

Entre indústrias culturais: a formação do cinema juvenil brasileiro

Amongst cultural industries: the foundation of Brazilian youth cinema

*Hilton Costa*¹

1 Doutor em História pela Universidade Federal do Paraná, Professor do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Estadual de Maringá. hcosta@uem.br



Ao se falar em produção em série de bens culturais, é ato recorrente pensar nos denominados países centrais: normalmente Estados Unidos da América e Europa Ocidental. Entretanto, a periferia também desenvolveu sua indústria cultural ou suas indústrias culturais – talvez o caso mais visível na atualidade seja o indiano –, uma vez que a produção em série de bens culturais é uma característica do capitalismo, presente tanto no centro quanto na periferia do sistema.

É possível afirmar que a indústria cultural brasileira ou no Brasil é o grande tema de Zuleika de Paula Bueno na obra *leia o livro, veja o filme, compre o disco*. No interior deste tema, a autora direciona seus esforços para o entendimento da constituição de um cinema juvenil no Brasil, referindo-se a *jovens* como aquelas pessoas que não teriam mais interesse nas produções infantis e nem nas películas adultas².

O intuito da autora é desenvolvido ao longo de 244 páginas divididas em cinco capítulos. O primeiro, denominado “A formação de um cinema juvenil”, é dedicado às “conhecidas transformações sofridas pelo cinema clássico norte-americano na década de 1950, as quais afetaram a indústria de filmes daquele país e alteraram mundialmente as práticas cinematográficas.” (p. 16). Ainda neste

2 Sem a conotação oferecida pelas locadoras vídeos para a expressão *cinema adulto* como sinônimo de pornografia.

capítulo, faz-se presente a discussão sobre a “consolidação da juventude como um agente social independente e dotado de poder” (p. 16). O segundo capítulo versa sobre “A consolidação de uma cultura juvenil-adolescente”; desta feita, “são analisados os intercâmbios existentes entre as estratégias das indústrias culturais” (p. 16). O terceiro capítulo, “Cinema e literatura de entretenimento juvenil”, preocupa-se em definir “as características de gênero do cinema juvenil encontradas na articulação deste com outras indústrias culturais, como a editorial, a fonográfica e a televisiva” (p. 16).

Por sua vez, o quarto capítulo, “Um cinema juvenil e musical”, perscruta “os mecanismos de sedução do público jovem a partir dos recursos sonoros musicais, geradores de uma lógica de repetição seriada” (p. 17), fato que seria “capaz de proporcionar”, para quem consome, “o prazer espectral, e para a indústria, a convergência entre a produção fonográfica e cinematográfica” (p. 17). Por fim, o capítulo cinco, “As relações entre cinema e televisão”, aborda “a criação de uma estética de videoclipe nas produções cinematográficas juvenis como uma tentativa de promover a intercambialidade dos filmes com outros meios e produtos” (p. 17).

A obra apresenta à leitora e ao leitor muito mais que a formação e o desenvolvimento de um cinema juvenil no Brasil. *Leia o livro, veja o filme, compre o disco* pode ser pensado nos termos da sugestão de Max Weber, presente na conferência *Ciência como vocação*: “toda a obra científica ‘acabada’ não tem outro sentido senão o de fazer surgirem novas indagações” (WEBER, 2011, p. 32-33). Em grande medida, essa é a leitura que se faz aqui da obra de Bueno: buscar-se-á chamar atenção para algumas questões que o texto suscita.

Juventude

A autora alicerça sua reflexão nos Estudos Culturais, sobretudo nas premissas de Raymond Williams. Todavia, mesmo não sendo uma base fundamental do texto, os argumentos mobilizados levam a leitora e o leitor a pensar em Stuart Hall, em especial na obra *A identidade cultural na pós-modernidade* (2004). Pois

como seria possível falar em cinema jovem, juvenil, sem discutir a construção dessa categoria e identidade no Brasil? Bueno convida a pensar sobre essa questão. A remissão feita ao texto de Eric J. Hobsbawm referente à construção da juventude é das mais pertinentes. Hobsbawm (1995) defende a ideia da íntima relação entre o mercado e a construção da juventude. O autor, tomando como caso exemplar os Estados Unidos, argumenta que o mercado localiza uma faixa importante de pessoas com renda não desprezível – e ainda sem atenção específica – e constrói a ideia de juventude.

