

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE CINEMA E VÍDEO**

DANIEL BRAGA VELLUTINI

ROCK E CINEMA NO BRASIL DOS ANOS 80

Niterói/RJ
2016

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE CINEMA E VÍDEO**

DANIEL BRAGA VELLUTINI

ROCK E CINEMA NO BRASIL DOS ANOS 80

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Cinema e Audiovisual

ORIENTADOR: Prof. Dr. Fernando Morais da Costa

Niterói/RJ
2016

*Aos meus pais,
por absolutamente tudo.*

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Luiz Gustavo e Maria Amélia, por tanta coisa que nem cabe aqui, mas principalmente pelo amor e pelo apoio incomensuráveis.

Ao meu irmão, Gabriel, por toda sua oitente musical.

A toda minha família, de sangue ou não, que sempre rezou e torceu por mim na mudança para Niterói e durante todos esses cinco anos de faculdade.

Ao meu orientador, Fernando Morais, pela prontidão e enorme paciência.

À Nina Tedesco, que além de professora se tornou amiga, por ter topado participar da banca de última hora.

Ao professor Marildo Nercolini, por ter topado participar da banca e por ter ministrado a disciplina de Crítica Musical, na qual eu escrevi sobre o BRock pela primeira vez.

Ao Pedro Curi, que além de indicar bibliografia para este trabalho, ministrou a disciplina sobre Cinema Jovem, na qual estudei os *teenpics* pela primeira vez.

Aos professores e colegas que estiveram comigo nesses cinco anos de faculdade.

À tripulação da Nave Mãe por compartilhar os momentos de diversão e também os de dificuldade nos últimos anos, em especial os da escrita deste trabalho.

Ao Jesse e ao Vinicius pela paciência com meus horários malucos no trabalho nestes últimos dias de escrita.

E finalmente a Deus, que ouviu minhas orações e me deu a força necessária para concluir este trabalho, por, bem... basicamente tudo.

*“Palavras eu preciso
Preciso com urgência
Palavras que se usem
Em casos de emergência”*

(Sérgio Britto, Marcelo Fromer)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo entender as relações entre as indústrias cinematográfica e fonográfica brasileiras no contexto dos anos 80. Estes dois mercados se encontram principalmente através da produção voltada para o público juvenil e dos grupos do chamado BRock. Neste sentido, buscou-se fazer um traçado da consolidação do mercado do disco no Brasil, tendo em vista o papel da televisão e do rádio; da trajetória da canção popular no cinema brasileiro; a formação da juventude enquanto mercado consumidor e sua representação no cinema. Com isso pôde-se perceber que rádio, cinema e televisão tiveram desde o início de suas atividades a presença marcante da música como meio de integração e que nos anos 80, com maior estruturação dos mercados culturais, essas relações se fortalecem gerando estratégias integradas de divulgação das produções, calcadas no BRock e na juventude. Tal integração se demonstra, apesar de intensa e lucrativa, ter curta duração - o que não a impediu de deixar uma forte marca na cultura de massa do Brasil.

Palavras-chave: rock, cinema brasileiro, juventude, indústria cultural

ABSTRACT

The present study aims to understand the exchanges between film and music industries in the Brazilian context of the '80s. These two markets interact mainly through their production for a young audience and the so-called BRock groups. Therefore, it is discussed the consolidation of the music industry in Brazil, given the role of television and radio; the path of popular music in Brazilian cinema; the development of the youth as a consumer market and its representation in cinema. Thus it could be stated that radio, cinema and television have had, since the very beginning of their histories, the strong presence of music as a means of integration, and in the 80s, with greater structuring of cultural markets, these relationships are strengthened occasioning on integrated strategies for the promotion of their productions, based on BRock and the young people. This integration demonstrates, despite being intense and profitable, to have a short life - which did not stop it from leaving a strong imprint on mass culture in Brazil.

Keywords: brazilian cinema, rock'n'roll, teenpictures

SUMÁRIO

Introdução	8
1. A Indústria Fonográfica	10
1.1. A música na televisão	10
1.2. As rádios FM	13
1.2.1. A nova linguagem dos DJs	14
1.2.2. As rádios jovens	15
1.3. As movimentações do mercado do disco	16
1.3.1. Disco é cultura	17
1.3.2. A crise econômica e artística	18
1.4. Esse tal de BRock Enrow	19
1.4.1. Rock in Rio	19
1.5. O Plano Cruzado	21
2. A música pop no cinema brasileiro	22
2.1. A canção nos primeiros anos do cinema	22
2.2. Carnaval e cinema: das comédias musicais às chanchadas	23
2.3. A produção paulista	24
2.4. Anos 50 e 60: o cinema encontra o rock	27
2.4.1. Bossa Nova e arte engajada	27
2.4.2. A Jovem Guarda	29
2.5. <i>Teenpics</i> : o cinema juvenil	31
2.5.1. O <i>exploitation</i> e a delinquência juvenil	32
2.5.2. Nos embalos da década de 70	36
3. BRock e cinema jovem	38
3.1. Menino do Rio	39
3.1.2. As novas aventuras de Valente	42
3.2. Quem vem com tudo não dança	43
3.3. Outros casos	45
3.3.1. A “chanchada juvenil”	46
3.3.2. <i>Teenpic</i> de gênero	47
CONCLUSÃO	49
REFERÊNCIAS	52

INTRODUÇÃO

Há quem diga que a década de 80 foi uma década perdida. Essa noção começa a perder espaço hoje, com a valorização da produção cultural da época e diversas publicações a respeito dela. Começa-se a entender que de perdidos, os anos 80 não tem nada. Com uma indústria fonográfica plenamente estabelecida depois da consolidação das grandes gravadoras nos anos 70, o mercado carecia de novos nomes com apelo jovem e popular. Foi a vez de o Rock emergir. Nesse momento, quando a indústria cultural como um todo já se deu conta da importância econômica dos jovens, o rádio, a televisão e o cinema se encontraram inundados de bandas e artistas como Blitz, Ritchie, Lulu Santos, Titãs, Paralamas do Sucesso, Legião Urbana, RPM entre tantos outros. Estes tinham suas músicas tocadas em novelas, em programas de auditório (como o Cassino do Chacrinha e Perdidos na Noite), em videoclipes feitos para o Fantástico da Rede Globo, nas rádios FM (em especial a Fluminense no Rio de Janeiro e a 89 em São Paulo) e em diversos filmes.

Toda essa participação nos meios de comunicação de massa alavancaram a venda de discos das bandas do BRock, como chamado por Arthur Dapieve. Vários dos filmes do período trazem, não só na sua trilha sonora, mas também em seus títulos, canções dessas bandas e artistas que emergiam nas outras mídias, como “Garota Dourada”, “Bete Balanço”, “Rock Estrela”, “Menino do Rio” e outros. Se foi um momento de convergência tão grande na Indústria Cultural brasileira, tão revisitado popularmente nos últimos tempos, me pareceu importante falar disso nesta monografia.

Afim de entender como, de forma tão efervescente e quase efêmera quanto, um mercado fomentou ao outro mutuamente nos anos 80, pretendo com esse trabalho, passar pelo histórico da relação entre as indústrias fonográfica e cinematográfica, tratando também da importância da rádio e da televisão. Para isso dividi este trabalho em três capítulos. No primeiro são analisadas as relações da indústria fonográfica com a televisão, desde sua herança do rádio, passando pela Era dos Festivais e chegando na importância das trilhas sonoras das novelas para as vendas de discos; a ascensão das rádios FM e o impacto de uma programação voltada para o público juvenil e para o lançamento de novos nomes da música; e a consolidação do mercado do disco nos anos 60 e 70 que pavimenta o caminho para

os grandes números de venda registrados nos anos 80, buscando entender também o papel das transformações políticas e sociais do período nesses números.

No segundo capítulo, há um primeiro momento que traz um panorama histórico da canção no cinema brasileiro, para entender o uso que se faz da música pop na produção oitentista e um segundo momento que trata da formação de uma produção cinematográfica voltada para o público juvenil.

No terceiro e último capítulo, então, há uma análise desta produção juvenil e musical dos anos 80, tendo como maiores exemplos os filmes “Menino do Rio” (1982), “Garota Dourada” (1984), “Bete Balanço” (1984) e “Rock Estrela” (1986), buscando tratar do uso do BRock na narrativa dos filmes e em suas estratégias de lançamento aliadas à indústria fonográfica.

CAPÍTULO 1 - A INDÚSTRIA FONOGRAFICA

Para melhor discutir o impacto das bandas de rock brasileiras nos anos 80 e todo o seu potencial midiático, altamente explorado ao longo da década, é necessário entender o contexto em que essas bandas surgiram, ou seja, o momento imediatamente anterior: a década de 1970. Para Renato Ortiz “as décadas de 60 e 70 se definem pela consolidação do mercado de bens culturais” (ORTIZ, 1988, p. 113 *apud* VICENTE, 2002, p. 49). O processo de massificação da televisão nos anos 60, muito ligada à tradição do rádio em seus primeiros anos, políticas públicas de fomento à gravação de músicos nacionais como a lei “Disco é Cultura” de 1967 e o advento das rádios FM ao final da década de 70 são fatores fundamentais para essa consolidação. É durante o período, ainda, que “diversas das *majors* transnacionais que hoje dominam o mercado iniciaram ou ampliaram suas atividades no país” (VICENTE, 2002, p. 53), entre elas, a Phillips-Phonogram (atual Universal Music), a CBS (hoje Sony Music), a EMI, a WEA (do grupo Warner) e outras.

1.1 A música na televisão

A televisão chega ao Brasil através de Assis Chateaubriand no ano de 1950, quando é inaugurada a TV Difusora, logo, TV Tupi. O novo meio de comunicação de massa rapidamente importa a programação de seu irmão mais velho e bem sucedido, o rádio. Isso acontece já nos primeiros dias da TV com a estreia do humorístico “Rancho Alegre”, apresentado por Amácio Mazzaropi, que já existia na Rádio Tupi de São Paulo desde 1946. Logo os jornais e novelas também entrariam na televisão como parte fundamental da programação e, pouco mais tarde, o futebol. É importante notar que já nesse momento embrionário da televisão brasileira, a música estava presente. Para a transmissão inaugural na TV foi escrito por Guilherme de Almeida o “Hino da Televisão”, interpretado por Lolita Rodrigues, grande nome do rádio, à época. Também em “Rancho Alegre”, Mazzaropi intercalava números humorísticos e musicais. Ao longo da década, a televisão pavimentou o caminho para se consolidar e nos anos 60, com a tomada do poder pelos militares, o novo meio passou a dividir o espaço com o rádio como principal meio de comunicação de massas.

Em termos técnicos, a criação da estatal EMBRATEL (Empresa Brasileira de Telecomunicações), em setembro de 1965, e a implantação de torres de retransmissão, ligadas a um satélite de comunicações, possibilitaram a criação das redes nacionais de televisão e os grandes conglomerados de comunicações, tornando possível o desejo dos governantes militares de implantar seu projeto de “integração nacional”, claro que em mãos de um grupo selecionado de empresários, e mediante revisão e modificações na política de concessões. No final da década de 60, já teremos 12 milhões de brasileiros interligados pela televisão, número esse que foi somente aumentando e muito nas décadas seguintes. (NERCOLINI, 2013, p. 94)

Já na metade da década de 60, os programas musicais eram presença marcante nas grades das emissoras de televisão. Estas, tal como as de rádio, contratavam os cantores para seu elenco fixo e os colocavam como apresentadores dos programas. O diferencial foi que, para atrair mais público, “o investimento foi feito não somente em nomes já consagrados do rádio, mas, sobretudo, em cima de caras novas e novas propostas musicais que surgiram nos anos 60” (NERCOLINI, 2013, p. 65). Nisso são lançados nomes da MPB como Elis Regina e Jair Rodrigues (apresentadores de “O Fino da Bossa” na TV Record) e do Rock (ou “lê lê lê”) como Roberto Carlos, Wanderléia e Erasmo Carlos (que encabeçavam o programa/movimento “Jovem Guarda”). Mas, se a consolidação desses artistas se deu através de seus programas musicais, o lançamento deles e de vários outros pode ser atribuído aos Festivais.

A chamada “Era dos Festivais”, tem como marco definitivo o I Festival organizado pela Excelsior, em 1965. A partir daí, além da Record e da Excelsior, os demais canais, TV Rio, Tupi e Rede Globo, passaram a investir pesado também no formato, pois a repercussão de crítica e público foi grande. Quando acabava um, outro já estava começando. (NERCOLINI, 2013, p. 101)

Foi ao longo desse período que nomes como Chico Buarque, Edu Lobo, Gilberto Gil, Caetano Veloso, Mutantes entre vários outros chegaram ao conhecimento do público massivo. Também nessa época, programas de variedades comandados por apresentadores como Bolinha e Chacrinha, serviram de vitrine para os novos nomes da música, tal como continuariam fazendo ao longo das décadas seguintes.

