

Una vez realizado el registro del material de las 24 publicaciones analizadas; en esta sección del trabajo se expondrán todos los casos en que la revista publica fotos de personas mayores (en apariencia más de 70 años). Con este registro lo que se busca es poder vislumbrar cuál es el espacio que el medio le da a las personas de edad, en qué ocasiones y por qué aparecen en la revista y las conclusiones a las que se puede llegar luego del análisis de esos aspectos.

Detalle de publicación de fotos de personas mayores¹⁵:

Publicación 02/06/2006- Página 33 – Nota “El color de las estrellas” – Foto de Mirtha Legrand en la entrega de los premios Martín Fierro.

Página 68 – Publicidad de Canal 13 “El canal del Mundial” – Foto de Enrique Macaya Márquez.

Página 90 – Nota “Pierina Dealessi” – Foto de Pierina Dealessi, actriz que falleció en 1983 y dio nombre a una calle de 4 cuadras en Puerto Madero.

¹⁵ La edad de las personas que aparecen en las fotos se agrega en los casos en los que la revista publica ese dato.



Página 114 – Publicidad de Bodywrap – Foto de una mujer canosa, en apariencia de más de 70 años, sonriendo.

Publicación 16/06/2006- Página 79 – Publicidad de Programa “La huerta con Mónica Cahen D’Anvers” – Foto de Mónica Cahen D’Anvers.

Página 114 – Publicidad de Bodywrap – Foto de una mujer canosa, en apariencia de más de 70 años, sonriendo (ídem publicación anterior).

Publicación 23/06/2006- Página 104 – PT Actualidad – Nota: “La alternativa de los vecinos: Unidos por la inseguridad” – Fotos de grupos de vecinos, donde aparecen personas mayores.

Publicación 16/07/2006- Página 23 – Sección: PT Actualidad - Foto de A. J. Howard Marshall II –

Nota: “Una Bomba de tiempo” Muerte y Misterio - Anne Nicole Smith.

Publicación 21/07/2006- Página 84 – Sección: PT Planetario - Foto de Anthony Hopkins.

Página 105 – Foto de Mónica y Jorge Ríos, padres de Martín Ríos, acusado de haber disparado contra 8 personas el 06 de julio en el barrio de Belgrano.

Publicación 04/08/2006- Página 20-22 – Nota: En el nombre del padre. Nota sobre la película “Las manos” – Entrevista a Graciela Borges y Perla Gallardo (80 años). Fotos de ambas juntas.

Publicación 18/08/2006- Página 93 – Sección PT Planetario: Rod Stewart e hijas “¿Creer que somos sexies?”.

Publicación 08/09/2006- Página 22-26 – Entrevista con Joaquín Piña, de 76 años, Obispo de Puerto Iguazú y opuesto al Gobierno de Carlos Rovira.

Publicación 29/09/2006- Página 252 – Sección PT Escritoras – Foto de María Esther Vázquez. “Cartas de amor y de pena”



Publicación 13/10/2006- Página 57 – Nota: Madres e hijas. Foto de "Tochi" De Marchi de Furtado, de 82 años, madre de Mora Furtado.

Página 124 - PT Planetario – Fotos de **Brigitte Bardot**, festejando su cumpleaños N° 72, foto de **Anita Exberg**, en el festejo de su 75º cumpleaños.

Página 136 – Publicidad de Showmatch – Bailando por un sueño 3 – Foto de Gerardo Sofovich.

Publicación 27/10/2006- Página 123 – Nota "La conexión argentina" – Sobre la historia de amor de la hija de Paul McCartney con un argentino - Foto de Paul McCartney.

Publicación 10/11/2006-Página 110 – Publicidad de Canal 13 – Foto de Santo Biassati junto a María Laura Santillán por Telenoche.

Publicación 22/12/2006-Página 110 – PT Planetario – Foto de Jean Paul Belmondo y Alain Delon.

Publicación 05/01/2007-Página 31-34 – Nota: "Una Eva y dos grandes en Punta" – Sobre la visita de Eva Herzigova, Ralph Lauren y Luciano Benetton a Punta del este. Foto de Luciano Benetton y Ralph Lauren.

Publicación 19/01/2007-Página 101 – PT Planetario - Foto de Carlo Ponti. Adiós a una leyenda del cine.

Publicación 16/02/2007-Página 84 – Sección: PT Actualidad - Foto del Papa Benedicto XVI.

Publicación 02/03/2007-Página 94 – PT Actualidad – Entrevista al Dr. Ramón Leiguarda.
"Si no educamos el alma, el país no va a cambiar".

