

**A subjetivação do “novo idoso” em textos da mídia**

**“New elderly’s” subjectivation in the media texts**

**Pedro NAVARRO\***

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ (UEM/BRASIL)  
CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E  
TECNOLÓGICO (CNPQ)

**Adéli Bortolon BAZZA\***

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ (UEM/BRASIL)

**RESUMO**

A partir de uma série enunciativa composta de textos veiculados na mídia, analisa-se o processo de subjetivação do chamado novo idoso. A articulação das memórias ali presentes aponta a objetivação de um idoso ativo social, financeira e sexualmente. Essa prática discursiva emerge de uma rede de poderes que, de um lado, busca gerir os corpos dessa faixa crescente da população e, de outro, promove uma injunção à adoção de tal padrão pelos sujeitos que são expostos a esses enunciados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Idoso. Mídia. Subjetivação.

\*Sobre os autores ver página 159

**ABSTRACT**

*From an enunciative series composed by texts conveyed in the media, we propose to analyze the process of subjectivation of called the new elderly. The articulation of memories present pointing the objectification of an elderly active socially, financially and sexually. This discursive practice emerges from a network of powers, on the one hand, it seeks to manage the bodies that range from increasing population and, on the other, promotes an injunction the adoption of such a pattern of subjects who are exposed to these statements.*

**KEYWORDS:** *Elderly, Media. Subjectivation.*

**1 Introdução**

Atualmente, é muito comum encontrar textos jornalísticos, econômicos, médicos entre outros, discutindo o chamado envelhecimento da população. A cada divulgação de resultados de pesquisa, como o Censo, são escritas reportagens afirmando que o número de pessoas idosas tem aumentado, no Brasil, em relação ao número de crianças e de jovens.

Alguns acontecimentos estão relacionados a esse evento. Entre eles, destaca-se a redução da taxa de natalidade, consequência da sociedade considerada moderna, na qual as pessoas trabalham muito e têm menos filhos. Além disso, têm importante papel nesse processo os avanços da medicina e da farmacologia, que possibilitaram uma maior longevidade à população.

Esse aumento de contingente deu visibilidade aos idosos e os transformou em objeto de interesse de diversos setores da sociedade, tais como: a publicidade, as leis, o jornalismo, a medicina. No campo da medicina, elenca-se o aumento do número de pesquisas desenvolvendo remédios e tratamentos voltados aos idosos, bem como o desenvolvimento da área de geriatria. O jornalismo tem produzido inúmeras reportagens sobre o que vem sendo chamado de “novo idoso”. No campo jurídico, o Estatuto do Idoso foi tornado lei em 2003; o

governo propôs políticas para a terceira idade com programas, do tipo "Viaja mais, melhor idade" e elaboração de campanhas de valorização do idoso. Essas e outras esferas sociais tomam os idosos como tema de suas práticas discursivas, procurando vender e legislar para eles, descrevê-los e/ou orientá-los.

Os discursos produzidos sobre os indivíduos pertencentes à terceira idade apresentam certa regularidade que dá visibilidade ao trabalho de (re)construção da identidade desses sujeitos, a qual é descrita como nova, se se considerar as formas de designação emergentes na sociedade contemporânea, das quais a fórmula “melhor idade” é emblemática. Essa “nova” identidade é produzida a partir da mobilização de memórias advindas de diversas formações discursivas e tem a mídia como uma superfície de emergência que faz circular discursos que operam uma espécie de classificação desse sujeito.

Os produtos midiáticos costumam, pelo próprio funcionamento da mídia, atingir milhões de pessoas diariamente. Isso pode se dar tanto pela audiência inicial quanto pela reprodução desses enunciados na mesma mídia ou sua replicação em outras. Dado o alcance que os produtos midiáticos têm junto ao público, recorta-se um conjunto de enunciados oriundos desta esfera para investigar as formas de objetivação e subjetivação do idoso ali materializadas. Nesse percurso, propõe-se (1) descrever a articulação de memórias que compõem a objetivação de uma identidade de idoso, representada nas peças em análise; (2) analisar as práticas discursivas que contribuem para a subjetivação do novo idoso; e (3) compreender os dispositivos associados a esse processo de objetivação/subjetivação do idoso.

