

Representações da Velhice no Cinema

Mariana Alcantara Gomes

Introdução

O reflexo do aumento da população idosa nas economias é um dos principais fatores responsáveis pela visibilidade desse grupo social, de suas necessidades e particularidades.

Se por um lado, o crescimento da população idosa representa ameaça ao equilíbrio econômico, por outro lado, à medida que cresce o número de velhos, cresce também seu potencial de consumo. Ainda que, ocupando uma posição economicamente desfavorável, o idoso, muitas vezes chefe de família, está cada vez mais visível aos olhos de empresas e indústrias que já começam a dedicar atenção especial a esse grupo específico, por meio da publicidade e, até mesmo da adequação ou criação de produtos destinados especificamente a este grupo. Como exemplo disso, pode-se citar a indústria de cosméticos e de medicamentos e, no setor de serviços, as empresas de transporte e de turismo.

Embora a representação social do velho ainda seja preponderantemente associada aos aspectos supostamente negativos da velhice, a população idosa representa uma fatia cada vez mais interessante para o mercado de consumo. E, esta é uma das razões pelas quais a imagem do velho vem sendo reformulada em nossa sociedade.

Entretanto, essa reconstrução da imagem do idoso, não é necessariamente positiva. Ao “novo velho” são atribuídas características da juventude e, a responsabilidade pelo cuidado com o corpo e a mente, implica a culpabilização do indivíduo pelo seu próprio envelhecimento. Essa imagem da

velhice, produzida em função de seu potencial de consumo, representa, na verdade, uma negação da velhice, como destaca Debert:

“As imagens do idoso na mídia são, assim, ativas na criação de novas hierarquias sociais, na medida em que a velhice e o envelhecimento passam a ser uma espécie de doença auto-infligida, resultado da negligência com o corpo e com o bem-estar. Ser velho ou se comportar como velho são questões de escolha, são coisas que poderiam ser evitadas se as opções cuidadosas e corretas tivessem sido postas em ação. Essas novas imagens da velhice - em sintonia com a cultura do consumidor, com certas práticas gerontológicas e com as políticas públicas interessadas em reduzir os custos da saúde - transformam o direito de escolha num dever de todos, numa realidade inescapável a que estamos todos condenados. A responsabilidade individual pela escolha é igualmente distribuída, mas sabemos que os meios para agir de acordo com essa responsabilidade não o são. Acrescentar liberdade de ação à desigualdade fundamental da condição social, impondo o dever da liberdade sem os recursos que permitem uma escolha verdadeiramente livre é, numa sociedade altamente hierarquizada como a brasileira, uma receita para uma vida sem dignidade, repleta de humilhação e autodepreciação” (Debert, 2002: web) ¹.

O cinema como mediador de códigos culturais

Os irmãos Lumière, que desenvolveram o cinematografo, faziam imagens da própria família para experimentar seu invento e capacitavam seus fotografos para saírem pelo mundo com sua cameras registrando os “estilos de

¹ Debert, Guita. O Idoso Na Mídia. Artigo publicado na Revista Virtual Comcienci, set/2002

vida” em diferentes nações, acontecimentos políticos e sociais. Essas imagens eram depois projetadas para um público curioso e fascinado, não propriamente com a tecnologia em si, mas principalmente pelas imagens dos lugares e pessoas distantes, com os modos de vida registrados, com as diferenças e semelhanças com seus próprios costumes.

O cinema traz um conjunto de informações, em forma de imagens e sons, que têm o potencial de traduzir determinados elementos da nossa sociedade, como cultura e contexto histórico, por exemplo. Isto é, o cinema é um produto histórico-cultural, pois, os filmes são concebidos em épocas e locais específicos, por determinados grupos de pessoas. Por esta razão, trazem em si, explicita e implicitamente, o registro de uma interpretação da alguma realidade. No entanto, os filmes não são, necessariamente, reprodutores da realidade. Muitas vezes, eles são produtos de uma negociação com os códigos culturais das sociedades que os produzem.

Para Deleuze (1996) *“a relação filosofia-cinema é a relação da imagem com o conceito. Mas no próprio conceito existe uma relação com a imagem, e na imagem uma relação com o conceito.”*

O pensamento do filosofo sugere que a semiótica com inspiração linguística reduz as imagens em enunciados, desconsiderando o movimento.

Portanto, a análise do cinema como mediador de códigos culturais deve considerar não só as imagens, mas todos os signos produzidos por meio delas.

“Com efeito, o que se poderia chamar de Idéias são essas instâncias que se efetuam ora nas imagens, ora nas funções, ora nos conceitos. O que efetua a Idéia é o signo. No cinema, as imagens são signos. Os signos são imagens consideradas do ponto de vista de sua composição e sua gênese. (...) O cinema faz nascer signos que lhe são próprios e cuja classificação lhe pertence, mas, uma vez criados, eles voltam a irromper em outro lugar, e o mundo se põe a “fazer cinema”. (...) A questão não é pois saber se o cinema tem uma pretensão ao universal. A

questão não é a do universal, mas do singular: quais são as singularidades da imagem? A imagem é uma figura que não se define por representar universalmente, e sim por suas singularidades internas, pelos pontos singulares que ela junta.” (Deleuze, 1996: 83 – 84).

Imagens e Representações

De acordo com o pensamento de Deleuze, a imagem é composta por um conjunto de signos que se relacionam, gerando associações. As representações são construídas de acordo com a interpretação dos signos e da “bagagem” do receptor.