Publicación 09/03/2007-Página 88 – Sección: PT Planetario - Foto de Elizabeth Taylor.



Publicación 23/03/2007-Página 96 – PT Planetario – Foto de Sean Connery.

Página 102 – PT Actualidad – Nota: "Palermo Coppola" - Foto de Francis Ford Coppola en el barrio de Palermo.

Publicación 27/04/2007-Página 182 – Publicidad del libro Horangel – Predicciones astrológicas – Foto de Horangel.

Publicación 18/05/2007-Página 117-124 – Nota: "De generación en generación".

Fotos de Alba Ugolini (87), madre de Teté Coustarot; María Ramona Borges (90), madre de Trinidad Perazzo, gerente de Publicidad en Para Ti; Carola López de Gomara (93), abuela de Carolina Pekjovich, directora adjunta de Para Ti; Marta González Viviani (78), abuela de Florencia Dinardo, periodista; Gladys Tejeda de Torino (71), madre de Paola Torino, subjefe de arte de Para Ti y María Dolores Llorente (85), abuela de Dolores Espósito, periodista de Para Ti.

Página 178-182 – Nota: China Zorrilla "Me quedé con ganas de tener hijos".

Fotos de china Zorrilla (85).

Página 276 –Publicidad de programa "La huerta con Mónica Cahen D´Anvers" - Foto de Mónica Cahen D´Anvers.

Página 335 – Nota: "Una nota para recordar". Sobre entrevista de Rodolfo Araceli a Amalia Fortabat. Foto de Amalia Fortabat.

Página 382 – Nota: "Se ganaron el cielo" – Foto de Luisa Quiroga (79) y Enriqueta Nattkemper.

Página 421,422 – Entrevista con Florentina Gómez Miranda (95): "Los hombres siempre fueron machistas, sólo que ahora lo disimulan".

Consideraciones sobre el aspecto icónico:

Eliseo Verón, en su análisis sobre el contrato de lectura, afirma que "lejos de ser extrañas al contrato de lectura, las imágenes son uno de los lugares privilegiados donde el enunciador teje el nexo con su lector, donde al destinatario se le



propone una cierta mirada del mundo" (Verón, 1985). Es por este motivo que resulta de interés analizar las fotografías sobre los mayores presentes en Para Ti. Una vez relevados los casos de apariciones de personas mayores en los números analizados podemos apreciar que:

➔ La característica principal que posibilita el acceso de personas mayores a las páginas de Para ti es la **fama**. De 39 casos registrados de apariciones de personas mayores 20 son casos de personas famosas, conocidas. Con respecto a estos casos podemos observar que todas las fotos son de personas que alcanzaron la fama en otra época, cuando eran jóvenes (Gerardo Sofovich, Mónica cahen D'Anvers, Francis ford Coppola, Alain delon, Jean paul belmondo, China Zorrilla, etc.) y ahora son respetados y reconocidos por la trayectoria de sus carreras. Dentro de estos casos de personas famosas, 7 son publicidades de programas de televisión. Podemos afirmar entonces que no sólo se impone como condición a los mayores ser famoso para poder ingresar en Para Ti, en muchos casos, además, tienen que pagar los costos de las publicidades para poder aparecer.

Publicación 09/03/2007- Página 88 – Sección: PT Planetario - Foto de Elizabeth Taylor – **Texto:** *Cumpleaños en Blanco y Plata. Una de las actrices más bellas del cine celebró el martes 25 de febrero sus 75 años con una gran fiesta (...) Llegó en silla de ruedas, donde la esperaban amigos y compañeros de profesión (...) Hace un tiempo Taylor declaró: "No soy la reina del glamour. No trato de parecer de 50 ni de 40. Tengo 9 nietos y lo que quiero es hacer trabajo de mamá o de abuela".*



Publicación 22/12/2006 - Página 110 – PT Planetario – Foto de Jean Paul Belmondo y Alain Delon.

Texto: *A pesar de los años*, no perdieron ese aire seductor que tanto hizo suspirar a las mujeres en la década del '70. Jean Paul Belmondo (73) y Alain Delon (71) se reencontraron días pasados en el estreno de la obra *Le Gardien en París* y acapararon todos los flashes. (Fotos de ambos en la actualidad y foto de ambos en los '70).