Paralelo ao fim da “Era dos Festivais”, a Rede Globo, inaugurada em 1965, ia afirmando cada vez mais a sua hegemonia televisiva aliada à importância da música em sua grade de programação.

O produto musical era tão importante para emissora líder absoluta em audiência que, mesmo diante das dificuldades enfrentadas pelas apostas no

formato dos seus festivais e de programas como o 'Som Livre Exportação', a Globo insistia em se inserir no mercado da música, o que, no meio desse processo, culminou no lançamento do braço fonográfico da corporação, a gravadora 'Som Livre', apoiada a princípio no forte respaldo comercial que os primeiros discos das trilhas sonoras de suas telenovelas obtiveram na parceria de um ano com a Philips. (SILVA, 2013, p. 85)

Fundada em 1969 por João Araújo, a Som Livre surge no mercado como plataforma de lançamento das músicas que compunham as trilhas sonoras da novelas da Rede Globo. Em 1971, com o fim da parceria com a Philips, lança sua primeira trilha sonora e “seis anos depois já era líder em vendas no país. Nenhuma gravadora havia dominado o mercado brasileiro com tanta rapidez” (BARCINSKI, 2014, p. 43). As trilhas sonoras das novelas serviam como uma espécie de curadoria da emissora em relação ao que deveria ser escutado pelo público consumidor não só de novela, como de música. Isso fica mais evidente ainda com a estreia do “Globo de Ouro” em 1972. O programa funcionava como uma parada de sucessos da indústria fonográfica, onde os artistas apresentavam as maiores músicas do momento. No ar até 1990, o “Globo de Ouro” tinha constantemente a presença de canções lançadas nas novelas da emissora.

Ao longo das décadas de 70 e 80, a Globo manteve a música como parte fundamental de sua grade, fosse através de especiais, fosse com os modernos musicais do “Fantástico”, ou ainda com o tradicional programa de auditório, como o “Cassino do Chacrinha” que sempre reservava um espaço para a apresentação de músicas do momento.

O apresentador Chacrinha torna-se nos anos 80 peça fundamental para entender o sucesso das bandas de rock que despontaram na época. Figura conhecida desde os primórdios da TV brasileira, quando estreou no programa “Rancho Alegre” da TV Tupi (o mesmo de Mazzaropi), comandava o “Cassino do Chacrinha”, um programa de variedades conhecido por ser caótico, porém líder de audiência nas tardes de sábado da Rede Globo e, portanto, grande vitrine para novos artistas. Por seu programa passaram incontáveis nomes do rock nacional oitentista, como Blitz, Titãs, Paralamas do Sucesso, Barão Vermelho, Kid Abelha entre diversos outros. Mas o espaço dado às bandas não vinha de graça. Dono de uma rede enorme de boates espalhadas principalmente pelo subúrbio carioca, Chacrinha e seu filho Leleco Barbosa exigiam, como contrapartida à aparição na televisão, que as bandas se apresentassem nessas casas, fazendo *playback*. A banda Titãs “chegou a fazer cinco shows em uma única noite” (ALEXANDRE, 2013,

209), por exemplo. Mas não eram todos que aceitavam se submeter ao esquema do apresentador. O problema é que o jabá era visto como “coisa normal, parte do jogo” (BARCINSKI, 2014, p. 166) já que, assim como tantas, era prática importada do rádio, na qual os radialistas e *disk-jockeys* cobravam toda a sorte de valores e bens para divulgar uma música em seus programas, o que as gravadoras, sabendo que resistir seria inútil, aceitavam sem o menor escrúpulo.

Além do “Cassino do Chacrinha”, nos anos 80, as trilhas sonoras das novelas globais também se fazem fundamentais para entender o sucesso dos grupos de rock. Se nos anos 70, a MPB era preferida para figurar nos folhetins da emissora, ao longo da década seguinte a cena foi mudando de figura. Entre os anos de 82 e 85 as inserções do rock nas trilhas se fez de forma não tão numerosa, mas bastante impactante. De acordo com Heitor da Luz Silva, no período, bandas e artistas do gênero tiveram “33 faixas em 19 LPs lançados” (2012, p. 73), sendo que entre estas estiveram “Tempos Modernos” de Lulu Santos, “Você não soube me amar” da Blitz, - que chegou a vender 1 milhão de cópias - e “Menina Veneno” de Ritchie - que alavancou seu LP de estreia “Vôo de Coração” ao topo das vendas de 1983. A partir de 1986 a presença do rock nas trilhas ficou ainda maior, chegando a ter 69 faixas em 21 LPs lançados entre os anos de 1986 e 1989, também segundo Silva (2012, p. 73-74).

Afirmar que a televisão foi desde o início um braço importantíssimo da indústria fonográfica brasileira não significa, no entanto, tirar o mérito que o rádio continuou tendo ao longo da segunda metade do século XX, tanto como meio de comunicação de massas, quanto, principalmente, grande força da indústria do disco. Essa relação do rádio com o mercado do disco sempre existiu, mas no final dos anos 70 ela se fortalece ainda mais com a popularização das rádios FM.

1.2 As rádios FM

A tecnologia FM (do inglês *frequency modulation*, ou seja modulação de frequência) começa a ser usada no Brasil nos anos 50 “como uma ligação entre os estúdios das rádios AM e os aparelhos que transmitiam o seu sinal para os receptores residenciais, substituindo as linhas telefônicas, utilizadas para o mesmo fim até a década de 1950” (SILVA, 2008, p. 70-71). Em 1968, o governo militar proíbe o uso interno do sinal FM e passa a obrigar os proprietários das concessões

a fazer uma programação específica. Já nos anos 70, as emissoras iniciam suas transmissões com programações automatizadas de música e sem locução (ao contrário do que acontecia nas emissoras do sinal AM), como também aponta Silva.

1.2.1 A nova linguagem dos DJs

É importante notar a figura do *disk-jockey* (ou DJ como fica popularmente conhecido), que tem no pós-guerra o seu momento de entrada na programação das rádios dos Estados Unidos e nos anos 70 e 80 o seu auge nas rádios FM ao redor do globo. Com a intenção de baratear os custos da transmissão, o DJ passa a transmitir as canções através de suas versões gravadas em disco, em oposição à prática de apresentação ao vivo acompanhada por orquestras contratadas - característica até então marcante do rádio. Este formato "permitiria as pequenas rádios locais, com seus orçamentos mais modestos, concorrerem com as grandes redes de rádio" (CHAGAS, 2010, p. 33). O formato ajuda a estreitar a relação entre o rádio e o mercado do disco ao longo das décadas de 40 e 50, principalmente através dos programas que apresentavam as "paradas de sucesso". O modelo de exposição dos fonogramas como os lançamentos do momento feitos principalmente para o público jovem - que começava a despontar como potencial consumidor à partir do pós-guerra - se torna fundamental para a formação de gosto desse público e para a venda dos discos, em especial os *singles* ou compactos. As gravadoras enviavam para as rádios os fonogramas escolhidos como músicas de trabalho dos artistas (muitas vezes passando por mediações tendenciosas, como o caso já mencionado do "jabá") e estes eram adicionados ao *set list* da programação. Assim, segundo Chagas, "as emissoras sedimentaram um dos roteiros de consumo da música massiva, que se inicia com a audição da música pelas rádios e se desdobra em aquisições de discos, de ingressos para os shows, de camisetas e de tantos outros produtos vinculados ao artista" (2010, p.35). O impacto do formato de paradas de sucesso é tamanho que ele se sustenta mesmo em outra mídia, especificamente a televisão, décadas depois, como feito no programa "Globo de Ouro", já citado anteriormente. Mas a importância do DJ vai além do conteúdo da programação. Outra grande modificação é na forma. A apresentação das músicas passa a ter um tom descontraído, mais próximo do vocabulário do público jovem. "Em suma, tal modelo de locução seria pautado por um modo de falar descomprometido com uma

produção para a ‘boa’ finalização do texto jornalístico padrão, ou seja, executada com elevado nível de improviso.” (SILVA, 2008, p. 74)

No Brasil, já ao longo da década de 50, a figura do DJ é apresentada ao público. Nos anos 60, especialmente, Big Boy (nome artístico de Newton Alvarenga Duarte) se torna expoente da nova forma de locução e apresenta diversos programas em rádios diferentes, como o “Top Jovem”, o “Ritmos de Boate” e o “Big Boy Show”. Tendo como característica marcante sua locução despojada, inspirada dos DJs americanos, seu bordão “*Hello, crazy people*” e a inserção de lançamentos do gênero musical que dominava as paradas internacionais de sucesso - o rock - em seus programas, Big Boy se tornou a maior referência para os locutores que o sucederam na programação jovem das rádios. Mas, como aponta Chagas, “o auge desse tipo de locução foi alcançado mesmo nas rádios jovens transmitidas em FM” (2010, p. 35).

1.2.2 As rádios jovens

No final da década de 1970, é inaugurada no Rio de Janeiro a Rádio Cidade FM que, segundo Silva, ao se inspirar no modelo de locução popularizado por Big Boy e ter sua programação musical pautada pela parada de sucessos da *Billboard* americana, estabeleceu o “modelo de programação radiofônica no FM” (2008, p. 76). Fomentado pela maior qualidade sonora da tecnologia FM (que transmite em estéreo, ao contrário do AM que transmite em mono), o barateamento dos aparelhos sonoros e a popularização de rádios portáteis nos anos 70, o número de emissoras FM aumentou consideravelmente na virada para a década de 80. Barcinski (2014, p. 156) aponta que “até 1974, havia cerca de quinze emissoras FM em operação no país. No fim da década de 1970, elas já chegavam a quatrocentas”. Seguindo uma lógica de segmentação de conteúdo (e, portanto, de público), surgem, entre outras, a 98 FM no Rio de Janeiro, a Ipanema FM em Porto Alegre, a 89 FM em São Paulo e a Fluminense FM em Niterói.

Se a Rádio Cidade começou com o foco na *Dance Music*, gênero musical em voga à época de seu lançamento, ela se torna, nos anos 80 uma rádio voltada ao Rock. Isso se deve, tanto ao sucesso do festival “Rock in Rio” - idealizado e produzido por Roberto Medina e amplamente divulgado pela Rede Globo - quanto à sua concorrente do outro lado da baía de Guanabara, a Fluminense FM. Operando

no dial 94.9 MHz, a emissora do Grupo Fluminense de Comunicação entrou no ar em 1982 e logo foi apelidada de “Maldita”. Com uma programação dedicada quase exclusivamente ao Rock, a Maldita fugiu do sistema de *playlists* fechadas, ou seja, um número determinado de músicas que compunham obrigatoriamente a programação diária - para uma entrar, outra deveria sair. Com a *playlist* aberta, o rompimento com as paradas da *Billboard* e o uso do “Modelo Cidade” (como Silva descreve a locução jovem e despojada que se torna padrão nas FMs), a Fluminense FM se consolida e passa a ser fundamental para a nova cena do rock nacional que surge na década de 1980.

A Rádio Fluminense desempenhou um importante papel na disseminação do gênero rock e na consolidação de uma cena roqueira na cidade do Rio de Janeiro. Juntamente com o Circo Voador, a emissora ficou conhecida como um dos elos do circuito musical carioca. (CHAGAS, 2010, p. 41)

Na metade dos anos 80, as FMs já haviam se tornado sinônimo de música pop e jovem, fazendo oposição às AMs, que “continuavam tocando MPB, música romântica, brega, samba¹ e sertanejo. Criou-se uma barreira invisível que dividia os dois ‘Brasis’: o jovem e o velho” (BARCINSKI, 2014, p. 157). Eram, portanto, paralelas à televisão, as principais plataformas de divulgação de novos artistas, fomentando a indústria do disco.

De acordo com Mansur (2005, p. 52 – 53) a implantação da Cidade FM veio completar um eixo imposto pela televisão na modelagem do gosto musical do país. Assim, a execução no FM associada as aparições nos programas e telenovelas tornou-se o caminho mais eficiente para a chegada do artista ao grande público. (CHAGAS, 2010, p. 38)

1.3 As movimentações do mercado do disco

Como pudemos ver, a televisão e o rádio têm papel crucial na história da música brasileira, mas tudo isso se dá na união com o mercado que tem na música o seu legítimo produto: o mercado do disco. E se a indústria fonográfica se apoiou tanto nos meios estudados até agora foi, em suma, para se fortalecer e se manter. O que, obviamente, não foi da noite para o dia, nem sem seus altos e baixos. Eduardo Vicente aponta as décadas de 60 e 70 como momento chave do desenvolvimento da

¹ É importante notar, no entanto, que o samba também passava por uma renovação de nomes e estética, sendo incluído na lógica de segmentação das FMs. A rádio Tropical FM do Rio de Janeiro, foi, como aponta Silva (2008, p. 77), “uma emissora que se dedicou quase que exclusivamente ao samba, sendo propulsora das carreiras de nomes expressivos do pagode carioca dos anos 1980, como Zeca Pagodinho, Grupo Fundo de Quintal e Almir Guineto, além de divulgar os sambas-enredo das Escolas do Carnaval carioca.”

indústria do disco “dentro do processo de consolidação da indústria de bens culturais como um todo” (2002, p. 52) e ainda descreve seus números como “espantosos”.

