

A PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADES E “CERTOS MODOS” DE ENVELHECER

Uma breve reflexão a partir do documentário *Envelhescência*

Juliana de Matos Acquarone e Luciana da Silva Corrêa¹

Resumo

Este artigo propõe uma reflexão sobre a produção de subjetividades e do ideal de envelhecimento ativo na intersecção das narrativas de especialistas, idosos e dos meios de comunicação, na qual, segundo Debert (1997), se colocam em prática certos modos de gestão da velhice. Tomando como objeto empírico o documentário *Envelhescência*, longa-metragem nacional de 2015, e apoiando-se na fundamentação conceitual de Rose, Guatarri, Pelbart e Hardt e Negri sobre biopolítica e produção de subjetividades, este trabalho busca problematizar como os modos de gestão presentes na mídia convertem-se em lógicas de inclusão e exclusão social na velhice.

Palavras-chave: subjetividades, envelhecimento, biopolítica, comunicação e consumo

Introdução

O acelerado envelhecimento da população brasileira inaugura uma profunda transformação na estrutura demográfica do país, até então fortemente identificado como um

¹ Mestrandas no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Consumo – PPGCOM – ESPM/SP.
juliana.acquarone@gmail.com; lucianascorrea71@gmail.com

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

país jovem. Em 2014, segundo o IBGE, 13,7% dos brasileiros tinha 60 anos ou mais², proporção que, até 2060, deve chegar a 33,7%, levando o Brasil a aproximar-se dos países com maior concentração de idosos na população. Os impactos de tamanha mudança na estrutura demográfica refletem-se nos mais diversos aspectos da sociedade – economia, estrutura familiar, relações de trabalho, políticas públicas – o que confere ao fenômeno do envelhecimento expressão e legitimidade e o colocam em posição central no campo das preocupações sociais (DEBERT, 2012).

Entre as diferentes facetas deste fenômeno, destaca-se a formação de um novo mercado de consumo e a consequente atenção dedicada a este grupo pelos meios de comunicação, numa estreita articulação entre a comunicação e o consumo que, segundo Castro (2015), caracteriza a experiência contemporânea. No Brasil e no mundo, proliferam as mais diversas produções midiáticas direcionadas ao público mais velho. De veículos inteiramente dedicados a esse público, como canais online e revistas impressas, a programas específicos nas grades de veículos de comunicação de massa, emergem produções em formatos distintos que propagam imagens do envelhecimento e promovem certos modos de ser e viver esta fase da vida. Como afirmam Feathersonte e Wernick (1995), no desenvolvimento da cultura de consumo, a criação de novos mercados se dá, entre outros fatores, pela produção de imagens e aconselhamento de certos estilos de vida atrelados a determinadas práticas de consumo.

Alguns exemplos em evidência na mídia de grande alcance brasileira são o programa semanal 50+ da rádio CBN – em que renomados convidados debatem com os

² No Brasil, a partir dos 60 anos os cidadãos passam a gozar dos direitos assegurados aos idosos pelo Estatuto do Idoso.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

apresentadores práticas relacionadas a formas de “viver bem depois os 50”³ – e a série de programas intitulada *Muitos Anos de Vida*, exibida pelo canal GNT, constituída de cinco episódios em formato documental, que propõe-se a responder a partir da experiência de seus protagonistas à pergunta “como atravessar as idades e aprender a envelhecer?”⁴. Tanto a rádio CBN quanto o canal de TV por assinatura GNT pertencem ao maior grupo de comunicação do país, o Grupo Globo, e ocupam posições de destaque em audiência em seus segmentos de atuação⁵.

Diante da crescente presença da figura do idoso nos discursos públicos, interessa refletir sobre quais são as retóricas presentes em tais discursos, suas articulações com lógicas de consumo e a produção de subjetividades, considerando que “os meios de comunicação participam da constituição das subjetividades ao expressar em suas produções o conjunto de valores, saberes e práticas sociais que funcionam como modelos de identidades culturais.” (CASTRO, 2016, p. 88).