👉 Otra de las características que permiten el ingreso de los mayores a Para ti es que esas personas ocupen el lugar de víctimas. Este aspecto tiene que ver con la inscripción de este medio dentro de lo que Guillermo Sunkel llama la “matriz simbólico dramática” que se caracteriza porque “apelando a instintos primarios (al miedo, la emoción, al dolor, el sufrimiento, la alegría, etc.) intentarán causar sensación, es decir, impresionar”. (Sunkel, Guillermo “Las matrices culturales y la representación de lo popular en los diarios populares de masas”, en *Razón y pasión de lo popular*, Santiago de Chile, Ilet, 1922).

Publicación 23/06/2006- Página 104 – PT Actualidad – Nota: “La alternativa de los vecinos: Unidos por la inseguridad” – Fotos de grupos de vecinos, donde aparecen personas mayores.



Bajada: Los más recientes hechos de inseguridad y violencia. Como el asesinato de la empresaria en Palermo, el secuestro del agenciero, el crimen del militar retirado y la violación de una modelo en Santa Rita, acentuaron la percepción generalizada de que **el delito crece y suma víctimas**. Ante la ineficiencia de las autoridades para combatir este flagelo –que a veces es negado “oficialmente”- vecinos de la Capital y el conurbano se movilizan, nucleándose en asociaciones civiles, para promover soluciones concretas y definitivas.

Publicación 16/07/2006- Página 23 – Sección: PT Actualidad - Foto de A. J. Howard Marshall II –

Nota: “Una Bomba de tiempo” Muerte y Misterio - Anne Nicole Smith

Bajada: A A. J. Howard Marshall II lo conoció trabajando como stripper. Ella tenía 26 años y él 89.

Texto: Vivió rápido y murió joven – a los 39 años – por motivos que aún hoy se investigan. Fue una desenfadada reencarnación de Marilyn y chica Playboy, se casó con un millonario octogenario y fue polémica. Parecía acostumbrada a los excesos y las batallas judiciales. Quería una vida de película... pero no hubo happy end para ella.

Publicación 21/07/2006- Página 105 – Foto de Mónica y Jorge Ríos, padres de Martín Ríos, acusado de haber disparado contra 8 personas el 06 de julio en el barrio de Belgrano.



➔ Aparecen personas mayores, también, cuando, desde el medio, se trata de proponer una línea de pensamiento o procurar la formación de valores relacionados con la religión y acordes a la línea editorial conservadora:

Publicación 04/08/2006- Página 20-22 – Nota: En el nombre del padre. Nota sobre la película “Las manos” – Entrevista a Graciela Borges y Perla Gallardo (80 años). Fotos de ambas juntas. Perla Gallardo es la mujer que según Para Ti “secundó en su misión al Padre Mario por más de tres décadas y se convirtió en su asistente incondicional.

Publicación 08/09/2006- Página 22-26 – Entrevista con Joaquín Piña, de 76 años, Obispo de Puerto Iguazú y opuesto al Gobierno de Carlos Rovira. “Tenemos un gobierno autista que no escucha a nadie”, aparecen varias fotos del Sacerdote, algunas con el Papa Juan Pablo II. . Hay fotos también de la Hermana Adela Helguera, “tras los pasos de Joaquín Piña”.

Publicación 16/02/2007- Página 84 – Sección: PT Actualidad - Foto del Papa Benedicto XVI –

Texto: Dios se viste a la moda.

Monseñor Georg Gänswein no es el único prelado que gana espacios en revistas dedicadas a la moda. De hecho, el propio papa Benedicto XVI tiene una conocida afición por los mocasines de Prada colorados y los anteojos de sol de



Gucci. Desde que sucedió a Juan Pablo, llamó la atención en distintas ocasiones por ser visto con ítems de marcas reconocidas, como zapatos Geox, gafas de Serengeti y hasta un iPod blanco con su nombre grabado. El problema es que, obviamente, al Papa no se lo puede contratar para que luzca productos. Así que la fórmula a la que todos apelan es que él aparezca en público usando alguno de los productos que le hacen llegar.

Publicación 02/03/2007-Página 94 – PT Actualidad – Entrevista al Dr. Ramón Leiguarda.

Bajada: “Si no educamos el alma, el país no va a cambiar”.

Texto: Su nombre evoca la excelencia en neurología. Hace treinta años que está al frente de FLENI y lo consultan desde el exterior. Se perfeccionó en Inglaterra pero eligió la Argentina para trabajar porque quería retribuirle lo recibido al país. En él conviven alto prestigio y bajo perfil. Radiografía de un hombre que estudia el cerebro pero que no concibe una medicina sin sentimientos.