As taxas de crescimento da produção, ininterruptamente positivas até 1979, terão (...) valores inferiores a 10% em apenas 4 ocasiões (69, 70, 74 e 75) chegando, nos anos de 68 e 76, a superar o patamar de 40%!” (VICENTE, 2002, p. 52)

Vicente aponta ainda os aumentos nos números da venda de toca-discos que crescem “em 813% entre 1967 e 1980” (ORTIZ, 1988, p. 127 apud VICENTE, 2002, p. 49) e o da venda de discos que salta de 5,5 milhões em 1966 para 52,6 milhões em 1979 (VICENTE, 2002, p. 50).

1.3.1 Disco é Cultura

É nas décadas de 60 e 70 que diversas *majors* se instalam ou se consolidam no Brasil, como já citado anteriormente. A força das gravadoras transnacionais pode ser explicado por dois fatores: os menores gastos com a produção de discos de artistas estrangeiros (por não demandar despesas com a gravação, apenas com a prensagem e distribuição) e a lei de incentivos fiscais conhecida como a lei do “Disco é Cultura”.

Criada em 1967, ela permitia às empresas abater do ICM (Imposto de Circulação de Mercadorias) qualquer gasto com gravações de artistas nacionais. Os discos beneficiados recebiam o selo “Disco é Cultura”. André Midani, diretor da Philips, me disse que a MPB só era “viável” à época por causa da legislação. “Se ela não existisse, a indústria teria sido completamente distinta. Haveria um estreitamento de orçamentos. Com o ICM, eu não tinha medo de investir em meus artista”. (BARCINSKI, 2014, p. 42)

Vicente (2002, p. 57) pondera que a lei, inicialmente pensada para fortalecer o mercado interno, acabou fortalecendo as *majors* que passaram a usar o dinheiro economizado do ICM para contratar os artistas que ainda compunham o *casting* das gravadoras nacionais. E é com essa estratégia das grandes gravadoras que elas se fortalecem, pois a música nacional ainda era a preferida do público, representando , de acordo com Barcinski (2014, p. 43), entre 60% e 70% do total de discos vendidos no período. O domínio das empresas internacionais é tamanho que, de acordo com dados do Nopem² levantados por Vicente (2002, p. 70), a participação das nacionais

² “A Nopem, Nelson Oliveira Pesquisas de Mercado, é uma empresa carioca voltada criada em 1965 com o objetivo de atender exclusivamente à indústria fonográfica. Nelson Oliveira, seu fundador, trabalhara anteriormente no Ibope e estruturou sua pesquisa de venda de discos a partir de informações de lojistas do eixo formado pelas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. As listagens não trazem quantidades de vendas, mas apenas a posição anual de cada álbum no ranking dos 50 mais vendidos.” (VICENTE, 2008, p. 100)

entre os 50 LPs mais vendidos cai de 17 em 1965 para 9 em 1971. A única gravadora nacional que fazia frente às *majors* seria a Som Livre. Em 1972, ainda no início de suas atividades, já representava pouco menos de um terço do total da participação de gravadoras nacionais entre os 50 LPs mais vendidos. Em 1984, o número chega a ser de quase 100%. São 11 discos entre os 12 de empresas brasileiras na listagem do Nopem (VICENTE, 2008, p. 71).

1.3.2 A Crise Econômica e Artística

Se os anos 70 serviram para pavimentar o caminho para maior profissionalização e segmentação da produção fonográfica no Brasil, com crescimento de vendas quase constante, a virada para a década de 80 não parecia trazer bons frutos. O período era de enorme instabilidade política e econômica, com os últimos anos da ditadura militar se desenhando. Vicente assim descreve a crise dos anos 80:

Tratava-se agora de uma severa retração da economia como um todo, relacionada a fatores como a recessão mundial e o grande endividamento externo do país, e tendo como resultante altas taxas de inflação (próximas a 100% ao ano), acompanhadas de expressivo aumento no desemprego. Sua consequências serão devastadoras para a indústria do disco, que passa a atravessar o que seria, até aquele momento, a maior crise de sua história. (2008, p. 89)

Um dos efeitos da crise, também segundo Vicente, é a maior concentração do mercado. É quando as gravadoras nacionais de fato perdem espaço para as *majors*. Algumas vão à falência, algumas fecham acordos pouco favoráveis com as internacionais e outras são completamente absorvidas. Outro, mais evidente é a queda no número de vendas, que segundo dados da ABPD (Associação Brasileira de Produtores de Disco) apresentados por Vicente (2008, p. 87) chega a 20,8% em 1981. Além disso, a virada da década é considerada um momento de entre-safra artística, dominada pela já “velha MPB” de Chico Buarque, Caetano Veloso e outros e sem um grande produto jovem que despontasse. O mais próximo disso eram o 14 Bis, banda mineira, herdeira do Clube da Esquina e A Cor do Som, herdeiros dos Novos Baianos. No entanto, segundo André Midani, citado por Alexandre (2013, p. 37), “tanto A Cor do Som quanto o 14 Bis eram grupos de músicos fantásticos, mas eram o rabo de uma geração e não a vanguarda de outra. Isso fez uma diferença fundamental”. A crise política/econômica, portanto, só agravava o quadro de uma crise artística que sangrou o mercado do disco. Mas logo tudo mudaria de figura.

1.4 Esse tal de BRock Enrow

Arthur Dapieve no primeiro capítulo do livro “BRock: o rock brasileiro dos anos 80” descreve a genealogia do gênero no Brasil. Vai dos irmãos Campello ao 14 Bis, passando pela Jovem Guarda, a Tropicália, o Progressivo e Raul Seixas. Não cabe aqui repetir esse traçado histórico feito por Dapieve, mas ele ajuda a entender de onde saem as bandas que dominaram a cena oitentista. O início da década é marcado, principalmente em São Paulo e em Brasília, pela forte presença do punk na cena independente. Grupos como Cólera, Inocentes e Ratos de Porão tomaram forma nessa época. Mas tal como no resto do planeta, já não era mais o tempo do punk. A *New Wave* dava as caras, ditava a moda e influenciava diretamente as novas bandas que começaram a surgir. Nesse contexto, em São Paulo crescem as danceterias, como palco da nova cena, tal como Madame Satã, Carbono 14 e Napalm e no Rio de Janeiro, “fora os bares, o *point* do novo rock brasileiro era o lendário Circo Voador” (DAPIEVE, 2015, 33).

O Circo Voador foi erguido em janeiro de 1982 na praia do Arpoador e logo seria despejado de lá para se estabelecer na Lapa. Foi debaixo da lona do Circo Voador que o Brasil viu surgir a Blitz, o Barão Vermelho, entre outros. No mesmo ano, entra no ar a Rádio Fluminense FM que, como já mencionado, foi a principal aliada da nova cena de Rock que passava pelo Circo Voador, chegando a lançar um disco pela WEA em 83 chamado “Rock Voador”. Entre os nomes presentes na compilação estão Kid Abelha & os Abóboras Selvagens, Celso Blues Boy e outros. Logo, o BRock já estava furando a bolha dos artistas da MPB na televisão e entrando nas trilhas das novelas e nos programas de auditório já citados, aumentando ainda mais o seu alcance. Aliado a isso, a fidelidade do público segmentado das FMs ajudou a consolidar essas bandas. Mas isso só se confirmou realmente na metade da década.

1.4.1 Rock in Rio

Em 1984, o momento ainda era de instabilidade política. A população clamava por eleições diretas. O primeiro *single* do Ultraje a Rigor, “Inútil”, virou o tema do movimento das Diretas Já. O BRock já havia dado seus primeiros grandes passos, “As Aventuras da Blitz”, primeiro disco do grupo carioca, lançado em 82, já havia

vendido 100 mil cópias “mais rápido do que chope e batata frita num sábado à noite” (DAPIEVE, 2015, p. 58), “Vôo de Coração” de Ritchie, lançado em 83, chegou a inacreditáveis 700 mil cópias, batendo Roberto Carlos que, ano após ano, liderava o mercado em vendas. Nesse contexto, a Artplan Eventos, na figura de Roberto Medina, organizou o Rock in Rio.

Tudo mudou depois do Rock in Rio, o festival que parou o país de 11 a 20 de janeiro de 1985 para colocá-lo na rota dos shows internacionais, apresentar um imenso público jovem à sua nação e elevar o pop brasileiro a outro nível de profissionalismo. (ALEXANDRE, 2013, p. 212)

Contando com uma estrutura faraônica em um terreno de 250 mil metros quadrados e investimento de cerca de 4,5 milhões de dólares (ALEXANDRE, 2013, p. 212), o Rock in Rio trouxe para o Brasil nomes consagrados do rock e do heavy metal internacional como Queen, Ozzy Osbourne, Iron Maiden, Rod Stewart, Yes e AC/DC, entre outros; alguns medalhões da música brasileira como Erasmo Carlos, Baby Consuelo e Pepeu Gomes, Rita Lee, Ney Matogrosso e Ivan Lins e de maneira quase sintomática, nomes do novo BRock. A intensa divulgação do evento, tanto na rádio, quanto em revistas das mais diversas e, especialmente, na Rede Globo, ajudou a consolidar o gênero no país. A imensa repercussão do festival consolidaria bandas e artistas novos que subiram ao palco, como Blitz, Kid Abelha & os Abóboras Selvagens, Lulu Santos e especialmente Barão Vermelho e Os Paralamas do Sucesso. Estes fizeram um show simples, sem cenografia, confiando apenas na música e no discurso. Herbert Vianna, além de mencionar as eleições indiretas para o primeiro presidente civil desde João Goulart que aconteciam no mesmo dia, “sintomaticamente, ao final do show (...), homenageou os Titãs, Ultraje a Rigor, Magazine, Lobão e a rádio Fluminense FM, estabelecendo-se como representantes de uma geração em ebulição frente ao grande público e à grande mídia” (ALEXANDRE, 2013, p. 220). O saldo do mega festival foi o estabelecimento definitivo do rock como gênero preferido do público e, principalmente, do mercado. Segundo Alexandre, “as novas bandas que surgiam (...) já eram alçadas ao grande circuito quase que instantaneamente, para shows em ginásios ou em festivais regionais” (2013, p. 234). O rock passou a estar em todos os lugares: rádio, revistas, programas de TV, cinema e onde mais desse para encaixar. E 1986 veria números ainda mais assombrosos e uma profissionalização ainda maior.

1.5 O Plano Cruzado

Em fevereiro de 1986, o presidente José Sarney anunciou um novo plano econômico que daria um novo respiro para a indústria fonográfica, em momento absolutamente oportuno. Este era o Plano Cruzado.

A moeda da época, o cruzeiro, teria três zeros cortados e seria substituída pelo cruzado. [...] O Plano Cruzado congelava os preços e o câmbio e recalculava os salários à média do último trimestre acrescida de um bônus de 8%. O decreto extinguiu a correção monetária, criava o seguro-desemprego e o gatilho salarial, que reajustaria automaticamente os salários toda vez que a inflação chegasse a 20%. (ALEXANDRE, 2013, p. 265)

O reflexo da aparente estabilidade monetária propiciado pelo Plano Cruzado nos números do mercado do disco foi facilmente perceptível. Em 1986 a ABPD registrou crescimento de 72,3% no total das vendas da indústria fonográfica (VICENTE, 2008, p. 87), só entre setembro e outubro, foram registrados cerca de 18 milhões de discos vendidos (ALEXANDRE, 2013, p. 265). Foi nesse ano que o RPM, que já estava estourado nas rádios, lançou seu registro definitivo, “Rádio Pirata - Ao Vivo” que quebrou todos os recordes com o inacreditável número de 2,2 milhões de cópias vendidas (DAPIEVE, 2015, p. 124). Os números continuaram bons por mais um ano, mas a boa fase estava por acabar. O RPM com seus sintetizadores e super produção acabaram por se tornar o padrão procurado pelo mercado e isso não se traduziu em público. A onda já ia passando quando o Plano Cruzado deu sinais de fraqueza e nova crise se instaurou no país. “Se o caos se resumisse à indústria fonográfica seria o menor dos problemas. Faltava carne e leite em todas as grandes cidades do Brasil” (ALEXANDRE, 2013, p. 311).

Se as décadas de 60 e 70 foram o período de consolidação da indústria fonográfica no Brasil, a de 80 foi o período de grande desbunde deste mesmo mercado. As fórmulas aprendidas ao longo das décadas anteriores foram usadas à exaustão e levadas a seus limites durante os anos 80. Mas o preço seria cobrado. Muitas das bandas não vingaram, outras foram buscar novas sonoridades, as FMs foram perdendo a força e a década de 90 se desenharia de outra forma. Mas isso é outra história. O foco deste trabalho está nos anos 80 e a grande convergência da indústria da cultura e do entretenimento em torno do BRock. Se já tratamos do rádio e da televisão, ainda é necessário falar do caso que me parece ser o mais curioso: o cinema.