O filme estrelado por James Dean, *Rebel without a cause* (1955), analisado por Bueno, foi um marco importante desse processo. Apesar dessa película não ter sido construída para ser um filme especificamente juvenil, ela veio a se tornar um dos pioneiros do gênero. Assim, para falar de cinema juvenil, a autora traz à baila a discussão sobre a construção da juventude no Brasil, que, ao contrário dos Estados Unidos da América, não possuía uma camada tão expressiva de pessoas “jovens” com renda suficiente para ser um mercado atrativo. A indústria cultural brasileira, como as demais, teve que construir seu público – todavia, um público com menos renda que seu análogo estadunidense.

Nesse ponto Bueno lança questões interessantes. Uma delas é a de como a Bossa Nova foi utilizada como elemento central para a composição do cinema juvenil de praia no Brasil: o verão eterno das pessoas sempre jovens e que raramente são constrangidas pela necessidade de reprodução da vida material. Essa composição oferecia um modelo de existência a ser buscado (consumido), bem como um modelo de juventude: pessoas de classe média alta “preocupadas em nascer e morrer”.

Uma fórmula de longa duração

Um ritmo acelerado da narrativa, um casal heterossexual como protagonista, superação de dificuldades, a ação sendo acompanhada por músicas conhecidas (ou que se tornariam conhecidas) e a inserção de artistas musicais de destaque (no momento dado) em números musicais (o “parar para cantar”) são elementos

de longa duração na produção do cinema de entretenimento no Brasil desde as chanchadas, passando pelos filmes dos Trapalhões e da Jovem Guarda, chegando à adaptação cinematográfica de Faroeste Caboclo (canção da Legião Urbana composta por Renato Russo) e à cinebiografia de Cazuza.

A persistência desses elementos é algo que chama atenção e conduz à indagação: por que tais elementos permanecem? Uma hipótese: as pessoas se sentem bem diante desse tipo de composição, pois reconhecem a “fórmula” e seus códigos interpretativos sem maiores esforços. Nessa direção, é difícil não se lembrar de Theodor Adorno e Max Horkheimer (2006) quando os autores destacam que sob a indústria cultural já se sabe o desfecho do filme logo na primeira cena, já se conhece o desenrolar da música nos acordes iniciais, pois tudo segue a “fórmula”, que é apreciada pelas pessoas por ser facilmente apreensível, já que estaria internalizada. Esse tipo de análise conduz a outras perguntas: a manutenção da “fórmula” se daria pela “exigência” do público de ter diante dos olhos algo “facilmente” apreensível? Ou é a indústria que não deseja abrir mão de uma “fórmula” à qual está acostumada e que domina? Estas são questões que a obra deixa para quem a lê.

Biografias

A associação de ramos da indústria cultural é um fenômeno recorrente na atualidade. O filme vira livro, o livro é escrito como se fosse um roteiro (para ser filmado), as personagens do filme ou livro viram brinquedos ou colecionáveis, a moda inspirada nas personagens toma conta das lojas de *prêt-à-porter*, tudo acompanhado pela trilha sonora adequada e assim por diante. Esse processo tem uma historicidade que é recuperada e discutida por Bueno. É nesse momento que a autora aborda algumas biografias de pessoas que se mostram interessantes para o entendimento do campo do entretenimento no Brasil, suas trajetórias revelam dinâmicas coletivas relevantes. Destaca-se aqui a figura de Nelson Motta.

Motta promovia shows, criava trilhas sonoras para cinema e televisão, dirigia uma gravadora, compunha músicas, produzia discos e programas de televisão e,

mais recentemente, também passou a escrever biografias. Ele atuava (e atua) em vários ramos da indústria cultural. Bueno nos indica que vários filmes brasileiros juvenis utilizavam como estratégia de divulgação lançar primeiro as canções da trilha sonora, colocá-las nas rádios – se tudo desse certo fazê-las *hits* –, vindo posteriormente o filme e tudo mais que o acompanharia, de roupas a álbuns de figurinhas. Nesse tipo de estratégia, contar com Motta na equipe poderia ser um capital fundamental, pois sua versatilidade e inserção em vários segmentos da indústria cultural permitiam que ele “pautasse” o campo. A análise de Bueno instiga não só a pensar mais sobre Nelson Motta como em outras pessoas com possibilidades parecidas, como Augusto José Botelho Schmidt (Pena Schmidt) e Arnolpho Lima Filho (Liminha).

Ser ou não ser? Entretenimento ou Arte?