➡ Se publican fotos de personas mayores también, cuando la revista busca remarcar su continuidad en el tiempo, su adaptación a las nuevas generaciones y su capacidad de permanencia:

Publicación 13/10/2006- Página 57 – Nota: Madres e hijas. Foto de “Tochi” De Marchi de Furtado, de 82 años, madre de Mora Furtado.

Publicación 18/05/2007- Página 117-124 – Nota: “De generación en generación”.



Fotos de Alba Ugolini (87), madre de Teté Coustarot; María Ramona Borges (90), madre de Trinidad Perazzo, gerente de Publicidad en Para Ti; Carola López de Gomara (93), abuela de Carolina Pekjovich, directora adjunta de Para Ti; Marta González Viviani (78), abuela de Florencia Dinardo, periodista; Gladys Tejeda de Torino (71), madre de Paola Torino, subjefe de arte de Para Ti y María Dolores Llorente (85), abuela de Dolores Espósito, periodista de Para Ti.

➡ Para Ti publica, además, fotos de mujeres que lograron acceder a puestos, marcas, actitudes, situaciones típicas de los hombres o inusuales. A modo de "homenaje" el medio se hace eco de las historias como reivindicación del género y acompaña las notas con imágenes de la actualidad. De tres casos registrados en las 24 publicaciones, 2 pertenecen al número aniversario del 18/05/2007.

Publicación 02/06/2006- Página 90 – Nota "Pierina Dealessi" – Foto de Pierina Dealessi, actriz que falleció en 1983 y dio nombre a una calle de 4 cuadras en Puerto Madero.

Publicación 18/05/2007- Página 382 – Nota: "Se ganaron el cielo" – Foto de Luisa Quiroga (79) y Enriqueta Nattkemper – Según Para Ti, *"dos pioneras de la aviación argentina, que levantaron vuelo por primera vez en los años 50, desafiando todos los obstáculos de la época"*.



Página 421,422 – Entrevista con Florentina Gómez Miranda: *“Los hombres siempre fueron machistas, sólo que ahora lo disimulan”*.

Bajada: *Empezó a militar en la UCR muy joven, pero recién a los 71 consiguió hacerse un lugar entre los hombres y ocupar una banca como diputada nacional. (...). A los 95 años, sigue tan rebelde y enérgica como en sus épocas de diputada - Fotos de florentina Gómez Miranda.*

👉 Se incluyen, en dos oportunidades, fotos de una mujer canosa, sonriendo, en apariencia de más de 70 años en la publicidad de Bodywrap.

Publicación 02/06/2006- Página 114 – Publicidad de Bodywrap – Foto de una mujer canosa, en apariencia de más de 70 años, sonriendo.

Publicación 16/06/2006- Página 114 – Publicidad de Bodywrap – Foto de una mujer canosa, en apariencia de más de 70 años, sonriendo.

Este trabajo de análisis se llevó cabo sobre 24 números de la revista Para Ti. Entre todos los números, el total de páginas analizadas arriba a las 3822¹⁶. Entre esas 3822 páginas solamente 54 contienen fotografías de personas, en apariencia, mayores a 70 años.

A modo de ejemplo, para poder hacer gráfica la relación de apariciones por número, veamos tres casos:

¹⁶ Ver página 34 (detalle de números analizados por páginas).



Publicación 19/09/2008 – 1 foto de una persona mayor en 308 páginas.

Publicación 06/04/2007 – 2 apariciones de personas mayores en 132 páginas.

Publicación 18/05/2007- 8 apariciones de personas mayores en 450 páginas.

David Le Breton afirma que en el juego de lo moderno y el cuerpo y por esta relación se produce un rechazo a todo lo que tenga que ver con los signos que están fuera de las marcas y formas proclamadas por la publicidad y los modelos. Este rechazo se hace visible, en la revista Para Ti, en la aparición casi nula de personas ancianas dentro de la revista. Además, se evidencia en las formas y circunstancias que rodean cada una de las situaciones en que se presentan las mismas, en casi todos los casos, acompañadas de connotaciones negativas y asociadas a estereotipos (viejo=enfermo, viejo=víctima, viejo=infeliz).

*"La vejez es actualmente ese "continente gris" en el que vive una población indecisa, un poco quimérica, perdida en la modernidad. El tiempo ya no le sirve a la experiencia ni a la memoria. Tampoco al cuerpo gastado. **El anciano se desliza lentamente fuera del campo simbólico**¹⁷, deroga los valores centrales de la modernidad: la juventud, la seducción, la vitalidad, el trabajo. Es la encarnación de lo reprimido. (...) imagen intolerable de un envejecimiento que alcanza a todo*

¹⁷ Negrita propia.



en una sociedad que tiene el culto de la juventud y que ya no sabe simbolizar el hecho de envejecer o de morir". (Le Breton, Sociología del cuerpo y la modernidad, pág. 142).