CAPÍTULO 2 - A MÚSICA POP NO CINEMA BRASILEIRO

Durante os anos 80, a música pop³, além de ter presença forte nas trilhas sonoras das novelas, foi amplamente utilizada nas trilhas de cinema. Mas para entender melhor como isso se dá, é necessário falar sobre a trajetória da canção no cinema brasileiro e da inserção do público jovem - principal consumidor da música pop - neste mesmo cinema. Para isso, vou acompanhar as teses de Marcia Carvalho e Zuleika Bueno que dão, respectivamente, um tratado histórico da canção e da produção juvenil no cinema brasileiro.

2.1 A canção nos primeiros anos do cinema

Desde o início do cinema, a música esteve presente. Fosse como acompanhamento das imagens, fosse como forma de entretenimento do público nos intervalos das sessões ou na sala de espera. A presença do som (seja verbal ou não) no cinema é uma questão que surge já no início da história da sétima arte. Alberto Cavalcanti afirma que a “história do som no cinema começa com a invenção deste último. Em nenhum período de sua evolução foi costume mostrar filmes ao público sem um acompanhamento sonoro qualquer (...)” (CAVALCANTI, 1976, p.135 apud CARVALHO 2009, p.47). No Brasil não foi diferente e Carvalho (2009, p. 43) diz que “o cinema brasileiro sempre foi acompanhado com música popular”. Jean-Claude Bernardet (2008, p. 75) afirma ainda que “houve projeções sonoras no Brasil, pelo menos de filmes estrangeiros. Já em 1902 (há casos anteriores?) o Salão-Paris, em São Paulo, anunciava o “Cine-Phone” com a fita *Trabalhando*”. O cinema brasileiro, portanto, não ficou atrás do resto do mundo no que diz respeito à presença do som nas sessões, nem nas tentativas de sincronização do mesmo com as projeções. Várias das tecnologias para a sincronização mecânica chegaram ou foram desenvolvidas no Brasil já nos primeiros anos, além da prática dos filmes cantantes. Estes se tornam a principal forma de sonorização do cinema brasileiro nos primeiros anos, já que a mecânica encontrava dificuldades como “a falta de estabilidade de energia elétrica e o desgaste das películas e dos discos” (CARVALHO, 2009, p. 56), além de não haver registros sobre produção e

³ André Barcinski (2014, p. 10) define a música pop como sendo “para consumo maciço, na forma de canção, de duração curta (dois a quatro minutos, em média), escrita em formato simples de ‘estrofe-refrão-estrofe’ e com repetição de partes, visando a rápida assimilação pelo ouvinte. Era, basicamente, uma canção para tocar no rádio e dirigida ao público jovem”.

projeção de filmes brasileiros que utilizavam alguma técnica dessas, segundo Bernardet (2008, p. 75). Os filmes cantantes consistiam em posicionar artistas atrás das telas de projeção para que estes cantassem ou falassem de forma sincronizada à imagem. A prática era comum principalmente em filmes de curta duração que apresentavam números musicais e/ou teatrais e obteve bastante sucesso nas duas primeiras décadas do século XX.

2.2 Carnaval e cinema: das comédias musicais às chanchadas

Nas décadas de 20 e 30, o cinema sonoro continua se desenvolvendo e começa a encontrar a nascente indústria fonográfica, que ganha força com a invenção da gravação elétrica, trazida ao Brasil pela Odeon em 1927 e com a expansão da radiofonia comercial.

A música popular no cinema brasileiro participou ativamente da consolidação do cinema sonoro articulando a evolução da radiofonia e da indústria do disco, particularmente com a canção popular, na produção de filmes musicais desde as experiências de Luiz de Barros, com o sucesso do musical *Coisas Nossas*, em 1931, comandado pelo empresário norte-americano Wallace Downey, que chegou a São Paulo em 1928 para trabalhar como diretor artístico da Columbia Discos e se tornou um personagem importante na criação da indústria do rádio e do disco. (CARVALHO, 2009, p. 69)

O filme “Coisas Nossas” se tornou grande sucesso de público e contou com participação de diversos artistas de rádio e de teatro, alternando diferentes números artísticos que se sucediam, sem enredo (SOUZA, 2007, p. 33-34 apud CARVALHO 2009, p. 74). A sonorização dos filmes à partir dos discos ditava o fim da era dos filmes cantantes e a música popular deixa então a parte de trás das telas para se consolidar no rádio e nas versões gravadas das canções que eram sincronizadas às projeções cinematográficas. A canção continuaria como parte importante das produções cinematográficas brasileiras, especialmente naquelas que se tornariam conhecidas como chanchadas.

No período sonoro, traços inaugurais da chanchada podem ser vistos naquele que é considerado o primeiro filme falado brasileiro, *Acabaram-se os otários* (1929), de Luís de Barros. O cartaz desse filme não deixa dúvidas ao indicar a fórmula básica do gênero emergente, prometendo uma sucessão de “canções, modinhas, piadas e trocadilhos”. (VIEIRA, 2003, p. 48)

Na década de 20 também o samba se consolida como um gênero musical de forte ligação com a ideia de nacionalidade brasileira e logo se torna parte fundamental do carnaval. Os bailes de carnaval já tinham o interesse da indústria

cinematográfica desde seus primeiros anos, aparecendo principalmente em documentários e cine-jornais, mesmo que sem som. Nos anos 30, a produção cinematográfica brasileira, “com a Companhia Cinédia, apostou no samba, no carnaval e no rádio, apresentando as imagens dos mais populares cantores e compositores da época, como Carmem Miranda, Lamartine Babo, Noel Rosa, Francisco Alves e Assis Valente” (CARVALHO, 2009, p. 86). De fato, a Companhia Cinédia, fundada por Adhemar Gonzaga na virada para a década de 30, se torna um nome fundamental para a consolidação das comédias musicais tendo o samba e o carnaval como chamariz para seus filmes. Entre os títulos lançados pela Cinédia estão “Alô, alô Brasil!” (1935), “Alô, alô carnaval!” (1936) e “Banana da Terra” (1938), todos com presença de Carmem Miranda, um dos maiores nomes da história do rádio brasileiro. Também nesses filmes, estão canções que se tornaram grandes sucessos, como “Cantores do Rádio” de Alberto Ribeiro, João de Barro e Lamartine Babo, “O que é que a baiana tem?” de Dorival Caymmi (interpretado por Carmem Miranda) e “Cidade Maravilhosa” de André Filho, até hoje cantada no carnaval. Portanto, já nos anos 30 podemos perceber na entre diferentes mídias uma grande integração. Marcia Carvalho afirma que, de acordo com Suzana Cristina de Souza Ferreira, “o *star system* brasileiro daquela época foi fundado a partir do rádio, impulsionando os cantores brasileiros para o cinema, prática que reforçou ainda mais, a idealização de astros e estrelas e da divulgação de novas modas e comportamentos” (2008, p. 100).

O desenvolvimento do gênero de comédia que ficou conhecido como chanchada – termo pejorativo utilizado por vários críticos de cinema e que possui origem etimológica no italiano *cienciata*, significando um discurso sem sentido, uma espécie de arremedo vulgar, argumento falso – vincula-se diretamente ao advento do cinema sonoro, vez que a música popular, em grande parte de natureza carnavalesca, é uma característica essencial desse conjunto de filmes, talvez seu traço genérico mais forte. (VIEIRA, 2003, p. 46)

As chanchadas se estabeleceriam nos anos 30 com elementos do rádio e do teatro de revista, intercalando esquetes e piadas com números musicais ligados ou não à cena. Com o tempo essas alternâncias começariam a ser estruturadas de forma a integrar melhor música e narrativa. Nos anos 40, a Atlântida Cinematográfica, companhia fundada por Moacyr Fenelon em 1941, se estabeleceria como a maior produtora das chanchadas para o cinema.

No início dos anos de 1940, apesar de intenções e projetos de natureza mais séria, a Atlântida fará da chanchada, durante duas décadas ininterruptas (1942-1962), uma espécie de marca identitária da empresa. Os títulos da segunda e terceira produções da empresa não deixam quaisquer dúvidas quanto ao seu futuro: *É proibido sonhar* (de Moacyr Fenelon, 1943) e *Tristezas não pagam dívidas* (de José Carlos Burle e Ruy Costa, 1944), este alardeado como “o filme carnavalesco de 1944” que, além de introduzir as principais canções que fariam sucesso no carnaval daquele ano, colocava, lado a lado, Grande Otelo e Oscarito. Seu título, ironicamente, acaba sendo emblemático dos destinos da empresa, ao redirecionar as tais intenções mais ambiciosas de produção de filmes dramáticos, socialmente engajados, para comédias musicais carnavalescas. (VIEIRA, 2003, p. 49-50)

Nota-se portanto, o encontro dos interesses do mercado da música e do cinema, ao aliar o lançamento das chanchadas ao das canções. Nos anos 50, as chanchadas “chegaram a superar o número de ingressos vendidos de alguns filmes de Hollywood” (LIMA, 2007, p. 107), se estabelecendo como o tipo de produção que dava lucro certo para o estúdio e demonstrando grande integração do cinema com a música e cultura de massa.

Mesmo considerando a ingerência norte-americana no cinema brasileiro, foi durante os anos 50 que a chanchada viveu seu apogeu, tanto na relação com o público quanto no aprimoramento narrativo do gênero. Os filmes passam a distribuir de forma mais equilibrada os números musicais no enredo, isto é, ampliam os diálogos e encaixam a música como um complemento da história. Começam a despontar tramas mais elaboradas e mais críticas em relação ao contexto social. O recurso da paródia a filmes norte-americanos torna-se corrente, e os diretores que respondem por essas mudanças são José Carlos Burle, Carlos Manga e Watson Macedo, além do roteirista Victor Lima, todos na Atlântida. (LIMA, 2007, p. 110-111)

2.3 A produção paulista

Em São Paulo, é inaugurada em 1949, a Companhia Cinematográfica Vera Cruz, que trazia uma mentalidade diferente da Atlântida na tentativa de estabelecer um cinema industrial baseado no modelo de Hollywood. Se a Atlântida com suas chanchadas realizava “produções baratas, filmadas rapidamente, com equipes e elenco mantidos a baixos salários” (VIEIRA, 2003, p. 53), a Vera Cruz tinha enormes gastos com produções suntuosas e contratação de técnicos estrangeiros para suas produções. Essa pretensão custou caro e o estúdio acabou por ter vida curta, fechando as portas antes da metade da década de 50.

A produção da Vera Cruz era caracterizada por um sistema de estúdios, com a preocupação de produzir industrialmente seus filmes, que constituíam dramas universais com produções luxuosas e caras pontuadas pela chave do melodrama, com temas e personagens nacionais abordados a partir de aspectos folclóricos da realidade brasileira. Características que

podem parecer verdadeiros “mitos” sobre a companhia, mas que foram consolidadas na historiografia do cinema brasileiro a partir dos próprios depoimentos das pessoas que trabalharam na Vera Cruz e que relatam as histórias do seu irremediável fracasso não só devido ao alto custo dos seus filmes e a ausência de uma distribuidora própria, mas também pela arrogância de sua valorização do estrangeiro, da técnica, sem um entendimento de realização cinematográfica, que elegia técnicos e criava uma hierarquia de trabalho sem levar em conta a prática e a organização da produção audiovisual. (CARVALHO, 2008, p. 120-121)

Também inspirado nos padrões do cinema estadunidense, a Vera Cruz opta por privilegiar a composição de temas instrumentais orquestrados para a trilha sonora de seus filmes, tendo contratado nomes como Radamés Gnattali, Francisco Mignone, Gabriel Migliori, Guerra Peixe e Enrico Simonetti (CARVALHO, 2008, p. 124). Preocupada em atrair público, a companhia contrata Amácio Mazzaropi, que já era nome popular do rádio, para estrelar a comédia “Sai da Frente” (1951) e este, posteriormente se aproximaria das convenções da chanchada em suas próprias produções.

Em 1958, Mazzaropi funda a Produções Amácio Mazzaropi, ou PAM Filmes, para lançar as suas próprias fitas. Inicialmente contando com equipamentos usados da falida Vera Cruz, as primeiras produções ocorreram de forma precária.