A série enunciativa selecionada para o alcance desses objetivos é composta pelos seguintes enunciados: o comercial do SuperCap Bamerindus, veiculado nos anos 90; o comercial do produto fixador de dentaduras Corega, veiculado em 2011 e 2012; o vídeo de lançamento da campanha institucional "Viaja mais, melhor idade"; uma imagem que circulou pelo Facebook, cujo tema é a adaptação necessária à vida

e que tem uma idosa como imagem representativa; o pôster “Safe sex for seniors”, parte da campanha feita nos Estados Unidos para que os idosos usem camisinha.

## **2 As (ident)idades do idoso entre saber, poder e resistência**

A afirmação da existência de um “novo idoso” possibilita questionamentos sobre a coincidência ou não dessa identidade com a vida dos indivíduos. Apesar de dificilmente localizável, a informação requerida toca uma questão muito debatida por Foucault: a da verdade desse discurso. Entretanto, pensar com esse autor implica um redirecionamento dessa pergunta. Tal como ele se questiona sobre o que é feito do homem hoje, caberia perguntar, em um processo metonímico, o que é feito do idoso hoje e o que está em jogo para que ele seja/esteja assim?

Ao apresentar seu método de análise, Foucault (2007, p. 29) afirma que “não é preciso remeter o discurso à longínqua presença da origem; é preciso tratá-lo no jogo de sua instância”. Rompe-se, assim, com a tradição de estudo linear, ao propor uma mudança no modo de se pensar o homem e a sociedade. Nesse sentido, na contramão de uma história global, morada do sujeito visto como centro dos processos históricos, o olhar sobre o idoso em textos midiáticos contemporâneos assenta-se sobre a perspectiva da mudança e do acontecimento, na tentativa de “fazer aparecer diferentes estratos de acontecimentos, dos quais uns são visíveis, imediatamente conhecidos até pelos contemporâneos e, em seguida, debaixo desses acontecimentos que são de qualquer forma a espuma da história” (FOUCAULT, 2005, p. 291).

Opera-se uma inversão do pensamento causalístico adotado por muitos pesquisadores. No método arqueológico, renunciam-se às noções de cronologia, continuidade, sujeito fundante, documento como verdade e unidade em prol de noções como diferentes temporalidades, descontinuidade, descentramento do sujeito e documento como algo sujeito a interpretação.

Enquanto na visão linear procurava-se por aquilo que se manteve inalterado ao longo do tempo, na visão descontínua, a proposta é

fazer os estratos de acontecimento multiplicarem-se a fim de que as rupturas na história sejam observadas como forma de compreensão das transformações da sociedade.

O trabalho do pesquisador consiste, portanto, em compor séries de enunciados captados em diversas cronologias e, em meio a essa dispersão de acontecimentos, buscar regularidades, ao mesmo tempo em que trabalha as rupturas da história. Inscreve-se, assim, o gesto de interpretação aqui delineado, ao se entender que a emergência de enunciados sobre o idoso configura a ruptura de uma prática que, por muito tempo, não o teve como seu foco de interesse. A partir da série enunciativa construída, objetiva-se compreender quais práticas discursivas possibilitam que o idoso seja representado assim e não de outra forma hoje, diferentemente de como foi em outros momentos.

Uma análise discursiva pautada na constituição de séries enunciativas requer que se considere a descrição do enunciado e de sua função no interior dos discursos. De acordo com Foucault (2007, p. 32), “um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua e nem o sentido podem esgotar inteiramente”. Isso ocorre porque ele não é uma unidade em si mesmo, mas um cruzamento entre um domínio de estruturas e um jogo de memória, produzindo um efeito de atualidade. Em última instância, a análise de um enunciado permite compreender as regras de formação de sua emergência.

Os vídeos, as imagens e demais textos que foram recortados nessa série enunciativa sobre o idoso configuram, portanto, enunciados a serem analisados. Isso se deve ao fato de que, no momento em que circulam e são tomados como indicativos do que se está fazendo do idoso hoje, representam uma memória, mas estão relacionados a outros enunciados para comporem o seu sentido, assumindo uma posição nessa série.

Relacionados no interior de uma série, a descrição dos modos de relação entre enunciados indica, entre outras coisas, os princípios das práticas discursivas que caracterizam um determinado discurso. Sobre a

coexistência dos enunciados, Foucault (2007) afirma que o enunciado só existe dentro de um *campo associativo* com outros enunciados, composto de elementos como: a) outras formulações onde o enunciado se inscreve; b) conjunto das formulações a que o enunciado se refere; c) conjunto das formulações que podem vir como consequência do enunciado; d) conjunto das formulações cujo *status* é compartilhado. Essa série de formulações com as quais o enunciado coexiste atesta sua historicidade, o que permite descrever o trabalho realizado pela memória na sua constituição.