Analizando este mismo aspecto Leopoldo Salvarezza asegura que a los viejos, al ser portadores de la mala noticia de que a todos nos llegará la vejez, se los excluye de la sociedad:

*"Julio Verne nos ha familiarizado y conmovido con Miguel Strogoff, el cual, portador de una mala noticia, fue condenado por ese simple hecho al castigo de perder la vista y, de ese modo, a quedar apartado del mundo. Me parece éste un buen ejemplo para ser utilizado como metáfora de lo que le ocurre a los viejos en nuestra sociedad: al ser portadores inocultables de una mala noticia, que si tenemos tiempo todos vamos a ser viejos, **son condenados a quedar fuera del mundo para que otros no los vean**". (Salvarezza, Leopoldo: La Vejez – Una mirada gerontológica actual, Paidós, Buenos Aires, 1998, página 50).*

En varios ejemplos de estos casos de personas mayores en Para Ti la foto está acompañada con un texto a modo de bajada con comentarios sobre la misma. Según Roland Barthes, a nivel de comunicaciones de masas, el mensaje lingüístico está presente en todas las imágenes: en el título, en el epígrafe, en el artículo de prensa, etc. Y cumple dos funciones bien definidas en relación a la imagen: la de **relevo** y la de **anclaje**.



Toda imagen es polisémica; implica, subyacente a su significante, una cadena flotante de significados, entre los cuales el lector puede elegir algunos e ignorar otros. La polisemia da lugar a una interrogación sobre el sentido que es siempre disfuncional para el mensaje periodístico, por lo tanto, en todas las sociedades, se desarrollan técnicas diversas destinadas a fijar la cadena flotante de significados, de modo de combatir la angustia que generan los signos inciertos. Cuando el mensaje lingüístico guía no sólo la identificación, sino la interpretación, constituye una suerte de tenaza – dice Barthes – que impide que los sentidos connotados proliferen hacia regiones demasiado personales o bien hacia valores disfuncionales. Esta es la función de “anclaje” del mensaje lingüístico en relación a la imagen y se cumple siempre en las comunicaciones de masas. La función de relevo, que implica la complementariedad de sentido, es decir, no es entendible el texto sin la imagen ni la imagen sin el texto, no es una función habitual en la prensa escrita.

De los casos analizados podemos ver que la operación de anclaje está presente permanentemente, clausurando sentidos y formas de interpretación de las imágenes. Esos comentarios son, en muchos casos, valoraciones negativas sobre la vejez o el paso de los años y sus consecuencias.

En la publicación del 09/03/2007, cuando publican la foto de Elizabeth Taylor (75) se aclara en el texto que la acompaña que llegó a su fiesta de cumpleaños en silla de ruedas (no puede movilizarse por sus propios medios) y, además, se transcriben palabras de ella reconociendo que ya no es *la reina del glamour*.



En el caso de la foto de Alain Delon y Jean Paul Belmondo, publicada el 22/12/2006 el texto aclara que “a pesar de los años” los actores acapararon los flashes y, a la imagen de ambos actores se adjunta una de los dos juntos en su juventud. Una vez más los años son un peso, la imagen adjunta busca demostrar la importancia que tuvieron en su momento, cuando ambos eran jóvenes.

La foto que aparece en el número publicado el 16/07/2006 de Anne Nicole Smith junto a su difunto marido está acompañada por la bajada de la nota donde Para Ti aclara que esta mujer se “casó con un millonario octogenario y fue polémica”; la foto es de un beso entre ella y él, a él se lo ve demacrado y ella tomándole la cara con sus uñas rojas y largas. En este caso, el sentido claramente tiene que ver con que es común que muchos se aprovechen de los viejos, el viejo está en el lugar de la víctima del cual las mujeres pueden aprovecharse para quedarse, cuando le llega la muerte, con toda su fortuna.

El análisis de las fotografías en Para Ti nos permite deducir que en este medio hay un mínimo espacio dedicado a los ancianos y ese espacio representa a la vejez como un momento de la vida en el que no queda nada para disfrutar. Es el momento de ser víctimas, el momento de sufrir enfermedades, el momento en el que el cuerpo se transforma en un conjunto de desechos de lo que en algún momento fue.