³ Extraído da página do programa na internet – disponível em <<http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/mara-luquet/2015/03/09/50-MAIS-CBN-DISCUTE-PREPARACAO-PARA-VIVER-BEM-DEPOIS-DOS-50.htm>> - acesso em 10/05/2016

⁴ Extraído da página do programa na internet. Disponível em < <http://gnt.globo.com/programas/muitos-anos-de-vida/sobre.html>> - acesso em 10/05/2016.

⁵ A rádio CBN conta atinge, em média, 157 mil ouvintes por minuto. Disponível em < <http://anuncie.globo.com/sgr/radios/cbn.html>>; o GNT é o canal mais lembrado entre os canais de entretenimento feminino desde 2010, Segundo pesquisa *Top of Mind* Datafolha 2014. Disponível em <http://globosatcomercial.globo.com/quem_somos> - acessos em 10/05/2016.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Ao protagonizarem produções midiáticas de grande alcance, as questões relacionadas ao processo de envelhecimento “[autorizam] a colocação em prática de certos modos de gestão” (DEBERT,1997). Surge assim um conjunto de programas e práticas voltadas à terceira idade que, para a autora, articulam-se entre o discurso da gerontologia, a mídia e o próprio público a quem esses programas se destinam.

Tomando como objeto empírico o documentário *Envelhescência*, longa-metragem de produção nacional lançado em 2015, e apoiando-se na fundamentação conceitual de Rose, Guatarri, Pelbart e Hardt e Negri sobre biopolítica e produção de subjetividades, este trabalho busca refletir sobre como os modos de gestão presentes nos meios de comunicação convertem-se em instrumentos de gestão da velhice e de inclusão e exclusão social nesta fase da vida.

A produção de sentidos e de certos modos de envelhecer

Inexorável à condição humana, o processo de envelhecimento humano pode, a princípio, ser entendido como um processo cronológico, marcado pela passagem do tempo, e biológico, marcado pelas transformações que essa passagem produz no corpo físico. No contexto sociocultural, porém, é possível observar que o envelhecimento engloba aspectos subjetivos e complexos, impactando as formas de socialização e produção de identidades.

Como parte de esquemas simbólicos e de representações sociais, a velhice está envolta em “mitos e crenças enaltecedoras ou estigmatizantes [...], que podem ser consideradas estratégias para manutenção de privilégios de poder.” (NUNES, 2011, p. 11). O senso comum costuma reputar aos orientais – entre os quais se destacam os japoneses e os chineses –, uma abordagem mais compassiva e inclusiva dos idosos, endereçando a eles

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

um olhar de aceitação e de certa admiração, respeitando sua contribuição de vida e exaltando suas experiências como base sólida de conhecimento a ser integrado na vida em comunidade. Por outro lado, este mesmo senso comum, entende que os ocidentais – europeus e norte-americanos em sua maioria – valorizam a juventude produtiva, que acelera a economia, sociedade e mercados, inova e pavimenta o futuro. Tais diferenças nos sentidos atribuídos a esta etapa da vida reforçam que, para além de uma idade cronológica e de um processo biológico, a velhice é fruto de uma construção social, e os conceitos de velho e velhice tem se modificado ao longo da história.

Debert (2012) nos ensina que diferentes faixas etárias apresentam diferentes formas de sociabilidade em sociedades distintas. Apesar de estar presente em todas as sociedades, o processo de periodização da vida, ou seja, da marcação da experiência humana em etapas distintas, assume contornos culturais e representações simbólicas que se alteram segundo as transformações históricas. Na experiência contemporânea, segundo a autora, o curso da vida deixa de ser periodizado pelas idades cronológicas e assume contornos muito mais flexíveis, à medida que diferentes gerações compartilham experiências similares, e coetários podem assumir papéis sociais totalmente distintos. Castro (2015) corrobora essa ideia ao lembrar que, nos arranjos familiares atuais, a passagem entre gerações não depende de uma evolução cronológica linear: o avô vira pai novamente e diferentes configurações de família passam a coexistir, enriquecendo o universo simbólico e as experiências que permeiam a atribuição de sentidos para o envelhecimento.