Objeto de interesse de diversos campos teóricos, o conceito de memória é bastante produtivo para as análises discursivas desenvolvidas a partir do pensamento de Michel Pechêux, por isso, retomam-se algumas reflexões desse autor em seu texto “O papel da memória” (1999). Segundo Pêcheux, a regularização da memória se marca a partir de um jogo de remissões, de retomadas e de efeitos de paráfrase. Entretanto a transformação de um acontecimento em memória não é tão óbvia, pois há um jogo de forças entre o acontecimento, que é novo, e a sua estabilização sob a forma de memória.

O autor (1999, p. 52) considera que a “memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem reestabelecer os “implícitos”. Contudo, o acontecimento de sua volta em um enunciado não é uma retomada direta ou a rememoração de seu sentido, mas uma construção de um novo sentido com alguma característica em comum, por isso, a ativação de uma memória funciona como um espaço de desdobramentos e polêmicas. Na análise dos enunciados, a investigação das memórias ali presentes e suas relações de sentido podem contribuir na observação do funcionamento das práticas discursivas materializadas na série enunciativa observada.

Na perspectiva foucaultiana, o discurso é considerado prática que forma os objetos de que fala. A especificidade desse objeto será definida por um conjunto de regras que orientam a formação desse discurso,

são elas as práticas discursivas. A observação das práticas discursivas é, portanto, uma forma de observar a constituição das verdades que circulam na sociedade e de descrever o saber de uma época. Isso interessa na medida em que desvela as relações de poder que orientam a formação dos enunciados.

Em uma análise discursiva, o poder é um dos elementos centrais, pois se torna capaz de explicar a produção dos saberes, por isso a investigação do saber deve remeter às condições de poder que lhe constituem. Diferentemente de uma tradição intelectual que compreendia o poder como algo que se detém, para Foucault (1997) o poder se exerce; não é atributo de um grupo específico. Ele se manifesta nas diversas relações estabelecidas pelas pessoas no seu dia a dia, e se constitui em micropoderes, que funcionam como uma rede de dispositivos a que nada e a ninguém escapa.

A capacidade que o poder tem de apreender a todos no jogo de relações estabelecidas não impede manifestações de resistência, o que acaba por estabelecer um jogo de forças que se materializa nos enunciados e lhes individualiza. De acordo com o autor (1999a, p. 10), “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo pelo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”. Enraizado nas relações sociais, o poder e a resistência a ele classificam os indivíduos atribuindo-lhes uma identidade.

Na introdução da obra “Microfísica do poder”, Machado (1999, p. XVI) aponta elementos para a compreensão de poder em Foucault e afirma que é preciso se desvencilhar da visão de poder apenas como repressor, pois ele “possui uma eficácia produtiva, uma riqueza estratégica, uma positividade. E é justamente esse aspecto que explica o fato de que tem como alvo o corpo humano, não para supliciá-lo, mutilá-lo, mas para aprimorá-lo, adestrá-lo”. Em vez de aplicar uma ação agressiva ou repressiva sobre os corpos, o poder disciplina, produzindo corpos e identidades dóceis.

Foucault (1999a, p. 36) afirma que a “disciplina é um princípio de controle da produção de discurso. Ela lhe fixa os limites pelo jogo de uma identidade que tem a forma de uma reatualização permanente das regras”. A disciplinarização se torna possível por meio de dispositivos específicos que dão visibilidade aos objetos e invisibilizam o poder que os constrói.

Um dos mecanismos que possibilita esse funcionamento é o que Foucault chamou de vontade de verdade. Para ele (1999a, p. 18), a verdade muda ao longo do tempo, porém “essa vontade de verdade assim apoiada sobre um suporte e uma distribuição institucional tende a exercer sobre os outros discursos – estou sempre falando de nossa sociedade – uma espécie de pressão e como que um poder de coerção”. Como estar no verdadeiro implica obedecer a regras de uma política discursiva, os sujeitos entram nesse jogo de coerções, e se inscrevem em determinada ordem discursiva.