Mas como seus filmes foram tão bem-sucedidos e deram tanto lucro, Mazzaropi, aos poucos, construiu um dos estúdios cinematográficos mais bem-equipados do país e comprou seu próprio estúdio-fazenda em Taubaté, no estado de São Paulo, onde a maioria de seus filmes foi produzida (BUENO, E. P., 1999, p. 17-18)

É importante frisar que Mazzaropi teve suas raízes artísticas ligadas ao circo, ao teatro itinerante e ao rádio e isso se refletiu quando ele partiu para as próprias produções no cinema. Como já dito, ele retoma convenções da chanchada, trazendo a canção popular para os seus filmes. Muitas vezes em seus filmes, há a inserção de números musicais deslocados da narrativa, como quando Agnaldo Rayol aparece para cantar em “Jeca Tatu” (1959) - talvez a obra-símbolo de Mazzaropi. Porém, há outros momentos em que a canção aparece de forma atrelada à narrativa, como em “Tristeza do Jeca” (1961) em que o próprio Mazzaropi interpreta a canção “Tristezas do Jeca”, de Angelino de Oliveira, demonstrando os sentimentos de seu personagem através da letra que diz: “Nestes versos tão singelos / Minha bela, meu amor / Pra você quero contar / O meu sofrer e a minha dor”.

Mazzaropi, então, se apoiava não só no cancionista popular/folclórico, como também nas canções populares do rádio, incluindo em seus filmes artistas como

Celly e Tony Campello, Lana Bittencourt, Miltoninho, Hebe Camargo, Elza Soares, Ângela Maria, Agnaldo Rayol entre outros.

2.4 Anos 50 e 60: o cinema encontra o rock

A década de 1950 de fato pavimentou o caminho para a consolidação da canção no cinema e ao final da década essa relação se demonstra realmente próxima. José Ramos Tinhorão atesta, segundo Zuleika Bueno (2005, p. 32) afirma que “em 1957, dezoito filmes contavam com a participação de cantores em números musicais ou não”. Nos Estados Unidos o *rock'n'roll* já desempenhava um papel importante na relação entre a indústria fonográfica e o cinema nos anos 50, tendo no público jovem o seu foco. Em 1956, foi lançado “Rock Around the Clock” (no Brasil, “Ao balanço das horas”), considerado o primeiro *teenpic*⁴, nomeado à partir da canção de Bill Haley que teve grande sucesso de público (BUENO, 2005, p. 27-28). No Brasil, o rock não tardou a chegar e os irmãos Celly e Tony Campello, precursores do gênero no país, fizeram sucesso no fim dos anos 50 com canções como “Boogie do bebê”, “Banho de lua”, “Lacinho cor-de-rosa” e, em 1959, o grande *hit* “Estúpido Cupido”. No mesmo ano de seu maior sucesso radiofônico, a dupla fez participação no filme “Jeca Tatu”, de Amácio Mazzaropi. Bueno aponta ainda que a presença das músicas carnavalescas nas chanchadas dependia mais do interesse das gravadoras em lançá-las do que necessariamente do carnaval em si.

Dessa forma, as tendências dos números musicais cinematográficos acompanhavam as tendências da indústria fonográfica da época. A ascensão da “música jovem” no elenco das gravadoras e o declínio da canção carnavalesca no final dos anos 50 abriu espaço, portanto, para a inserção da “turma do rock” na produção das chanchadas. (BUENO, 2005, p.36)

2.4.1 Bossa Nova e arte engajada

Na década de 60 essa tendência continua e se acentua à medida que o rock se consolida como gênero musical de grande apelo comercial no mundo todo. Mas no Brasil, é importante que se note, há na virada da década a ascensão de outro gênero: a Bossa Nova. Esta seria abraçada pela juventude universitária e também dominaria o mercado da música, tendo grande destaque, como já citado, na televisão, que se consolidava definitivamente ao longo da década. Em 1968, foi

⁴ *Teenpic* é um dos nomes que se dá à produção cinematográfica juvenil que será melhor discutida mais adiante neste trabalho.

lançado o filme “Garota de Ipanema”, inspirado pela canção homônima de Vinicius de Moraes e Tom Jobim que contava, ainda, com a participação de Chico Buarque. Dirigido por Leon Hiszman, que vinha de um ambiente mais politizado, ligado ao Centro Popular de Cultura da UNE, o filme faz um retrato da juventude considerada “alienada”, na figura da garota, Márcia (Márcia Rodrigues), que “vivia nas areias de Ipanema entre amigos, preocupada com o vestibular e amores” (BUENO, 2005, p. 54). Mas o próprio diretor mais tarde afirmaria a contradição do filme.

O filme carregava uma contradição: contestava o mito da Garota numa produção cara, que precisava dar renda e por isso era voltada para as faixas mais jovens da população. Pretendia ser a base de um possível caminho industrial no cinema brasileiro, mas atacava a alienação quando justamente se destinava a um público alienado. Exemplo: enquanto João Gilberto canta “Insensatez” a Garota, na fossa, hesita longamente sobre o que fazer, até que se decide a ir à praia: o público se encheu! No fim, os melhores momentos acabaram sendo os de homenagem musical. (HIRZMAN, 1995, p. 34, apud BUENO, 2005, p. 55)

O longa não teve boa renda nas bilheteria e é apontado por Carvalho “como mais um exemplo de filme com a compilação de canções da sua época” (2008, p. 147). Essa compilação citada consiste na aparição de Vinicius de Moraes, Chico Buarque, Nara Leão, MPB-4 e Ronnie Von. Este último, porém, estava mais alinhado ao “iê-iê-iê” (nome comumente dado ao rock na época) do que à Bossa Nova, o que demonstra o caráter compilatório do filme, que não adere à polarização “bossa nova engajada *versus* iê-iê-iê alienado” que se deu ao longo da década de 60. Tal polarização acaba por refletir na participação da música popular na produção cinematográfica. Se o rock figuraria em filmes juvenis, comédias e demais produções alinhadas ao cinema comercial, a MPB teria, inicialmente, mais espaço nas produções do Cinema Novo.

Historiadores e críticos da música popular assinalam ainda um estranho cruzamento entre a Bossa Nova e a chamada música de protesto a partir dos anos 60. Este intercâmbio entre artistas de diversos setores, no cruzamento da produção para teatro, cinema, música e literatura, segundo o pesquisador Affonso Romano Sant’Anna (2004, p.48), caracteriza esta nova geração. Na relação entre música e cinema, destacam-se nomes como Sérgio Ricardo, Carlos Lyra e Geraldo Vandré. Carlos Lyra, por exemplo, além de integrar o movimento Bossa Nova também participou do Centro Popular de Cultura (CPC), compondo a música “O subdesenvolvido”, com letra de Francisco de Assis. (CARVALHO, 2008, p. 144)

O Cinema Novo, entre suas inovações de linguagem cinematográfica e engajamento político, trabalha a canção em seus filmes de forma distante da trabalhada no cinema comercial, nas chanchadas, mas não deixa de tê-la presente.

Sérgio Ricardo participa das trilhas sonoras de “Deus e o diabo na terra do sol” (1964) e “Terra em Transe”(1967), ambos de Glauber Rocha. Carvalho aponta neste último a estranha combinação de composições de Villa-Lobos, Giuseppe Verdi e Carlos Gomes, com umbanda, samba, jazz e bossa nova e afirma que o filme “foi considerado matriz estética do Tropicalismo” (2008, p. 150).

2.4.2 A Jovem Guarda

Do outro lado do espectro, a Jovem Guarda, presente no rádio e na TV, teve presença marcante também no cinema. No início da década, houve a ascensão mundial dos Beatles, que dominaram o conjunto rádio-cinema-televisão e fizeram sucesso estrondoso com o filme “A Hard Day’s Night” (no Brasil, “Os reis do iê-iê-iê”) de 1964, homônimo ao disco lançado no mesmo ano pela banda. Seguindo o caminho dos rapazes de Liverpool e o já pavimentado pelos precursores do rock no Brasil ao final da década de 50, o gênero musical teve participação expressiva no cinema nacional na década de 60.

De participações especiais, os artistas do iê-iê-iê passaram a se tornar cada vez mais atrações principais. Em *Na onda do iê-iê-iê* (1965) de Aurélio Teixeira, que reuniu os comediantes Renato Aragão e Dedé Santana no cinema, os números musicais ficaram a cargo dos representantes do gênero que emprestava seu nome ao filme: Wanderley Cardoso, Rosemary, Os Vips, Wilson Simonal, Brazilian Beatles, Renato e seus Blue Caps, The Fevers, Ed Lincoln, contando ainda com a participação de uma cantora mais ligada à música popular brasileira, Clara Nunes, além do apresentador Chacrinha. Como a publicidade divulgava, esse era “um filme da Jovem Guarda”. (BUENO, 2005, p. 38)

Além de filmes com participação de Jerry Adriani (“Essa gatinha é minha”, de 1966, “Em busca do tesouro” de 1967 e “Jerry, a Grande Parada” de 1967) e de Wanderleia e Erasmo Carlos em “Juventude e Ternura” (1968), a Jovem Guarda teve destaque no cinema, principalmente, pela trilogia de filmes estrelados por Roberto Carlos e dirigidos por Roberto Farias: “Roberto Carlos em Ritmo de Aventura” (1967), “Roberto Carlos e o Diamante Cor-de-Rosa” (1968) e “Roberto Carlos a 300km por hora” (1971). É perceptível a posição de destaque do nome do cantor nos títulos dos filmes que, naturalmente, se apoiavam na figura dele, já bastante trabalhada pela televisão no programa “Jovem Guarda” da TV Record, para garantir seu sucesso comercial.

Mas não é só pela presença de Roberto Carlos que esses filmes são importantes na compreensão da história da canção no cinema brasileiro e dos

teenpics nacionais. Roberto Farias trouxe para esses filmes uma produção mais sofisticada e com inovações de narrativa e linguagem que devem ser destacadas. No primeiro filme da trilogia, o cantor interpreta a si mesmo, grava e apresenta suas canções ao mesmo tempo em que é perseguido pelos vilões do filme, em sequências de ação com vôos de helicóptero, perseguições de carro e até combates em tanques de guerra. As canções são apresentadas de forma tanto diegética quanto não-diegética. Essas inserções musicais vão de gravações no estúdio a um vôo de helicóptero pelo Rio de Janeiro tendo uma montagem com tendências de videoclipe, passando por apresentações em programas de auditório em momentos típicos do “para-pra-cantar” das chanchadas. Além disso, há a presença da metalinguagem no longa em momentos como o que Roberto Carlos se questiona quanto à posição de mocinho ou como a surreal sequência em que Reginaldo Farias, interpretando o diretor do filme, externaliza um diálogo interno se questionando sobre os rumos da película, dialoga com a voz onipresente do diretor e ainda se vê preso em sua própria trama. Zuleika Bueno assim sintetiza o impacto de “Roberto Carlos em Ritmo de Aventura”:

Componentes residuais, tradicionais e emergentes se entrelaçavam na composição do filme de Roberto Farias, satisfazendo as expectativas de um vasto público de espectadores, dos mais ingênuos aos mais conscientes da narrativa ficcional, resultando num modelo extremamente bem sucedido de produção cinematográfica juvenil reproduzido nos dois filmes seguintes. (BUENO, 2005, p. 45)

Os anos 60, tanto por novas tecnologias, quanto por questões estéticas e políticas, além da consolidação da televisão, viu o cinema passar por diversas transformações e questões, se distanciando da tradição das chanchadas, voltando os olhos para o público juvenil, fosse universitário “engajado”, fosse “alienado” e isso se reflete na relação com a canção. Sua inserção nos filmes começa a se distanciar das práticas das chanchadas como o para-pra-cantar e passa a compor a narrativa de forma mais integrada a esta. Nos anos 70, a canção popular passa a ser fundamental para as telenovelas e é nesse nicho que passa a ter grande impacto para o mercado do disco, como já discutido. Quanto ao cinema, Marcia Carvalho afirma:

Na trilha sonora dos anos 70, principalmente percorrendo a produção do chamado cinema marginal, nota-se que a figura do compositor de música para cinema praticamente desaparece e o uso de seleção musical com canções já existentes se torna prática recorrente, quase sempre assinada pelos próprios diretores, como Rogério Sganzerla ou Carlos Reichenbach,

entre outros. Essa tendência ao uso de trilhas adaptadas, com canções já existentes, foi justificada devido à falta de recursos financeiros, que levaram muitos diretores a providenciar eles mesmos as músicas e os recursos sonoros de seus filmes, mas também configura a cristalização da prática da colagem, que pregava o uso intertextual de músicas orquestrais e canções populares, recursos de sonoplastia que dialogavam com a linguagem do rádio e da televisão, misturando sons, ruídos e silêncios, abandonando definitivamente a forma tradicional de associar som e imagem no cinema narrativo. (CARVALHO, 2008, p. 175)

2.5 *Teenpics*: o cinema juvenil

Falar sobre produção cinematográfica para o público jovem significa, em primeiro lugar, falar sobre esse público. O final da segunda guerra mundial trouxe consigo mudanças significativas na ideia de adolescência. Se no início do século XX a juventude era apenas um breve período entre a conclusão dos estudos, por volta dos 15 anos, e a formação de família até os 18, ao longo das primeiras décadas essa faixa foi se alargando. Nos Estados Unidos, ao longo dos anos 40 e 50, há um aumento no número de adolescentes frequentando a escola, além destes passarem mais tempo nela e posteriormente ingressarem na universidade. O grande avanço do capitalismo atinge essa juventude na forma de maior poder aquisitivo e independência dos pais. Ao passar mais tempo entre os seus pares geracionais do que com seus pais e desenvolver características que os distanciam das gerações anteriores, a juventude passa a ser um novo estágio a ser compreendido, apropriado pelo mercado e, de fato, vivido.