Base fundamental da experiência humana, a produção de sentido por meio da linguagem e de narrativas devolve à sociedade o que transita em seu seio, colocando em perspectiva os relacionamentos que nela se desenvolvem. Assim, a assunção de novas expressões para designar a velhice também age sobre o campo simbólico, considerando

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

assim o idoso como um ator social, com peso de protagonista perante sua própria vida, com capacidade e autonomia reforçada. Sobre este ponto Justo, Rozendo e Correa refletem

Aquela imagem do idoso trancafiado em um asilo ou recluso nos espaços domésticos, às vezes sendo escondido até pelos familiares, está cedendo lugar a outras imagens, nas quais os idosos aparecem nas ruas, no comércio, nos clubes, salões de dança, em caminhadas, academias de ginástica, excursões, viagens de turismo, nas universidades abertas à Terceira Idade e em tantos outros lugares. (JUSTO, ROZENDO, CORREA, 2010, p. 45).

Na visão de Castro (2015), tal “ressignificação dos modos de vivenciar e representar a velhice” contrapõe estereótipos negativos comumente associados a essa fase da vida.

É nesse contexto que termos como “meia-idade”, “terceira idade” e “aposentadoria ativa” passam a incorporar um conjunto de significações que propõe um novo modelo de vida ativa e gratificante.

Trata-se, agora, de celebrar a velhice como um momento privilegiado para o lazer e para as atividades livres dos constrangimentos da vida profissional e familiar [...], em que o prolongamento da vida nas sociedades contemporâneas ofereceria aos mais velhos a oportunidade de dispor de saúde, independência financeira e outros meios apropriados para tornar reais as expectativas de realização e satisfação pessoal próprias a essa etapa. A velhice, assim, perde a conotação negativa de perda de status social e ganha o caráter positivo de etapa privilegiada[...] (DEBERT, 2011).

Paradoxalmente, a visibilidade alcançada pelas questões relativas ao envelhecimento, antes restritas à esfera privada das famílias e instituições filantrópicas, que ora as transformou em questão política e com peso social, acaba por converter-se em lógicas de exclusão, num processo que DEBERT (2012) denomina “reprivatização da velhice”. À medida que o discurso público em torno dos modos de gestão da velhice assume que “a eterna juventude é um bem que pode ser por todos conquistado” (*ibidem*,

p.33), afasta das preocupações sociais a complexidade e pluralidade envolvidas no processo de envelhecimento, as possíveis perdas a ele relacionadas, e os problemas relativos ao envelhecimento tardio, devolvendo a gestão desta etapa da vida a uma esfera de responsabilidade individual. Para a autora,

A dissolução desses problemas nas representações gratificantes da terceira idade é um elemento ativo na representação do envelhecimento, na medida em que a visibilidade conquistada pelas experiências inovadoras e bem-sucedidas fecha o espaço para as situações de abandono e dependência. Estas situações passam, então, a ser vistas como consequência da falta de envolvimento em atividades motivadoras ou da adoção de formas de consumo e estilos de vida inadequados. (*ibidem*, p. 15)

Retomamos aqui a intersecção entre os três agentes que, segundo Debert (1997), autorizam a prática de certos modos de gestão da velhice – a população da chamada terceira idade, o conjunto dos meios de comunicação e o endosso dos especialistas. Assumimos que nesta intersecção se encontra uma articulação de forças que produzem e consomem determinadas formas de ser e viver a velhice, determinando lógicas de inclusão e exclusão da teia social nesta fase da vida, convertendo-se, portanto, em objeto de interesse sob a ótica da produção de subjetividades e valores sociais.

A produção de subjetividades na interlocução entre discurso dos experts, a mídia e o público da terceira idade.

Para pensar como os modos de gestão da velhice se articulam na sociedade contemporânea, recorreremos a uma reflexão sobre as práticas de gestão da vida em geral, tão presentes no cotidiano e na constituição das formas de socialização.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Em referência aos trabalhos de Michel Foucault sobre as formas de poder nas sociedades disciplinar e de controle, Hardt e Negri (2004) ensinam que o controle descrito por Foucault sobrepõe-se ao poder disciplinar. Nesse último, vigente durante a primeira fase da acumulação capitalista, as articulações das formas de poder se davam principalmente por meio das instituições e seu papel nas organizações sociais em sancionar e prescrever os comportamentos “desviantes e/ou normais”. Assim, “a prisão, a fábrica, o asilo, o hospital” estruturavam “o terreno social” oferecendo “uma lógica própria à ‘razão’ da disciplina” (*ibidem*, p.161). Em contrapartida, na sociedade de controle, o poder se exerce sobre os cérebros e corpos, estendendo-se para além dos espaços das instituições sociais e integrando as práticas quotidianas. Segundo os autores, para Foucault:

O biopoder é uma forma de poder que rege e regulamenta a vida social no seu interior, seguindo-a, interpretando-a, assimilando-a e reformulando-a. O poder só pode obter o domínio efetivo sobre a vida inteira da população tornando-a uma função integrante e vital que todo indivíduo adota e reativa por espontânea vontade. (*ibidem*, p. 162)

Quando Debort (1997) observa que as articulações das formas de gestão da terceira idade passam pelo próprio público a quem as mensagens dos *experts* propagadas pela mídia se destinam, fica claro o papel “integrante e vital” dos próprios idosos na “adoção e reativação” de tais formas de gestão.

No longa-metragem *Envelhescência*, o testemunho das personagens principais exemplifica essa dinâmica. No filme lançado em 2015, seis histórias de vida são narradas por seus protagonistas, em formato testemunhal. Duas personagens femininas e quatro masculinas descrevem como sua rotina, as escolhas que fizeram ao longo da vida e,

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

sobretudo, na chamada terceira idade⁶, moldam uma experiência gratificante e repleta de realização pessoal. Em suas narrativas, cada uma das personagens descreve suas histórias de vida como escolhas individuais – seja a prática de esportes radicais como o surf ou o paraquedismo, seja a realização de sonhos abandonados em outras fases da vida, como cursar a faculdade de medicina ou de tatuar o corpo – que se entrelaçam em uma narrativa coletiva, em rede, cuja articulação assume um papel de legitimação.

Ao tomar diferentes narrativas individuais como principal elemento do enredo, o filme vale-se de um recurso criativo extremamente potente na produção de subjetividades, já que situa as personagens principais como sujeitos “capazes de tomar a si próprios como os sujeitos de suas próprias práticas e das práticas dos outros sobre eles” (ROSE, 2001, p. 143). As histórias individuais são impregnadas de sentido de liberdade e autonomia, alcançadas a partir de um determinado conjunto de escolhas e práticas adotadas ao longo da vida, colocando as personagens no que Rose (2001, p. 140) classifica como “locus de direitos e reivindicações legítimas, como um ator que busca ‘empresariar’ sua vida e seu eu por meio de atos de escolha”.

As narrativas individuais contidas no documentário, porém, não materializam sua potência na produção de subjetividades se não articuladas em conjunto. Cabe destacar a importância da multiplicidade dos agenciamentos da subjetivação. Para Guatarri (1996, p.40), “a subjetividade é essencialmente fabricada e modelada no registro social”. A subjetividade é “essencialmente social, e assumida e vivida por indivíduos em suas existências particulares” (*ibidem*, p.42). O indivíduo, segundo o autor, é um dos

⁶ De acordo com a concepção de Debert (2012), não refere-se aqui a uma idade cronológica específica, mas ao período de vida e conjunto de valores que caracterizam as personagens.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

componentes de subjetivação. “Essa produção [de subjetividades] é adjacente a uma multiplicidade de agenciamentos sociais”. (*ibidem*, p.40)

Segundo Hardt e Negri (2004), a legitimação dos discursos que integram o poder na sociedade de controle deve-se em grande parte à indústria da comunicação, caracterizada como “um dos setores hegemônicos da produção [que] influi na totalidade do campo biopolítico”. Segundo os autores, “as indústrias de comunicação integram o imaginário e o simbólico dentro da estrutura biopolítica, não apenas colocando-os a serviço do poder, mas integrando-os realmente e de fato em seu próprio funcionamento. (*ibidem*, p. 172)

Na intrínseca relação entre comunicação e consumo, aprendemos a consumir “mais do que bens, *formas de vida*”. (PELBART, 2003, p. 20). Para o autor, “através dos fluxos de imagem, de informação, de conhecimento e de serviços que acessamos constantemente, absorvemos maneiras de viver, sentidos de vida, consumimos toneladas de subjetividade” (*ibidem*, p.20).