Para Foucault, (1999a), alguns dos procedimentos que sustentam o funcionamento do poder seriam: a vontade de verdade, a interdição e a separação-rejeição. O princípio da separação como um mecanismo de poder participa do processo de objetivação de identidades, tendo em vista que a produção de identidade realiza-se paralelamente à de diferença, baseado em procedimentos como: incluir/excluir, demarcar fronteiras e classificar. Para descrever o novo idoso, opera-se um trabalho discursivo de seleção dos elementos que farão parte desse discurso; nesse processo de incluir determinadas práticas e excluir outras, vai se “fabricando” uma identidade para esse sujeito. Apresentada como a verdadeira, propicia que os sujeitos sintam a necessidade de se identificarem com tal ou qual discurso.

A produção e a circulação de identidades podem funcionar como um dispositivo que realiza outro tipo de poder, o chamado biopoder (FOUCAULT, 1999b). Diferentemente do poder disciplinador, o biopoder surge do ponto de encontro dos indivíduos, na sua condição de massa, com o poder. Ele deriva da necessidade de se governar a vida



da população. Entre os processos marcados pelo biopoder estão as taxas de natalidade, de mortalidade, de longevidade etc. Processos sobre os quais opera uma extensa produção de saber oriundos de campos como a Medicina, a Estatística e a Biologia. Por trabalhar em prol de uma otimização da vida, o biopoder ativa, de um lado, uma espécie de polícia social que visa cuidar dos indivíduos e, de outro, mecanismos de amparo como a poupança e a seguridade social.

As verdades de cada época são construídas a partir de um funcionamento discursivo que se desdobra tanto em uma ordem discursiva que determina o que, o como e quem é legitimado para falar sobre os idosos quanto em uma analítica do poder que visa governar a vida desses sujeitos.

### **3 As (ident)idades do idoso em discursos midiáticos**

Para pensar com Foucault a respeito do sujeito idoso, retoma-se sua pergunta inicial para interrogar quem é o idoso hoje? O que está sendo feito dele? O que está em jogo para que ele seja/esteja assim? Tais questionamentos são feitos com base em uma série enunciativa composta de cinco textos que circularam na mídia e tinham o idoso como centro da discussão ou como seu personagem principal, a saber: o comercial do SuperCap Bamerindus, veiculado nos anos 90; o comercial do produto fixador de dentaduras Corega, veiculado em 2011 e 2012; o vídeo de lançamento da campanha institucional “Viaja mais melhor idade; uma imagem que circulou pelo Facebook, cujo tema é a adaptação necessária à vida e que tem uma idosa como imagem representativa; o pôster “Safe sex for seniors”, parte da campanha feita nos Estados Unidos para que os idosos usem camisinha.



A propaganda do SuperCap Bamerindus circulou em mídia televisiva na década de 90 e atualmente está disponível no site youtube ([http://www.youtube.com/watch?v=naCFDS6\\_ZGU](http://www.youtube.com/watch?v=naCFDS6_ZGU)). Nela, o produto vendido é um tipo de empréstimo. Apesar de não ser direcionado especificamente ao público idoso, é um casal de idosos que figura como personagem do vídeo. Nele a mulher chega carregando um pacote e dizendo ao marido que, finalmente, conseguiram juntar o dinheiro para

comprar a vitrola que tanto queriam desde o casamento. Ele apenas responde “Hein”, apresentando sinais de problemas de audição.

O vídeo da propaganda Corega circulou na televisão no final de 2011 e está disponível na internet desde então (<http://www.youtube.com/watch?v=xXr7--3nfUY>). Nele, vende-se um produto fixador de dentaduras, artigo que, devido às práticas antigas de extração de dentes em oposição às atuais de implante, pressupõe-se ser voltado, predominantemente, para o público idoso. Nele, uma mulher sentada em um sofá fala sobre o uso de dentadura, ressalta que nada na sua vida mudou e que faz seus programas normalmente. Na sequência, aparecem imagens dela andando por um shopping com mais duas amigas, todas carregando várias sacolas de compras e, ao final, sentadas (aparentemente em mesas de restaurante) paquerando homens maduros da mesa ao lado.