A juventude, então, deixou de ser compreendida como um estágio transitório entre a vida infantil e a adulta para tornar-se uma experiência fundamental, da qual não se podia escapar, necessária na formação da própria subjetividade e das narrativas pessoais e geracionais. Ela ganhava, conseqüentemente, autonomia, fosse como representação ou experiência. O jovem, portanto, se tornava um agente social dotado de poder. (BUENO, 2005, p. 81-82)

Com um marco legal que classificava o cinema como forma de expressão protegida pela Primeira Emenda da Constituição, decretado pela Suprema Corte dos EUA, diminuiu-se drasticamente a ação de órgãos e políticas de censura à produção cinematográfica. Também nos anos 50, o *Hays Code*, código de determinações sobre o tipo de conteúdo que poderia ser produzido nos Estados Unidos, foi perdendo força e a produção passa a trazer questões antes incompatíveis com o código de moral hollywoodiano como a delinquência, o sexo e a boemia. Tais temas dialogavam diretamente com o público jovem que demonstrava essa ruptura com as

gerações anteriores. Isso se refletiu na presença dessa faixa etária nas salas de cinema, que se tornam principal consumidor da sétima arte, como aponta Paulo Emílio Salles Gomes:

(...) mais ou menos a partir dos doze anos de idade os indivíduos vão ao cinema, aumentando a frequência rapidamente até atingir o ponto mais alto entre 15 e 20 anos, declinando em seguida gradualmente. (...) Não é só pelo número que os jovens norte americanos constituem o setor mais importante do público cinematográfico. Desde a última guerra processou-se entre os adolescentes um fenômeno social de muitas consequências para a vida do país e que incidiu diretamente sobre a indústria cinematográfica (GOMES, 1981, p. 49-53, apud CARVALHO, 2005, p. 24)

O cinema hollywoodiano não tardou a representar nas telas a “condição juvenil”. Nesse sentido, “Juventude Transviada” (“*Rebel Without a Cause*”, originalmente), dirigido por Nicholas Ray e estrelando James Dean e “Sementes da Violência” (“*Blackboard Jungle*” originalmente), dirigido por Richard Brooks, ambos lançados em 1955, se tornam marco dessa representação. Ainda que fossem considerados filmes adultos, o público juvenil aderiu a eles, principalmente por se virem representados na tela através dos conflitos geracionais exibidos. Neles, há a presença de um jovem, socialmente desajeitado e violento, que enfrenta a posição de autoridade representada pelos professores e pais. O sucesso dessas duas produções pavimentam, portanto o caminho para a consolidação dos filmes adolescentes, os *teenpictures* (ou *teenpics* de forma abreviada) conforme aponta Piccinini:

A afirmação dos filmes adolescentes como gênero veio com o interesse que o sucesso dos dois filmes, Sementes da Violência e Juventude Transviada, aliado ao potencial de mercado de um novo público jovem, causou em produtores conhecidos por práticas chamadas de *exploitation*, com destaque para Sam Katzman. Os *teenpics* ganharam, assim, identidade e recortes específicos a partir das décadas de 1950 e 1960 (PICCININI, 2013, p. 12)

2.5.1 O *exploitation* e a delinquência juvenil

A prática chamada de *exploitation* pode ser associada a três significados, segundo Bueno (2008, p. 26): a exploração publicitária, ou seja, a divulgação e promoção massiva dos filmes; a exploração do público alvo, tendo na segmentação e foco em uma faixa de público sua principal estratégia; e a definição com conotação pejorativa que passa a ser utilizada a partir dos anos 50, que trata da exploração de temas considerados oportunistas, bizarros, libidinosos ou sensacionalistas. Um dos principais nomes do *exploitation* é Sam Katzman. Começando sua carreira nos anos 30 como assistente na Fox Film Corporation, logo segue pela produção

independente, pouco antes desta se fundir com a 20th Century Pictures. Suas produções se caracterizavam por serem baratas, rapidamente filmadas e lançadas com a finalidade de aproveitar o momento mercado e a expectativa do público. Ao longo das duas décadas seguintes, Katzman chega a participar da produção de mais de 350 filmes (DOHERTY, 2002, apud PICCININI, 2013, p. 15). Já nos anos 40, apoiado por pesquisas de mercado que apontavam os jovens como principal público consumidor, ele chega a lançar 4 filmes voltados para garotos adolescentes no mesmo ano: “*Junior Prom*”, “*Freddie Steps Out*”, “*High School Hero*” e “*Betty Co-ed*”, todos de 1946. (BUENO, 2008, p. 27). Em 1956, apoiado pelo sucesso de “Sementes da Violência” e da ascensão do *Rock’n’roll* - presente na trilha do filme de Richard Brooks - como gênero musical preferido dos adolescentes, Katzman lança “*Rock Around The Clock*” que logo chega ao Brasil com o título de “Ao Balanço das Horas”, sendo então, como já mencionado, considerado o primeiro *teenpic*.

Apesar da inovação temática do filme "Ao Balanço das Horas", ele carregava vários elementos característicos às produções de Sam Katzman: baixo orçamento (menos de 300 mil dólares), rápida conclusão (o filme começou a ser filmado em meados de janeiro e ficou pronto ao fim do mês), utilização oportuna de um tema em alta no momento, e adequação a um nicho específico de público, no caso os adolescentes. (PICCININI, 2013, p. 16)

Com o sucesso comercial de “Ao Balanço das Horas”, que chegou a arrecadar mais de oito vezes o valor de sua produção, os produtores cinematográficos não tardam em aproveitar o potencial do Rock para a divulgação de seus filmes. Apoiados nos enredos que tratavam dos conflitos entre gerações, filmes como “*Shake, Rattle and Rock!*” (lançado pela AIP), “*The Girl Can’t Help It*” (20th Century Fox), “*Rock, Rock, Rock*” (DCA), e “*Love Me Tender*” (20th Century Fox) foram lançados ao longo de 1956, todos figurando o gênero musical. Este último, particularmente, é a primeira aparição do “Rei do Rock” Elvis Presley no cinema. O artista estrelaria ainda outros 32 filmes ao longo de sua carreira, sendo “*Elvis on Tour*” (1972) sua derradeira aparição, documentando sua turnê estadunidense daquele ano. Piccinini (2013, p. 18) aponta ainda que, apesar do grande lucro obtido com os filmes de *Rock’n’Roll*, a temática logo seria deixada de lado, favorecendo outros ritmos, como o *Calypso*, demonstrando a adesão dos estúdios à tática de Katzman de não explorar um mesmo objeto por muitas vezes e partir para a próxima tendência. No Brasil, a adesão do cinema ao Rock também

aconteceria, não só nos filmes estrelando nomes da Jovem Guarda já mencionados, mas também em produções como “Aguenta Rojão” (1958), “De vento em popa” (1957), “Vai que é mole” (1960), “Minha sogra é da polícia” (1958) e “Mulheres, cheguei!” (1961), todos tendo participação do ator, diretor, produtor de cinema, DJ, apresentador de TV, compositor e letrista Carlos Imperial, figura importante na gênese do Rock em solo brasileiro através do trinômio rádio, cinema e televisão (BUENO, 2005, p. 37-38).

Outro ponto importante da consolidação dos *teenpics* foi a representação da delinquência juvenil e da violência. Brigas de faca e corridas de carro no cinema não eram inéditos quando “Juventude Transviada” foi lançado, o tema já havia aparecido em “O Selvagem” (1953), estrelando Marlon Brando. Mas o longa protagonizado por James Dean se tornou pedra fundamental dos filmes que traziam esse teor de quebra de regras e valores, sem, no entanto ir para um lado um pouco mais radical como o de “O Selvagem”, “*Motorcycle Gang*”(1957) e “*Dragstrip Riot*” (1958). Nestes, a motocicleta tinha certo destaque, ao invés do carro, o que pode ter afastado o jovem suburbano dos Estados Unidos visto que as motocicletas “ainda possuíam um estigma muito forte de ilegalidade” (PICCININI, 2013, p. 18). Mas os carros e a violência, ainda que de forma controversa aos valores defendidos por setores conservadores da sociedade americana, tiveram seu espaço na formação do gosto juvenil e em sua representação nas telas, através de títulos como “Sementes do Mal” (1955), “*Teenage Crime Wave*” (1955), “A Rua do Crime” (1956), “*Dragstrip Girl*” (1957), “*Hot Rod Rumble*” (1957), “Os Delinquentes” (1957), “*Juvenile Jungle*” (1958), “*Dangerous Youth*” (1958), “*Young and Wild*” (1958) e “*The Rebel Breed*” (1960) (PICCININI, 2013, p. 20).

Como se pode perceber, grande parte desses títulos tinha como público alvo e protagonistas, não só o jovem, mas o homem. Seguindo uma lógica de adequação a valores mais tradicionais e, atestados por pesquisas como a feita pela revista *Seventeen* em 1959 que apontava que meninas adolescentes tinham preferência por musicais, romances e comédias (DOHERTY, 2002, p.159, apud PICCININI, 2013, p. 21), o mercado hollywoodiano não focou apenas na violência e nos conflitos de gerações para a produção dos *teenpics*. Mirando no público adolescente feminino e trazendo tramas mais leves, românticas e escapistas, filmes que Doherty classifica como *clean teenpics*, foram lançados também ao longo da virada para a década de

60, como “Maldosamente Ingênua” (1959), “*Because They’re Young*” (1960) e “*Where The Boys Are*” (1960).

A delinquência juvenil também teve sua representação no cinema brasileiro. Em “Alegria de Viver” (1958), dirigido por Watson Macedo, os protagonistas mentiam para os pais ou patrões para frequentarem os clubes de jazz e rock onde “habitavam *teddy boys* ansiosos por promoverem brigas e quebra-quebras” (BUENO, 2005, p. 46), mas as pequenas transgressões acabam sendo esclarecidas e os personagens restabelecem a harmonia com a ordem familiar. Já em “Os Cafajestes” (1961), dirigido por Ruy Guerra, a delinquência juvenil é de ordem maior para a narrativa. Jandir (Jece Valadão) e Vavá (Daniel Filho) pretendiam dar um golpe em Leda (Norma Bengell) em que tirariam fotos dela nua e, para não publicarem, teriam que receber uma quantia em dinheiro. Leda porém já não se importava com sua honra, e era rejeitada pela família por ter uma vida de liberdade sexual, mal vista por eles. Ela resolve dar um contra-golpe, incentivando os rapazes a seguir o plano com sua prima mais jovem, Vilma (Lucy de Carvalho), por quem Vavá era apaixonado. Bueno aponta as escolhas de direção feitas por Ruy Guerra como igualmente transgressoras e delinquentes.

O olhar desafiante dos atores diretamente dirigido ao público, a captação de imagens externas, os cortes brutais, a iluminação estourada na tela, a trepidação da câmera na mão, a utilização de imagens estáticas iniciando ou fechando alguns planos e o deslocamento das personagens para fora do enquadramento da câmera eram recursos estéticos empregados por Ruy Guerra que funcionavam como estruturas de agressão à sensibilidade do espectador. Para expressar a delinquência, o filme colocava-se como abertamente delinquente e agressor, chocando o espectador não apenas com uma estética incomum, mas também com a construção de personagens marcadas pela falta de perspectiva, desorientação e desilusão em relação ao futuro. (BUENO, 2005, p. 48)

O final da década de 60 trouxe mudanças marcantes para a cultura juvenil, tendo esta passado a estar altamente envolvida em questões políticas em escala nacional e global. Se no Brasil o AI-5 marcava um momento de forte silenciamento de vozes por parte da ditadura militar, em meio a movimentos de contracultura que se desenhavam, principalmente pela Tropicália, por movimentos estudantis e polarização entre os jovens “engajados” e os “alienados”, nos Estados Unidos, a guerra do Vietnã trouxe também profundas modificações na condição juvenil. O *Rock’n’Roll* torna-se mais engajado, muito ligado à canção de protesto e figura em produções que aliam essas questões com as trabalhadas pelos *teenpics* da década

de 50, como em “*Wild in The Streets*” (1968), “*Easy Rider*” (1969), “*R.P.M*” (1970) e “*The Strawberry Statement*” (1970). Estes filmes demonstram, no entanto, uma mudança de faixa-etária à qual se destinam as produções juvenis. Se antes eram mais voltadas ao público adolescente do *highschool*, agora se voltam para jovens adultos universitários, possivelmente mais engajados nas questões políticas e contraculturais da época.