“A imagem significa, ao mesmo tempo, o olhar do criador e o olhar do espectador, e a interpretação é a resultante desta interdependência, ou desta ambiguidade de olhares, associada ou não a um terceiro olhar que busca compreender os mecanismos sociais que desconstroem e reconstroem as informações transmitidas pelo intercruzamento dos diversos olhares” (Koury, 1998 apud Diniz, 2001:114).

As imagens, segundo Diniz (2001) são construções imaginárias, *“simbolizações construídas histórica e socialmente”* (Diniz, 2001:115). O receptor elabora simbolicamente e atribui significado às imagens.

A imagem é portanto uma construção simbólica feita pelo receptor, a partir da combinação dos signos contidos em uma mensagem e, de acordo com suas próprias representações. Ou seja, os sujeitos podem construir imagens diferentes a partir dos mesmos elementos.

Se a elaboração das imagens está relacionada com a “bagagem” dos receptores, pode-se supor que indivíduos que compartilham do mesmo contexto histórico e social construam representações semelhantes.

A velhice nas telas do cinema

Com o aumento da proporção de idosos nas populações ocidentais e, como consequência, sua crescente visibilidade no cenário social, o tema da velhice tem sido, cada vez mais abordado, não só nas novelas e comerciais de TV, como também no cinema.

Desde a década de 1950, a produção de filmes que trazem como foco central a velhice tem aumentado gradativamente e, as imagens da velhice apresentadas na produção cinematográfica, neste período, diferem entre si, de acordo com uma série de fatores, como o local e ano de produção, gênero, recursos financeiros e tecnológicos e, ainda, com a intenção e “personalidade” do diretor e dos atores, que constroem os personagens a partir de suas próprias experiências e representações.

A partir da classificação dos filmes por nacionalidade, ano de produção e gênero e, considerando o contexto histórico (momento sócio-econômico e político do país) de cada produção, é possível traçar um perfil das formas de construção das imagens da velhice no cinema.

A observação crítica das imagens da velhice produzidas pelo cinema viabiliza a análise das representações da velhice nas sociedades ocidentais, assim como, as mudanças ocorridas em tais representações na medida do crescimento da proporção de idosos e do consequente aumento de visibilidade desse grupo nessas sociedades.

Ao compararmos as representações da velhice trazidas nos filme “Morangos Silvestres” de Ingmar Bergman, produzido em 1957, na Suécia, e na obra de Lieven Debrauwer, “Pauline e Paulette”, produzida na Bélgica, em 2001, podemos perceber que, apesar das diferenças temporais e da diversidade criativa dos dois diretores e dos atores, as imagens, embora construídas de formas muito diferenciadas, trazem elementos comuns na representação da velhice. O filme de Bergman, apresenta um personagem

idoso que passa por um processo de reflexão e transformação em seu estilo de vida, buscando, em suas lembranças, uma outra compreensão das suas relações e uma mudança no entendimento de sua própria existência. Na obra de Debrauwer, as irmãs idosas reconstroem suas relações a partir da morte de uma delas e, forçadas, pelas circunstâncias, à reflexão, encontram também uma outra forma de compreensão da vida.

Os dois filmes, portanto, mostram a velhice como uma fase de reconstrução da vida, um período de reflexão, resgate das relações afetivas e busca de si mesmo.

Esta breve comparação entre as representações da velhice nas obras de Bergman e de Debrauwer é um exemplo de como, apesar das diferenças contextuais é possível identificar elementos comuns que mostram como a velhice é representada em nossa sociedade, ao longo das últimas seis décadas. Da mesma forma, essa comparação permite perceber uma gama de elementos que sugerem mudanças nas formas que esta sociedade lida com seus idosos. O estilo de vida dos personagens e sua mobilidade pela cidade, mostram que a velhice do filme de Bergman, assim como o idoso de Ikiru, do diretor Akira Kurosawa, produzido no Japão, no ano de 1952, é mais reclusa e passiva, do o que sugerem os personagens de Debrauwer que, neste aspecto, se aproximam mais do personagem Alberto do filme Cobacabana, de Carla Camurati, produzido no Brasil, em 2001.

Essa diferença entre as formas de convívio social dos idosos dos filmes da década de 1950 e de 2000, mostram uma mudança na representação da velhice provocada pelo aumento da população idosa e sua maior visibilidade nessas sociedades.

A investigação das imagens da velhice no cinema da década de 1950 aos dias atuais pode oferecer muitos dados para se traçar um histórico da representação da velhice nas sociedades ocidentais, permitindo identificar as mudanças ocorridas ao longo deste período e correlaciona-las com os contextos sócio-culturais de cada produção.

Bibliografia

Calabi, A. C. *As Imagens do Envelhecimento nos Anúncios Publicitários de Televisão. Relatório PIBIC/CNPq, UNICAMPI-IFCH, 1994.*

Debert, G.G. A Invenção da Terceira Idade e a Rearticulação de Formas de Consumo e Demandas Políticas. in: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Vol. 12, n. 34, junho/1997, p.39-56.

Deleuze, G. *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

Diniz, A. S. A Iconografia do Medo (imagem, imaginário e memória da cólera no século XIX). In: Koury, M. G. P. (org.) *Imagem e Memória: ensaios em antropologia visual*. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

Lima, D. M. *O Peso da Idade: Panorama da Velhice no Brasil*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1998.

Peixoto, C. E. *Envelhecimento e Imagem: as fronteiras entre Paris e Rio de Janeiro*. São Paulo: Annablume, 2000.