O vídeo “Viaja mais, melhor idade” circulou na mídia televisiva em 2009 e está disponível *on line* ([http://www.youtube.com/watch?v=GDYaE00CS\\_Y](http://www.youtube.com/watch?v=GDYaE00CS_Y)). Ele começa com uma família (pai, mãe e filhos) fazendo um bolo. Diante do resultado ruim, uma das crianças afirma que terão de esperar a vovó voltar. Nesse momento, começam a aparecer cenas de idosos visitando lugares turísticos, enquanto uma *voz em off* anuncia o lançamento de programa que prevê pacotes promocionais e créditos consignados para os idosos viajarem.

A imagem que tem como lema “viver é adaptar-se” circulou no site de relacionamentos Facebook. Apresenta uma idosa, de roupas tradicionais e cabelo preso em coque, sentada ao sofá, brincando com um vídeo-game cujo jogo consiste em produzir peças de tricô. Um pouco acima da imagem está a frase: “viver é adaptar-se”. O folder “Safe of seniors” apresenta vários casais de idosos simulando posições sexuais do livro Kama Sutra. Isso faz parte de uma campanha desenvolvida nos Estados Unidos para estimular o uso de preservativos entre os idosos, tendo em vista que o número de contaminados pela AIDS nesse grupo vem aumentando (disponível no site <http://safersex4seniors.org/>).

A observação da primeira propaganda permite identificar alguns traços que compuseram o ideal do que é ser idoso, por um bom tempo:

tem-se ali um casal, ambos têm cabelos brancos e utilizam roupas bastante tradicionais (calça, camisa e gravata/ saia e camisa), além de usarem óculos. Estão restritos ao ambiente do lar: ele está sentado no sofá e ela volta da rua com o objeto para logo juntar-se a ele. Em dado momento, a senhora diz que comprou a vitrola com o dinheiro que eles estavam juntando desde o casamento, o que remete à memória dos idosos como pessoas econômicas. Aparentemente, eles moram sozinhos, pois não aparece qualquer outra pessoa na casa. Além disso, a pergunta “Hein?” indica que o senhor não escuta bem, trazendo para a constituição dessa representação de idoso a convivência com inúmeros problemas de saúde.

Analisada a relação estabelecida na série, percebe-se que os demais enunciados retomam memórias que estão materializadas nesse primeiro enunciado, entretanto essas memórias retornam deslocadas, o que faz com que a representação de idoso mais recente configure uma ruptura com a primeira. A imagem da velhinha fazendo tricô no vídeo game, por exemplo, atualiza a memória dos trabalhos manuais desenvolvidos pelas mulheres, porém a identidade dessa senhora está atravessada pelas práticas discursivas do campo das novas tecnologias, as quais desestabilizam a memória discursiva tradicional sobre esse tipo de trabalho manual, ao mesmo tempo em que atualizam outra memória, que se assenta sobre a ideia de bordar/tricotar como diversão tecnológica. Apesar de os cabelos brancos, o coque tradicional e o trabalho manual comporem essa subjetividade, ela está deslocada pelo domínio da tecnologia. A presença dos cabelos brancos ocorre apenas na propaganda Supercap e na “viver é adaptar-se”, nos demais enunciados, os idosos apresentam cabelos coloridos, o que contribui para aparentar mais jovialidade.

Em relação ao pôster, o deslocamento incide sobre a memória da velhice como o tempo em que a vida sexual é nula, esteja em um casamento ou na viuvez. A identidade de idoso, ali representada, alerta para a necessidade do uso da camisinha, o que implica afirmar indiretamente que o idoso tem vida sexual ativa, tanto que está entre o grupo em que a contaminação pela AIDS aumentou. Esse deslocamento da memória do sujeito assexuado para alguém que pratica a sexualidade

se materializa nas imagens bastante inusitadas dos idosos simulando posições do Kama Sutra.

O vídeo “Viaja mais, melhor idade” trabalha com a representação de idoso constituída a partir da memória da idosa que, supostamente viúva, mora com a família e desempenha papéis domésticos como o de cozinhar, o que remeteria à imagem tradicional de idosos. Entretanto, isso se desestabiliza pelo fato de tal senhora utilizar o programa do governo, passar a fazer viagens e, com essa nova prática social, deixar a família sem sua ajuda na cozinha, por exemplo. Em relação ao casal de idosos da propaganda do SuperCap, ocorre um corte no local em que esses sujeitos são convidados a transitar: enquanto os primeiros estavam restritos ao lar, a idosa de agora vai para o espaço público em suas viagens e rompe com a condição de matriarca cuidadora.