2.5.2 Nos embalos da década de 70

Nos anos 70 o mundo viu a ascensão da *Disco Music*, tendo nomes como Bee Gees, Donna Summer, Chic, Santa Esmeralda, Village People, Gloria Gaynor e diversos outros ocupando os primeiros lugares das paradas de sucesso do mundo inteiro. No cinema, o gênero teve seu registro maior no filme “Embalos de Sábado à Noite” (“*Saturday Night Fever*”, no original), lançado em 1977 e estrelado por John Travolta. O filme fez tamanho sucesso no Brasil (chegando a mais de 6 milhões de espectadores) que inspirou um programa de TV homônimo comandado por Carlos Imperial. Também na época, com o sucesso do gênero musical, Nelson Motta abre a discoteca *The Frenetic Dancing Days Discotheque*, Gilberto Braga escreve a novela global *Dancing Days* e é lançado o filme com forte apelo infanto-juvenil produzido por J.B. Tanko ao lado da Copacabana Discos, “Vamos cantar disco, baby” (1979). André Barcinski afirma que “entre 1977 e 1979, a discoteca dominou o mundo”, mas faz uma ressalva quanto à apropriação do ritmo pelo *mainstream*:

O fato de o branco e heterossexual Tony Manero [interpretado por Travolta] ter virado símbolo de um estilo musical criado por negros e que foi a primeira vertente de música pop a dar voz ao desejo de libertação de gays e mulheres diz muito sobre como o *mainstream* absorveu e desvirtuou o legado da discoteca. A *disco* nasceu em clubes do submundo gay e só depois explodiu nas paradas e virou trilha sonora de festas de firmas. Muitas de suas letras falavam de liberdade sexual e do poder feminino. (BARCINSKI, 2014, p. 88)

Assim, para “satisfazer no público brasileiro uma expectativa e hábitos criados pelo filme estrangeiro” (BERNARDET, 1978, p. 155 apud BUENO, 2005, p. 69), os filmes nacionais comerciais se apoiavam em elementos presentes nos filmes americanos, ou, no mínimo, faziam referência a eles. Portanto, no auge do sucesso da *disco*, isso fica claro no uso constante de expressões como “ritmos”, “embalos” e “alucinantes”, além de referências diretas ao filme estrelado por Travolta. Em 1979, é lançado “Sábado Alucinante”, dirigido por Cláudio Cunha e escrito por Carlos

Imperial, Benedito Ruy Barbosa e Sylvan Paezzo. O filme fazia clara referência a “Embalos de Sábado à Noite”, tanto no título quanto em seu material de divulgação. Mesmo tendo sido lançado após os meses de férias escolares, o filme teve grande sucesso, ultrapassando um milhão de espectadores (BUENO, 2005, p. 70). No mesmo ano, chega aos cinemas “Nos Embalos de Ipanema”, dirigido por Antônio Calmon, estrelando André de Biasi. O filme apesar de limitado pela censura 18 anos, atingiu o seu público-alvo disposto a transgredir as barreiras legais e garantir o relativo sucesso do filme como um filme jovem, tal como era vendido.

Voltando a John Travolta, depois de “Embalos de Sábado à Noite”, o galã estrelaria o musical juvenil “*Grease - Nos Tempos da Brilhantina*”, em 1978. Este, segundo Piccinini, é um exemplo do surgimento de subgêneros na produção juvenil hollywoodiana, junto com o terror “*Halloween - A Noite do Terror*” (1978) e as comédias “*O Clube dos Cafagestes*” (1979) e “*Porky’s*” (1981).

Essas ramificações dentro dos gêneros tradicionais, voltados para adolescentes, como de ficção científica, variações de terror, sex comedies e até mesmo musicais, são reforçadas, ganham especificidades e dão à década de 80 uma relevância significativa no que diz respeito aos *teenpics*. (PICCININI, 2013, p. 23)

A partir disso, surge então um subgênero dos *teenpics* que se destaca, especialmente na produção do diretor John Hughes, os *highschool movies*. O gênero tem grande força ao longo da década de 1980 como nos filmes de John Hughes, “*Clube dos Cinco*” (1985) e “*Curtindo a Vida Adoidado*” (1986) e em um sem-fim de produções que se estenderiam pelas décadas de seguintes. No entanto, apesar do grande sucesso desses filmes no Brasil, isso não necessariamente reflete na produção dos filmes juvenis nacionais. Ao invés de se passarem nos colégios, os *teenpics* brasileiros dos anos 80 tem na praia, nas ruas e nas boates o seu cenário ideal. E é aí que entram, aliados ao emergente BRock, filmes como “*Menino do Rio*” (1981), “*Garota Dourada*” (1984), “*Bete Balanço*” (1984), “*Rock Estrela*” (1985), “*Areias Escaldantes*” (1985) e diversos outros.

CAPÍTULO 3 - BROCK E CINEMA JOVEM

Os anos 80, como já mencionado, tiveram início em meio a uma crise econômica e política. O regime militar já demonstrava esgotamento. O presidente Ernesto Geisel em 1978 revogou o Ato Institucional nº 5 em 1978 e seu sucessor, João Batista Figueiredo, em 1979, assinou a Lei da Anistia que perdoava a “todos quantos, no período compreendido entre 2 de setembro de 1961 e 15 de agosto de 1979, cometeram crimes políticos ou conexos com estes, crimes eleitorais, aos que tiveram seus direitos políticos cassados”. Figueiredo prometia fazer então uma transição “lenta e gradual” para a democracia. No entanto, como aponta Ricardo Alexandre, os jovens de 1980 davam sinais de desinteresse com a situação política do país.

O negócio é que os jovens de 1980 estavam pouco interessados na abertura. Mesmo porque ela se mostrava imperceptível de tão “lenta e gradual” - entre o fim do AI-5 e a posse do primeiro presidente eleito pelo voto direto passariam-se mais de dez anos. (...) Se a ditadura militar era o regime em oito dos dez países latinos, isso soava como um simples elemento rotineiro para quem havia nascido no ano do golpe e tinha 16 anos em 1980. Apenas a arte “popular” ainda se dividia entre o maniqueísmo de “situação” e “oposição”, dois lados de um mesmo sistema absolutamente desinteressante para o grande público. Como efeito, um novo comportamento jovem começou a brotar, alheio à grande mídia, imperceptível para quem não estivesse nas ruas, nas praias, vivendo com gente de verdade - e não apenas com executivos de gravadoras, diretores de TV, militantes de esquerda ou em estúdios da Califórnia. (ALEXANDRE, 2013, p. 41-42)

Alexandre descreve esse comportamento como tendo uma postura “romântica e desideologizada”, mas que durou pouco e se limitou ao Rio de Janeiro (2013, p. 42). Essa postura, no entanto, teve seu registro definitivo no filme “Menino do Rio” (1982), dirigido por Antônio Calmon. O diretor inicia sua carreira como curta-metragista, mas se estabelece no cinema como assistente de direção nos anos 60, ligado a nomes do Cinema Novo.

Calmon foi assistente de Cacá Diegues (“A grande cidade”, 1965), Glauber Rocha (“Terra em transe”, 1967 e “O dragão da maldade contra o santo guerreiro”, 1968) e de Gustavo Dahl (“O bravo guerreiro”, 1968). O primeiro longa-metragem dirigido por Calmon foi em 1970, “O capitão Bandeira contra o doutor Moura Brasil”, próximo à estética do Cinema Marginal. (MATORIN, 2014, p. 8)

A primeira aproximação do diretor com a produção juvenil foi “Nos Embalos de Ipanema” (1978) que, como já citado, trazia a *disco music* na trilha sonora. O filme estrelava André de Biase que interpreta Toquinho, garoto do subúrbio carioca

que se desloca para as praias da zona sul para surfar. Para ter acesso ao estilo de vida daqueles que vivem perto da praia onde Toquinho passa seus dias, ele começa a se prostituir. Na praia conhece Patricia (Zaira Zambelli), moradora de Ipanema rica e mimada, com quem vive uma aventura amorosa, mas que, ao descobrir a fonte de renda do protagonista, logo o dispensa. Aqui o embate, pra além de geracional - no contraste com os pais de Patrícia -, é de classes sociais. Mas é em “Menino do Rio” que Calmon melhor consegue representar essa juventude carioca da virada para a década de 1980.

3.1 Menino do Rio

André de Biase havia escrito o argumento de um filme inspirado em Petit, um surfista da zona sul do Rio de Janeiro que abandonou os estudos, vivia na praia e fazia bicos como modelo fotográfico e, eventualmente ator (apareceu em “Rio Babilônia” de Neville de Almeida em 1982). Petit já havia sido inspiração para outra obra, a canção “Menino do Rio” de Caetano Veloso, lançada em 1979 e era “personagem folclórico da fauna urbano-marítima da época” (ALEXANDRE, 2013, p. 42). Após passar alguns meses tentando entregar seu projeto a algum diretor que topasse dirigi-lo, Biase fechou a parceria com Antônio Calmon, que o havia dirigido em “Nos Embalos de Ipanema”. Calmon assumiu o roteiro, ao lado de Bruno Barreto, que produziria o filme. Biase afirmava que queria “um filme com excelente fotografia, com uma trilha sonora explosiva, amorosa e romântica, que tivesse esporte no meio e incluísse uma história de amor puro”. Então, para fechar o pacote, a produção musical do filme foi fechada com Guto Graça Mello, executivo da gravadora Som Livre e a direção musical contou com Nelson Motta, ambos ligados às trilhas sonoras das novelas da Rede Globo. Assim, em janeiro de 1982, chegava aos cinemas brasileiros, “Menino do Rio”.

Na história, André de Biase interpreta Valente, um surfista nos moldes de Petit, pele bronzeada, cabelos parafinados, que tomava vitaminas naturais e, além de pegar onda, também gostava de voar de asa delta e passar o tempo com seus pares na praia. Entre os amigos da turma *zen-surfista* de Valente estão Zeca (Sérgio Mallandro), o casal Aninha (Cissa Guimarães) e Paulinho (Evandro Mesquita) e o adolescente Pepeu (Ricardo Graça Mello), que fugiu de Florianópolis com o sonho de ser artista e é apadrinhado pela turma toda. Em um luau em Saquarema, o

protagonista conhece Patricia (Claudia Magno), modelo, de família rica do Rio de Janeiro, por quem se apaixona. A garota, no entanto, namora com Adolfinho (Ricardo Zambelli), que conta com a aprovação do pai dela, por ser “um rapaz de ótima família, estudante de engenharia na PUC e com emprego garantido na firma do pai”. Contrariando a família e o pretendente, Patrícia se envolve cada vez mais com Valente. Adolfinho então descobre uma carta que ela escreveu para Braga (Adriano Reis), pai do protagonista, quando os dois tiveram um caso e a entrega para Valente que se desencanta com a garota e resolve esquecê-la. Patrícia aceita se casar com Adolfinho, mas no dia do casamento, Valente e seus amigos preparam um esquema para impedir que este aconteça. O protagonista chega de asa-delta no clube de campo onde está acontecendo a cerimônia e os dois correm de mãos dadas para o carro onde está a turma toda esperando. O filme, então, se encerra com traços de um final feliz. Paralelo ao romance, está a história de Pepeu, o garoto que sonha em ser artista. Este vai se envolvendo com a turma do surfe, adota o mesmo estilo de vida, conhece Soninha (Claudia Ohana) que logo se integra a turma, enquanto alimenta o seu sonho, sempre reforçado pelos momentos em que aparece tocando violão e cantando “De Repente California”, canção composta por Lulu Santos e Nelson Motta que descreve as ambições do garoto. “Garota eu vou pra California/ Viver a vida sobre as ondas/ vou ser artista de cinema/ o meu destino é ser *star*”. No fim do filme, Pepeu acaba morrendo afogado, ao entrar no mar revolto para tentar ajudar Valente. O que se segue é uma sequência em que a turma do surfe lança a prancha de Pepeu ao mar, a exemplo dos Vikings que, como a voz de Paulinho explica em *flashback* “eram um povo do mar, quando um deles morria, os outros em vez de enterrá-lo, colocavam num barco e devolviam pro mar; eles acreditavam que assim ele nasceria de novo”.

“Menino do Rio” conseguiu, portanto, retratar uma juventude que existia nas praias do Rio de Janeiro, mostrando a praia, o surfe, os esportes radicais, a vivência da sexualidade, o sonho de ser artista, o conflito de gerações e de classes e tendo na boca de seus personagens o vocabulário presente nas ruas e praias da cidade. Contando com um “cuidado e um planejamento mercadológico pouco vistos anteriormente” no cinema juvenil brasileiro (BUENO, 2005, p. 171), um projeto gráfico alinhado à narrativa e às tendências do mercado, e o lançamento cuidadosamente marcado para as férias de verão, o filme ultrapassou a marca de 3

milhões de espectadores, de acordo com Alexandre (2013, p. 44). Tanto Bueno quanto Alexandre destacam ainda a reportagem de Susana Schild para o Jornal do Brasil que constatou a presença dos grupos de adolescentes “vestidos em jeans, bermudas e minissaias coloridas (...) que lotavam a sala de cinema e voltavam para ver o filme mais uma ou duas vezes” (BUENO, 2005, p. 168). De fato, o vestuário do público não chamou atenção apenas da mídia, mas do mercado. Em “Garota Dourada”, a Pool, marca de jeans, aparece como patrocinadora de um show musical, de maneira integrada à narrativa do filme.