Aqui, reafirma-se a importância do papel preponderante que Debert (1997) atribui à mídia na articulação dos modos de gestão da velhice. Na estratégia de divulgação do documentário *Envelhescência*, materializam-se as conceituações acerca do papel preponderante dos meios de comunicação na constituição de subjetividades. O longa-metragem, produção nacional realizada com apoio da Secretaria da Cultura do Governo do Estado de São Paulo e patrocínio da marca de roupas íntimas para incontinência Plenitud⁷, foi lançado no mês de Junho em 2015 e exibido inicialmente nas salas de cinema do Centro Cultural Banco do Brasil em São Paulo. A estratégia de lançamento contou com a divulgação de um *trailer* em redes sociais digitais no mês de Abril/2015, que atingiu, em

⁷ Marca de fraldas geriátricas da multinacional norte-americana Kimberly Clark.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

seu primeiro dia, a marca de 35 mil visualizações⁸. As exibições iniciais em São Paulo foram sucedidas de uma série de sessões de divulgação em eventos voltados ao público interessado nas questões relativas ao envelhecimento, normalmente seguidas por debates entre especialistas, promovidos em diferentes cidades como Porto Alegre, Rio de Janeiro, Campinas, São José do Rio Preto, entre outras⁹. Posteriormente, o filme foi exibido e reapresentado no canal de TV por assinatura Canal Brasil, pertencente ao Grupo Globo, passando em seguida a integrar o cardápio de opções sob demanda da maior provedora de TV por assinatura em âmbito nacional¹⁰, a NET.

A presença de especialistas em debates promovidos após a exibição do documentário potencializa a participação de três renomados especialistas no próprio enredo do documentário. Retomando o que afirmou Debert (2006), o discurso dos experts integra os papéis desempenhados pelos próprios idosos e pela mídia no agenciamento dos modos de gestão da velhice.

Nesse sentido, vale recorrer à análise que Dantas (2016) faz da função dos especialistas nos discursos voltados ao público idoso, de “fornecer continuamente informações para o aperfeiçoamento contínuo do indivíduo, alimentado também pela sua constante reflexividade”. Em referência a Giddens, ressalta: “Os novos especialistas são

⁸ Notícia divulgada pela Sociedade Brasileira de Gerontologia e Geriatria de São Paulo (SBGG-SP). Disponível em <<http://www.sbgg-sp.com.br/pub/diretor-do-filme-envelhescencia-fala-sobre-inspiracoes-e-personagens/>> - acesso em 10/05/2016.

⁹ Agenda de exibições extraída do perfil do documentário na rede social digital *Instagram*. Disponível em <<http://websta.me/n/envelhescencia>> - acesso em 15/05/2016.

¹⁰ Informação divulgada pela ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações – referente ao ano de 2015. Disponível em <<http://www.teleco.com.br/optva.asp>>- acesso em 10/05/2016.

parte integrante da cultura terapêutica do narcisismo. Surgiu um novo paternalismo em que os especialistas de todos os tipos oficiam para as necessidades da população leiga”. (GIDDENS apud DANTAS, 2016, p. 3).

Em *Envelhescência*, a narrativa dos especialistas reproduzem o conceito de reprivatização da velhice formulado por Debert (2012): a ideia de que a responsabilidade não somente individual mas também dos impactos sociais da longevidade recai sobre os indivíduos e o estilo de vida por eles adotado é endossada pelos *experts* ao longo do enredo, entrelaçando o testemunho individual ao discurso profissional, sugerindo uma forma de poder exercida de dentro para fora, um certo modo de envelhecer que é adotado pelos indivíduos e reforçado pelo valor social a ele atribuído.

Considerações finais

Diante da magnitude das transformações sociais que envolve o acelerado processo de envelhecimento da população brasileira, da complexidade e pluralidade que acompanham a experiência dessa etapa da vida em termos individuais, e da crescente presença das representações da velhice na cena midiática, cabe ao campo da comunicação investigar as possíveis significações que se articulam entre as narrativas das produções midiáticas, os discursos dos experts e o público a quem essas produções se destinam.