La vejez es el lugar temido, el lugar evitado, y todo lo que haga pensar en ella es rechazado y eliminado. Es por este motivo que no tiene lugar en la revista Para Ti. La vejez no está alineada con los parámetros de belleza planteados por el medio. A partir de esta forma de concebirla, se van creando sentidos que



circulan por el marco social y afectan directamente a aquellos que no tienen la fortaleza suficiente para poder superar los estigmas y disfrutar del momento de la vida en el que se encuentran.



C) Publicidades de productos y servicios "anti-age"

"Nuestros contemporáneos se esfuerzan por retrasar algunos años el irreparable ultraje, por otra parte con innegable éxito: los hombres y mujeres de cuarenta años apenas se parecen hoy en día a lo que eran hace dos generaciones. (...). En este combate por el retraso de la muerte no sólo han sido movilizadas la higiene, la dietética y la cultura física, sino que también se ha invocado a todos los recursos de la cosmética: cremas antiarrugas, jaleas reales, máscaras de arcilla suscitan un próspero comercio y exorcizan el miedo a envejecer mediante el rigor de precisiones aparentemente científicas y el encanto de los reclamos publicitarios. (...). Cuando fracasan, la cirugía se ofrece para suprimir las bolsas bajo los ojos y volver a dar forma a senos flácidos". (Duby, 1989, pág. 107).

De esta manera describe Duby la importancia que en nuestro tiempo se le da al retraso de la muerte y los mecanismos para evitar la llegada de la vejez.

La guerra a la edad en Para Ti, como veíamos antes, se lleva a cabo desde varios espacios diferentes dentro del medio. Ya notamos cómo, desde las notas de la revista, se repite en varias ocasiones la presencia del rechazo a la vejez. También vimos cómo ese sentimiento aparece en el nivel de las imágenes. Sin embargo, el lugar donde más claramente se nota la guerra a la edad - propiamente dicha - es en el espacio de las publicidades.

La publicidad es el soporte mediante el cual muchos medios pueden subsistir y generar ganancias. La publicidad busca vender productos y servicios mediante la creación de necesidades en el público al que apunta de consumir aquello que recibe como estímulo. Al formar parte, como veíamos, de una cultura que le da



plena importancia a la imagen, a lo visual, a la mirada, al cuerpo, muchas marcas generan productos y servicios acordes a esa necesidad y las dan a conocer mediante diferentes prácticas de publicidad de los mismos.

En este sentido, el estudio de los autores del libro "Historia de la Vida Privada" es considerado un aporte sobre la publicidad y las revistas femeninas que vale la pena retomar:

*"La publicidad encuentra en las revistas femeninas un soporte interesante. El camino había sido abierto en 1932 por "Votre Beaute", revista que se vio invadida por comerciantes de productos de belleza. **La publicidad de las revistas, apoyada en fotografías en colores que hacen soñar y suscitan la identificación, difunde nuevas formas de consumo y, con ellas, nuevos valores y normas.** La publicidad de lencerías, productos de belleza, turismo estival, **ha desarrollado el culto al cuerpo (...).***

El universo de la vida privada no está solamente en el contacto directo con el conjunto del planeta, sino que también se encuentra penetrado por doquier, por una publicidad que transmite, junto con los mensajes consumícticos, un nuevo modo de vida y quizá una ética"¹⁸.

Como podemos apreciar a partir de este fragmento, la publicidad permite y genera la incorporación de valores y normas diferentes. Algunos datos sobre las publicidades anti-age en Para Ti:

¹⁸ Op. Cit. Página 146.



Del análisis de 24 publicaciones emitidas durante el período de tiempo transcurrido entre el 18/05/2006 y el 18/05/2007 podemos acceder a los siguientes datos:

En 24 publicaciones:

➡ Aparecen 55 publicidades de productos/ servicios pensados para prevenir, evitar, disminuir los signos del paso del tiempo. Algunos casos y ejemplos donde se pone mayor énfasis en la guerra a la edad¹⁹:

02/06/2006- Página 114 – Publicidad de Bodywrap.

Texto: *Laser facial **antienvejecimiento** sin cirugías / Un tratamiento que combate los **efectos del paso del tiempo** / Bodywrap dispone del Laser Facial **Antienvejecimiento** un nuevo avance tecnológico para combatir el envejecimiento sin pasar por una cirugía. Es un procedimiento seguro, totalmente indoloro y no invasivo que no requiere anestesia, no deja marcas, ni enrojece la piel. Su luz láser energiza las capas inferiores de la piel estimulando la síntesis de colágeno y elastina. Así se forman nuevas fibras que toman el lugar de las **envejecidas** y sin energía. Promete tratar la flaccidez facial, borrar arrugas finas y devolverles a tu piel la luminosidad perdida.*

07/07/2006 - Página 131 – Publicidad de Formuly Piel.