Ainda seguindo a ideia weberiana – ou a ideia construída a partir das considerações de Weber – de que o bom trabalho é aquele que permite a formulação de novas indagações, um dos pontos mais interessantes lançados para a reflexão em *Leia o livro, veja o filme, compre o disco* é o impasse do cinema brasileiro: fazer um cinema de entretenimento ou um cinema de arte? Abraçar a causa de um cinema de entretenimento é ter que, por um lado, enfrentar os grandes estúdios estadunidenses e sua estrutura de distribuição e controle das salas de exibição. Por outro, assumir o cinema como entretenimento seria retirar dele a “missão civilizadora”, “educadora” ou outras iniciativas análogas. A opção por um cinema de arte consistiria na produção de películas de autor, de autora, preocupadas em discutir o campo do cinema e/ou questões sociopolíticas. Esse debate entre entretenimento e arte demarca, em grande medida, estereótipos segundo os quais seria impossível que o cinema de entretenimento discutisse questões “importantes”, enquanto o cinema de arte não poderia “divertir”. A criação desse tipo de dicotomia não parece ser muito útil a quem produz cinema no Brasil. Todavia, ela se faz presente e os produtores e produtoras têm que escolher seu “lado”.

Com efeito, existe uma coisa que aproxima tanto o cinema de entretenimento quanto o de arte no Brasil: a incapacidade quase geral de autofinanciamento que se dá por inúmeros motivos, dentre os quais merece destaque o controle das salas de exibição e a distribuição e divulgação das películas por parte de companhias transnacionais, notadamente as empresas estadunidenses. Entretanto, essa situação não pode obliterar a dificuldade do cinema brasileiro em criar um público maior para si, que, por sua vez, pode estar articulada ao ser ou não ser da produção cinematográfica brasileira: arte ou entretenimento. Esses e outros fatores conduzem o cinema brasileiro a uma dependência do Estado, seja de modo direto ou indireto (as leis de incentivo ao audiovisual são uma ação estatal). *Leia o livro, veja o filme, compre o disco* permite pensar a respeito dessas questões, mesmo não sendo esse o foco central da obra.

Entre indústrias culturais

As indústrias do cinema, da música, da televisão, da literatura, da moda e da propaganda são autônomas, com suas próprias regras internas, mas que se combinam e/ou se opõem com a mesma frequência. O estudo da formação do cinema juvenil no Brasil revela essas situações; *Leia o livro, veja o filme, compre o disco* demonstra com nitidez esses movimentos. A música impulsionando o filme, e este canonizando a interpretação da canção pop: *Bete Balanço* (1984) revela muito disso. A música e o cinema se retroalimentando se conectam a televisão com a massificação do videoclipe, e todas essas vertentes começam a divulgar um *estilo de vida* e/ou um *modo de vida* cujo aspecto estético, a que denominamos “vestimentas”, pode e deve ser demonstrado externamente.

A moda, então, se conecta ao parque industrial que já conta com o cinema, a música e a televisão. Ela pode se alimentar de um estilo musical como o *punk*, mas na maioria das vezes é difícil perceber o que veio primeiro. Por exemplo, entre os góticos contemporâneos o que veio primeiro a filosofia, o estilo de vida, as vestimentas ou as músicas? Questões semelhantes se apresentam no universo da música eletrônica e do hip-hop.

As estratégias multifacetadas de divulgação dos produtos da indústria cultural aproximam cinema, música e moda com a propaganda. Essas vertentes da indústria cultural podem ser observadas em fenômenos recentes da literatura que parecem escritos para se tornar filmes, com suas músicas-tema, roupas particulares e *estilos de vida* a oferecer.

Leia o livro, veja o filme, compre o disco, além de levar o leitor e a leitora pelo universo da produção cinematográfica brasileira, indicando que desde muito cedo esta foi diversificada, conduz quem passa por suas páginas à convicção de outras possibilidades para se pensar o cinema realizado no Brasil, permitindo a formulação de uma série de excelentes perguntas para futuras pesquisas.

Referências

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: _____. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.p. 99-138.

BUENO, Z. P. *Leia o livro, veja o filme, compre o disco*. Formação do cinema juvenil brasileiro. Maringá: Eduem, 2016.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HOBBSAWM, E. J. *A era dos extremos: o breve século XX, 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

WEBER, M. *Ciência e Política: duas vocações*. 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2011.

submetido em: 7 out. 2016 | aprovado em: 6 fev. 2017