No vídeo do produto fixador de dentaduras, opera-se uma recuperação do tema problemas de saúde, memória constitutiva da representação de idoso também no vídeo do Supercap. Enquanto lá o problema era a suposta surdez, aqui se trata da falta de dentes. Entretanto, essa memória é reelaborada: de algo simplesmente aceito, a doença torna-se algo que precisa ser tratado, medicado a ponto de ser minimizado. Na análise do conjunto, observa-se que os personagens dessa peça estão sadios para poderem passear, divertirem-se e namorar, daí a necessidade de prevenir, minimizar ou curar os problemas.

O ambiente em que o idoso é representado também é diferente, enquanto na Supercap o casal está restrito ao ambiente do lar, na propaganda Corega, a mulher aparece inicialmente em um lugar que se assemelha à sala de uma casa para, em seguida, passear por um shopping com as amigas. Isso demonstra que, nessa nova representação de idoso, ele circula por variados lugares. A memória do lar continua significando, mas ela é deslocada pela ampliação do leque de ambientes que esse sujeito frequenta.

A convivência social também é um ponto de deslocamento de memória. Restrito ao lar, o casal convive entre si e com alguns familiares e amigos que os visitam. A representação desse sujeito em ambientes externos permite a eles a ampliação do círculo social para um grupo maior

de amigos, desconhecidos que comprem o mesmo pacote de viagem e outras pessoas sozinhas que queiram paquerar.

Os objetos de consumo são um ponto recorrente, porém eles também se modificam se compararmos os textos mais recentes ao mais antigo. Na propaganda Supercap, o objeto de desejo era um eletrodoméstico para a casa; nos enunciados mais recentes, o objeto de consumo pode ser uma viagem ou inúmeros artigos menores (subentendidos pelas várias sacolas que as senhoras carregam pelo shopping- Corega). A cena rompe com o imaginário de que os idosos não têm aspirações de consumo ou que consomem apenas remédios.

Um último e significativo deslocamento é o observado no campo da sexualidade: em oposição a uma vida dentro do vínculo do matrimônio, que aparece na propaganda do SuperCap; nas peças mais recentes, são representados idosos sozinhos em busca de paquera (Corega) ou aqueles que, já tendo o parceiro, vivem uma sexualidade aflorada (Sex for Seniors), o que demonstra uma ruptura no “dispositivo da aliança” (FOUCAULT, 2004) como fator organizador de sentidos para a experiência de vida dos idosos.

O contraste entre os enunciados dessa série focalizando o jogo de memórias nela presente parte das reflexões de Foucault (1999, p. 260), que a firma que “o novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta”. O retorno de determinados temas e o deslocamento sofrido por algumas memórias seriam o indício do trabalho das práticas discursivas na construção de identidades para o sujeito aqui analisado. Isso ocorre porque o agenciamento de determinadas memórias no lugar de outras é determinado por uma ordem discursiva. Ordem regida por práticas que possibilitam que determinadas afirmações sejam aceitas como verdade em um determinado momento, por um determinado grupo e sustentadas por conhecimentos específicos. O ajuste a essa ordem ocorre por meio de dispositivos que sustentam relações de poder.

O trabalho sobre essas memórias aponta algumas práticas de subjetivação do idoso atualmente, entre elas estariam a injunção à saúde e ao cuidar-se; a injunção ao convívio em grupos, em oposição à solidão e ao convívio apenas com a família; a injunção à jovialidade em oposição à

imagem frágil e de cabelos brancos; a injunção ao consumo de produtos ou de lazer em oposição ao poupar; e, por último, a injunção à vivência da sexualidade em vez de sua neutralização.

A observação das práticas de constituição da identidade de “novo idoso” favorece a reflexão sobre o que pode ter dado visibilidade a esse sujeito. Em “A vida dos homens infames”, Foucault analisa as *letters de cachet*, cartas pelas quais cidadãos escreviam ao rei solicitando a prisão de alguém que lhes causava incômodo. Normalmente, as pessoas denunciadas viviam suas vidas cotidianas na invisibilidade. O que teria dado visibilidade a esses sujeitos anônimos e esquecidos pela história global? O autor responde: “o que as arranca da noite em que elas teriam podido, e talvez devido permanecer, é o encontro com o poder” (FOUCAULT, 2003, p. 207).