Texto: *7 efectos en la noche más joven durante el día. Formuly piel 7 efectos.*

¹⁹ En el anexo se encuentran transcritas todas las publicidades de productos / servicios anti-age de los 24 números de la revista analizados.



Combate **los 7 signos del envejecimiento** todas las noches. **Arrugas y líneas de expresión / Textura no uniforme / Pigmentación desigual / Falta de luminosidad / Poros dilatados / Manchas de edad / Sequedad y tirantez.**

La nueva y revolucionaria crema de noche Formuly Piel – 7 efectos, combate y reduce los 7 signos del envejecimiento facial **que preocupan a las mujeres de todo el mundo**, logrando en todo tipo de rostros una piel casi perfecta y definitivamente joven.

Podemos ver en estos avisos que una de las formas utilizadas para convencer al público de que realice la compra del producto es mediante la universalización del problema: los signos de la edad “preocupan a las mujeres de todo el mundo”. Como podemos observar, la terminología utilizada alude a la guerra, al combate al paso del tiempo.

08/09/2006- Página 19 – Publicidad de DIOR.

Texto: Más bella hoy que a los 20 años.

Capture totale. La nueva **victoria sobre el tiempo** firmada DIOR.

2 tratamientos multi-perfección nacidos en un descubrimiento fundamental del Centro de Innovación Dior: el papel de 20 marcadores cutáneos en el origen de todos los signos de la edad. Estos tratamientos alicantes, redensificantes, unificantes tienen todos los poderes contra el paso del tiempo.



Resultados triunfantes: una eficacia juventud espectacular ratificada por el 86% de las mujeres. Un índice juventud demostrado y confirmado por la técnica de imagen digital PIXEL SKIN exclusiva de Dior.

El vocabulario utilizado nuevamente alude a la guerra, a la lucha, como si fuera algo contra qué luchar el paso del tiempo y sus signos.

10/11/2006 - Página 13 – Publicidad de L'oreal.

Bajada: *10 años deteniendo el tiempo.*

Texto: *La idea fue celebrar 10 años de Revitalift de L'oreal Paris. Y para ello, Mariana Arias, ex modelo – conductora, Teresa Garbesi, ex modelo – RR.PP. y Ginette Reynal, ex modelo – conductora, se reunieron en el Salón Embajador del Alvear Palace Hotel.*

L'Oreal Paris Dermo-Expertisse convocó a estas tres celebridades del mundo de la belleza, moda y la televisión para celebrar los diez años de la marca Revitalift Tratamiento antiarrugas + Firmeza. Todas tienen alrededor de 40 años, son profesionales y son hermosas. Pero hay algo que las hace más especiales y es que las cuatro disfrutan a pleno de su edad. Cuidado de la piel, una vida sana, buena dieta son algunos de sus secretos.

Disfrutar de un buen hábito de vida.

Mariana Arias, embajadora de L'oreal Paris en Argentina fue la anfitriona del encuentro en un té ofrecido en el Hotel Alvear. En el transcurso de la tarde charlaron de sus cuidados personales y de la excelencia de Revitalift. Todas



coincidieron en señalar que el producto de L'oreal Paris es infaltable tanto en sus tocadores como en sus bolsos a la hora de viajar. Explicaron además, que la elección del producto llegó de la mano de su cumpleaños número cuarenta y comentaron su **decisión de enfrentar la vida y el paso del tiempo sin cirugías estéticas**, porque estas pueden modificar la expresión de sus rostros. Si bien es natural que las arrugas vayan apareciendo con el paso de los años, comentaron que es necesario prevenirlas y atenuarlas con tratamientos de última generación y tener el hábito de usarlos diariamente para obtener resultados óptimos.

La experiencia y el consejo de cada celebridad.

Mariana Arias explico a sus amigas que usa diariamente Revitalift Doble Lifting, que le permite mejorar la calidad de su piel y a la vez tensarla y reducir las arrugas. Teresa Garbesi agrego que con el uso diario de Revitalift, durante el día y la noche, logro reducir y corregir las arrugas significativamente y a la vez reafirmar la piel de su rostro. Ginette asintió y confirmó que Revitalift es un excelente aliado para mantenerse bien, sin recurrir a métodos más radicales para combatir las arrugas.