Em uma estrutura social em que as formas de poder se estabelecem para além das instituições disciplinares, invadindo as questões quotidianas e materializando-se na propagação de certos modos de ser e viver, este trabalho procurou identificar como a visibilidade conferida às questões relativas ao envelhecimento pode articular-se no conjunto de lógicas de gestão da vida e converter-se em instrumento de inclusão e exclusão social.

Reconhecemos que a forte presença dos idosos em produções midiáticas de grande alcance evidencia a importância deste grupo na constituição da teia social e que as formas de representação da velhice contidas em tais produções carregam de significados as experiências individuais e coletivas desta etapa da vida. Considerando o papel preponderante da mídia na produção de subjetividades (CASTRO, 2015) e a intersecção entre os meios de comunicação, o discurso dos *experts* e as narrativas autobiográficas do público da terceira idade como *locus* da articulação de certos modos de envelhecer (DEBERT, 1997), buscamos problematizar à luz do referencial teórico como os modos de gestão da velhice presentes no discurso midiático podem converter-se em formas de biopoder.

Acreditamos que a pluralidade da experiência humana em torno do envelhecimento não se restringe à adoção de certos modos de vida e práticas de consumo, e que a propagação de um discurso uníssono em torno das formas de vivenciar essa etapa da vida pode converter-se em um modo imperativo de ser durante a velhice, afastando as possibilidades de socialização e realização pessoal àqueles que, por qualquer razão, não adotarem as práticas por ele articuladas.

Referências

CASTRO, Gisela G. S. Precisamos discutir o idadismo na comunicação. **Comunicação & Educação**, vol. 20, n. 2, p. 101-114, 2015.

DANTAS, Sívia Góis. “Põe alegria na sua cara que você fica nova”: o discurso sobre a velhice nos documentários *Envelhescência e Muitos Anos de Vida*. **Anais do 6.º COMUNICON – Congresso Internacional de Comunicação e Consumo**. São Paulo, 2016.

DEBERT, Guita G.. A invenção da terceira idade e a rearticulação de formas de consumo e demandas políticas. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 12, n. 32, p. 39-56, 1997.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

_____. Velhice e o curso da vida pós-moderno. **Revista USP**. Número 42. Junho/Agosto de 1999. São Paulo: Superintendência de Comunicação Social da USP, 1999, p. 70-83.

_____. A dissolução da vida adulta e a juventude como valor. **Horizontes Antropológicos**. Ano 16. Número 34. Julho/Dezembro de 2010. Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, 2010, p. 49-70.

_____. Velho, terceira idade, idoso ou aposentado? Sobre diversos entendimentos acerca da velhice. **Revista Coletiva**. Número 05. Julho/Agosto/Setembro de 2011.

_____. **A reinvenção da velhice**: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: Edusp, 2012.

ENVELHESCÊNCIA. Direção: Gabriel Martinez. São Paulo: Lado B Digital Films, 2015. 1 DVD (84 min).

FEATHERSTONE, M. e WERNICK, A. (Eds.). **Images of Aging**: cultural representations of later life. London: Routledge, 1995.

GUATTARI, Félix. Produção de subjetividade e individualidade. In: _____; ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 1996, p. 30 – 38.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. A produção biopolítica. In: PARENTE, André (org.). **Tramas da rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004, p. 161 – 173.

JUSTO, José Sterza; ROZENDO, Adriano da Silva; CORREA, Marielle Rodrigues. O idoso como protagonista social. **A Terceira Idade – estudos sobre envelhecimento**. Volume 21. Número 48. Julho de 2010. São Paulo: SESC – Serviço Social de Comércio, 2010, p. 39-53.

NUNES, Meire. A construção social simbólica do envelhecimento. **Revista Portal de Divulgação**. Número 12. Julho de 2011. Portal do envelhecimento, 2011, p. 07-14.

PELBART, Peter Pál. **Vida capital**: ensaios de biopolítica. São Paulo: Iluminuras, 2003.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

ROSE, Nikolas. Inventando nossos eus. In: SILVA, Tomaz T. (org.). **Nunca fomos humanos: nos rastros do sujeito**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001, p. 137 – 204.