Sobre os idosos, o poder com o qual esses sujeitos se deparam e que lhes objetiva é o chamado biopoder. Se o biopoder deriva da necessidade do governo de gerir a vida das populações, os idosos se tornam objeto de interesse desse poder, na medida em que seu número começa a aumentar e se torna iminente a necessidade de tornar esses sujeitos produtivos, portanto longevos e saudáveis. Dele derivam as práticas que investem sobre o idoso, tornando-o objeto de saber que o subjetiva na medida em que instaura como verdadeira uma nova identidade e convoca os sujeitos a produzir, se cuidar, consumir, inovar, conviver e desejar.

#### 4 Considerações finais

A proposta de análise a partir de pressuposto de Michel Foucault volta-se, como apresentado, para a descrição dos enunciados, com o objetivo de definir as condições nas quais estes se realizaram. Como o sujeito não corresponde a uma individualidade no mundo, as suas enunciações manifestam a presença do exterior na subjetividade. Esse mesmo exterior constitutivo atravessa o idoso, como sujeito no mundo e como referencial das práticas discursivas aqui analisadas, um referencial construído discursivamente a partir de saberes que subjetivam esse objeto

de discurso. Dito de outro modo, na série enunciativa manifesta-se tanto um saber quanto formas de agir e de se comportar como alguém da terceira idade na contemporaneidade.

Tais saberes se projetam sobre modos de existência que podem garantir um viver melhor ou, dizendo de outra forma, melhor qualidade de vida. A produção e a circulação desses discursos funcionam como um dos dispositivos de ratificação e de legitimação das especialidades técnico-científicas, bem como um dispositivo de subjetivação dos sujeitos.

## REFERÊNCIAS

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 7. Ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

FOUCAULT, M. **A Ordem do discurso**. 5. Ed., São Paulo: Edições Loyola, 1999a.

FOUCAULT, M. A vida dos homens infames. In: \_\_\_\_\_. **Estratégia poder-saber. Ditos e Escritos IV**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

FOUCAULT, M. **Ditos e Escritos II**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade I**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade**: curso no Collège de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes, 1999b.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: Vozes, 1997.

MACHADO, R. Por uma genealogia do poder. In: FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. 1. Ed. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

PÊCHEUX, M. Papel da Memória. In: ACHARD, P. **Papel da Memória**. Campinas, SP: Pontes, 1999.



## **BIBLIOGRAFIA CONSULTADA**

ARAÚJO, I. L. **Foucault e a crítica do sujeito**. 2. Ed. Curitiba: Ed. da UFPR, 2008.

GREGOLIN, M. R. V. Discurso, História e a Produção de Identidades na Mídia. In: FONSECA-SILVA, M. C.; POSSENTI, S. **Mídia e Rede de Memória**. Vitória da Conquista, BA: Edições UESB, 2007.

GREGOLIN, M. R. V. O enunciado e o arquivo: Foucault (entre)vistas. In: SARGENTINI, V.; NAVARRO-BARBOSA, P. (Org.) **Foucault e os domínios da linguagem: discurso, poder, subjetividade**. São Carlos: Claraluz, 2004.

VEYNE, P. **Foucault: seu pensamento, sua pessoa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

*Recebido em novembro de 2012.*

*Aprovado em dezembro de 2012.*

## **SOBRE OS AUTORES**

**PEDRO NAVARRO** é Doutor em Linguística e Língua Portuguesa pela UNESP, campus de Araraquara. De 2010 e 2011 realizou estágio de pós-doutoramento no Instituto de Estudos da Linguagem, da Universidade Estadual de Campinas. É professor do Programa de Pós-Graduação em Letras e de cursos da graduação da Universidade Estadual de Maringá, da UEM. É líder de GEF - Grupo de Estudos Foucaultianos da UEM. Tem experiência na área de Linguística, com ênfase em Análise do Discurso, atuando principalmente nos seguintes temas: discurso, sentido, mídia e identidade.

E-mail: navarro.pl@gmail.com

**ADÉLLI BORTOLON BAZZA** é doutoranda e mestre em Letras pela Universidade Estadual de Maringá. É membro do Grupo de Estudo Foucaulteanos GEF-UEM. Tem experiência na área de Linguística, com ênfase em Análise do Discurso, atuando principalmente nos seguintes temas: discurso, mídia e identidade.

E-mail: adellibazza@hotmail.com