Ellas, Mariana, Teresa y Ginette pasaron una animada tarde donde reafirmaron su amistad y compartieron sus secretos de belleza, salud y bienestar para mantenerse vitales y activas para continuar con éxito su vida personal y profesional.

10/11/2006 - Página 119 – Publicidad de MSK Center.



Bajada: Centro de Medicina Antienvjecimiento, Cirugía Plástica y Medicina Estética.

Texto: *Atrévase a recibir medicina del primer mundo, conozca los novedosos tratamientos para combatir el paso del tiempo. Recupere desde ahora su juventud, permítanos ayudarlo a vivir sano y en plenitud, previniendo múltiples enfermedades como Alzheimer, Parkinson, etc*

Vemos en este caso la relación directa de la vejez con enfermedades que afectan seriamente el desempeño físico y mental de las personas. De esta manera, mediante esta relación, se busca atraer a las mujeres a esos tratamientos.

09/03/2007- Página 49- Publicidad de Radiesse.

Texto: *Radiesse – Belleza natural de larga permanencia. La última respuesta de la ciencia. Para rellenos de arrugas, surcos de la piel, abultamiento de labios y mucho más. La marca del tiempo sólo quedará en el recuerdo. (...) **Durante la juventud, la estructura de colágeno está intacta**, por esto la piel se mantiene elástica e hidratada. **A través del tiempo, esta estructura se va debilitando** progresivamente, y comienza a perder el tono la piel involucrada. Radiesse es el único implante inyectable absolutamente seguro y biocompatible que le brinda una natural belleza de larga duración.*

27/04/2007- Página 23 – Publicidad de Avon.



Texto: *Labios voluminosos y definidos sin agujas.*

Presentamos a New Clinical Plum y Smooth.

Ahora existe alternativa para la inyección de colágeno en los labios. Un lado del aplicador da volumen y devuelve el color natural. Y el otro lado, reduce arrugas y alisa el contorno. En dos semanas labios mucho más voluminosos, jóvenes y con entorno definido.

Esta publicidad transmite la necesidad casi indispensable de acudir a las cirugías para paliar los efectos del paso del tiempo, y propone “alternativas” a ese método como nuevas soluciones.

27/04/2007 - Página 35 – Publicidad de Lancaster.

Texto: ***Combate las arrugas** desde todos los ángulos.*

*Lancaster Mónaco, el experto en **antienvejecimiento** con más de 60 años de innovación en cosmética, presenta su primer programa de corrección de arrugas. Inspirado en una exclusiva tecnología punta de alta precisión **ataca las arrugas** desde los 4 ángulos. Rellena, alisa y regenera arrugas.*

18/05/2007 - Página 284 – Publicidad de MSK Center.

Texto: *Centro de Medicina Antienvejecimiento/Cirugía plástica/ Medicina Estética.*

La mejor medicina implica responsabilidad en prevenir y recuperar la juventud con salud y plenitud.



Medicina antienviejecimiento: Tratamiento para mejorar y controlar el envejecimiento psicofísico.

Una vez más **la vejez vista como enfermedad**, se vende una medicina especializada en esos temas, como si el solo hecho de envejecer fuera lo mismo a estar enfermo. Con respecto a esta forma de ver y tratar a la vejez (igualándola a la enfermedad) Leopoldo Salvarezza advierte sobre posibles consecuencias:

*"Pero más importantes son las consecuencias que esta interpretación dominante de la realidad adquiere cuando las personas así etiquetadas, los viejos en este caso, se identifican con la mirada del otro y la hacen suya. "Sentirse" que son enfermos, dependientes y que sólo pueden ser ayudados por servicios de alta tecnología y altísimo costo lleva a que efectivamente actúen en ese rol, que efectivamente, se conviertan en enfermos y dependientes²⁰." Y agrega que, "en la medida en que se contribuye a mantener el **prejuicio viejo=enfermo** sin cuestionarlo ni romperlo, se posibilitan los beneficios de los inescrupulosos, lo que secundariamente se vuelve en contra de toda la población que envejece". Podemos empezar a pensar, a partir de estas palabras de Leopoldo Salvarezza, que a partir de atacar los signos del paso del tiempo y el envejecimiento, lo que se está atacando en el fondo es a las personas que portan esos signos, a los viejos, sin medir, el precio que ellos pagan por esto.*

²⁰ - Salvarezza, Leopoldo. "La vejez – Una mirada gerontológica actual", Paidós, Buenos Aires, 1998, páginas 178-179.