Além das imagens estonteantes das praias cariocas e dos vôos de asa-delta, a música tem papel importantíssimo no filme de Calmon. Na sequência dos créditos iniciais já se ouve uma versão instrumental, carregada de sintetizadores, do tema de Pepeu, “De Repente California”. A canção é utilizada diversas vezes ao longo do filme, tanto de forma diegética, como quando o personagem de Ricardo Graça Mello a canta, quanto extra-diegética, como na última sequência do filme que mostra o final feliz de Valente e Patrícia. Cabe aqui destacar a cena da briga entre a turma do protagonista e a trupe de Alfreddinho que é sonorizada de forma bastante interessante. Nela, os efeitos sonoros dos socos e tapas encaixam com a batida do tema instrumental - com sonoridade próxima à da *new wave* - que a embala. É curioso como a canção de Caetano Veloso que dá nome ao filme não aparece na trilha sonora, mas sim a canção do grupo Rádio Taxi (que nem nome tinha na época) que daria nome ao próximo filme de Calmon, “Garota Dourada”. Percebe-se portanto que a participação do BRock na trilha de “Menino do Rio” foi importante, mas era mais um elemento da estética do filme e da aproximação que este fazia da juventude da época, do que um chamariz para o filme, visto que esta cena musical ainda dava seus primeiros passos. Evandro Mesquita, que interpreta Paulinho, por exemplo, ainda estava no início de suas aventuras com a Blitz, na recém-erguida lona do Circo Voador, quando do lançamento do filme. Era também a terceira tentativa de Lulu Santos de entrar no mercado do disco, de acordo com Alexandre (2013, p. 45). No fim das contas, o sucesso de “De repente, California” ajudou o cantor e guitarrista a garantir a gravação de seu primeiro disco “Tempos Modernos” em 1982 que, alavancado pela canção feita para o filme e a faixa-título do álbum, vendeu cerca de 60 mil cópias e conseguiu grande sucesso radiofônico. A importância do BRock, então mudaria de figura nos anos seguintes, com o seu

estouro através das FMs e dos programas de televisão e o cinema logo o colocaria no centro das atenções.

3.1.2 As novas aventuras de Valente

Dois verões depois, chegava aos cinemas a continuação das aventuras de Valente: “Garota Dourada”. Dirigido por Calmon, o longa produzido por Fábio Barreto, contou com coprodução da CBS e, segundo o produtor, selava a fusão do rock brasileiro com o cinema (BUENO, 2005, p. 175). Apesar da canção que dá nome ao filme não estar presente, o BRock de fato dava o tom da produção. Lulu Santos repete a parceria com Nelson Motta e põe “Como uma onda” e “Romance e Aventura” na trilha, que ainda conta com “Vinte Garotas no Fim de Semana” de Leo Jaime, “Baby, meu bem” e o estrondoso sucesso “Menina Veneno” de Ritchie. O processo de divulgação do filme foi ainda mais trabalhado que o de seu antecessor, tendo, entre diversas estratégias, a publicação de três histórias em quadrinhos nos jornais, que resumiam os principais momentos do filme, “revelando ações fundamentais da trama e funcionando como um ‘trailer’, convidando os leitores a assistirem a produção cinematográfica nas salas” (BUENO, 2005, p. 179). Na trama, Valente, deixado por Patrícia, que saiu do país para investir na carreira de modelo, decide sair do Rio junto da filha pequena e de Zeca, rumo a Santa Catarina, terra natal de Pepeu. Chegando lá, o protagonista encontra o irmão gêmeo do amigo que morreu, Kid, além de conhecer Diana (Bianca Byington), a garota por quem se apaixona e se envolve em disputa com Betinho (Roberto Bataglin). O longa, se apoiando na continuidade, não trouxe grandes novidades, mas se consolidou como o grande lançamento do verão de 1984 e solidificou a relação do BRock com o cinema juvenil brasileiro. Em 1985, Biase levaria para a televisão o clima de praia, aventura e Rock’n’roll ao lado de Kadu Moliterno na moderna série adolescente “Armação Ilimitada”, que contava com uma estética colorida e acelerada e que se manteve no ar até 1988. Mas definitivamente, “Menino do Rio” e “Garota Dourada” pavimentaram o caminho para que diversos outros filmes jovens figurando o BRock fossem realizados e distribuídos.

Surfe e rock, sorvete e alegria. Mais de uma dezena de filmes foi realizada de acordo com esta combinação, que se mostrou mercadologicamente rentável. Diretores como Antônio Calmon, Lael Rodrigues, Luiz Fernando Goulart e Paulo Sérgio Almeida foram responsáveis, entre outras películas, por “Garota dourada”, “Bete Balanço”, “Tropclip”, “Rock Estrela”, “Banana

Split", "Rádio Pirata", todos compartilhando linguagem jovem e elenco dos programas jovens de televisão e uma estética que lembra a do videoclipe. (SOUZA, 1998, p. 150 apud CARVALHO, 2008, p. 199-200)

3.2 Quem vem com tudo não cansa

Se “Garota Dourada” fechava a a sequência de filmes praianos de Antônio Calmon (precocemente, já que “Menina Veneno” estava planejado como terceira aventura de Valente, mas não chegou a ser rodado), meio ano depois, chegaria aos cinemas o retrato de uma outra juventude, esta mais ligada ao asfalto e a uma vida de artista mais próxima da realidade do Rio de Janeiro do que a Califórnia cantada por Ricardo Graça Mello: “Bete Balanço”. Produzido pela CPC (Centro de Produção e Comunicação), produtora de Tizuka Yamasaki, Carlos Alberto Diniz e Lael Rodrigues e dirigido por este último, o longa conta a história de Bete (Débora Bloch), garota que sai do interior de Minas Gerais em direção ao Rio de Janeiro para tentar a carreira artística. Trazendo elementos marcantes dos *teenpics* e da cultura do rock - sexo, drogas e *rock'n'roll* - o longa aproxima esses elementos da realidade do Rio de Janeiro. Nesse momento, o Barão Vermelho já despontava na cena do BRock, tendo lançado dois LPs, mas sem grandes repercussões em vendas.

A banda já havia quebrado a resistência das FMs quando ‘Pro dia nascer feliz’ foi gravada por Ney Matogrosso em seu LP ‘Destino de Aventureiro’ e escolhida como faixa de trabalho; as rádios jovens, imediatamente, partiram em busca da versão ‘rock’ autoral e a gravação do Barão acabou alcançando sucesso ainda maior. (ALEXANDRE, 2013, p. 162)

O produtor do roteiro do longa da CPC procurou Cazuzza, vocalista do grupo, para que este compusesse a música tema do filme. Pouco depois de receber o roteiro das mãos de Lael Rodrigues, o cantor apresentou a música para a equipe de produção e estava fechada a parceria. A parceria do Barão Vermelho não se limitou somente à canção-título. Logo nos primeiros minutos do filme, a banda já aparece tendo uma apresentação transmitida pela televisão que Bete assistia deitada na cama. Em certo momento, a música continua, mas com a protagonista cantando, se imaginando como *rock star*. A cena segue até o fim da canção com linguagem de videoclipe, com direito a dançarinos e coreografia. Ao fim da sequência, vemos Bete seguindo para o Rio de Janeiro e é quando pela primeira vez ouvimos a canção-título.

Bete segue então para a casa de Paulinho (Diogo Vilela), um amigo que a hospeda em seus primeiros momentos na capital fluminense. A garota segue em busca de um produtor musical que a viu em Governador Valadares e a prometeu

uma chance em uma gravadora, no meio disso tem que se adaptar à vida na cidade grande. Logo, ela conhece Rodrigo (Lauro Corona), um fotógrafo que a reconhece na rua das fotos que ele tirou de uma situação de agressão a meninos na rua que ela presenciou. O primeiro ensaio fotográfico dela feito por ele é embalado pela canção título. Logo em seguida, Rodrigo encontra com Cazuzza, que interpreta a si mesmo, e a apresenta como alguém que “tá transando música e tá querendo se enxertar também”, ao que o vocalista do Barão responde com um convite para o ensaio da banda no dia seguinte. O fotógrafo então começa a abrir algumas portas profissionalmente para a protagonista e logo os dois começam a se envolver sexualmente. Em meio a idas e vindas em gravadoras, a dificuldade para se sustentar e a decepção com o mercado do disco, Bete decide voltar para Valadares, mas é aí que Rodrigo insiste com Tony (Hugo Carvana), diretor de uma gravadora, para que ele ouça a fita gravada pela garota e consegue um contrato pra ela. O filme então termina com uma espécie de videoclipe de Bete cantando “Amor, amor” composta por Cazuzza e Roberto Frejat (do Barão Vermelho) e George Israel (do Kid Abelha), deixando entendido que a protagonista enfim conquistou seu sonho de ser uma estrela do rock.

“Bete Balanço”, diferente de “Menino do Rio” e “Garota Dourada” tinha um foco bem mais evidente na música pop, desde a temática do filme até a inserção das canções na montagem. A aparição de Lobão cantando “Me Chama”, que inicialmente parece totalmente deslocada da narrativa, logo tem uma justificativa diegética, quando se revela que aquela é a gravação de um videoclipe e que Bete se infiltrou no estúdio dizendo ser prima do cantor. O BRock aparece então, tanto na trilha incidental, como na própria *mise-en-scène* do filme, tecendo a narrativa do começo ao fim.

Em cenas curtas, diálogos rápidos, figurino *new wave* e ângulos inusitados, “Bete Balanço” abria espaço para vários números musicais, para registrar, mais uma vez, o debate entre os “caretas” e os “modernos” e para registrar os valores de uma época: “Banda armada não está com nada!”, desdenha Cazuzza, em uma cena. (ALEXANDRE, 2013, p. 161)

De fato, o longa demonstra os ideias de uma juventude que quebrava tabus como o sexo e as drogas, vivendo a sexualidade livremente e ainda afirmando a força de uma personagem feminina que não deixa de se manifestar quando se sente injustiçada por produtores musicais ou assediada por motoristas na rua quando está

distribuindo panfletos. A personagem de Bete é forte, destemida e, como diz a letra da música-tema, vem com tudo e não cansa pra seguir a sua estrela.

“Bete Balanço”, mesmo perdendo as férias de julho de 1984 por problemas com a censura, foi um grande sucesso desde sua estreia. Em três semanas, “já contabilizava mais de 300 mil espectadores, rivalizando com a bilheteria de ‘Indiana Jones e os caçadores da arca perdida’” (ALEXANDRE, 2013, p. 161). Sua realização, a exemplo do que já foi discutido sobre Sam Katzman, foi executada em poucas semanas e com uma produção de custo relativamente baixo, tendo o foco voltado para o público juvenil e obtendo grande sucesso de bilheteria (BUENO, 2005, p. 182). O longa, além de atualizar a representação do jovem do início dos anos 80, consolida o casamento do BRock com o cinema nacional, tendo sua trilha sonora lançada pela WEA, contando com bandas que estavam surgindo, como Azul 29 com “Video Game”, Titãs com “Toda Cor”, Brylho com “Meditando”, Celso Blues Boy com “Blues Motel” e os já citados Lobão e Barão Vermelho. A vitrine foi tamanha para o grupo de Cazuza que o terceiro LP, “Maior Abandonado”, lançado poucos meses depois do filme, conquistou disco de ouro, obteve mais sucessos radiofônicos como a faixa-título e “Por que a gente é assim” e pavimentou o caminho para a apresentação no Rock in Rio que aconteceria no ano seguinte e a consolidação como uma das maiores bandas da década.

3.3 Outros casos

O estreitamento do laço entre o mercado do disco e o cinema nos anos 80 coincidiu com uma maior aproximação do capital privado na produção cultural brasileira. Em 1986, o presidente José Sarney sanciona a lei no. 7505, que “em linhas gerais, (...) possibilitava que os contribuintes (pessoa física ou jurídica) deduzissem de sua renda bruta declarada no Imposto de Renda parte ou o total dos incentivos aplicados na área cultural” (BUENO, 2005, p. 111). Ainda segundo Bueno, essa aproximação do campo cultural com a iniciativa privada trouxe uma linha de pensamento mais alinhada com as grandes empresas, o que refletiu em grandes exercícios de marketing em cima dos filmes. Não só as ações promocionais que precediam os lançamentos cinematográficos se tornaram mais incisivas, como a prática do *merchandising* se tornou comum, cobrindo altas porcentagens dos orçamentos finais dos filmes e se integrando à narrativa, se tornando elemento da

estrutura filmica (2005, p. 114-115). Já em “Bete Balanço” há uma sequência inteira feita para promover Leite Ninho, por exemplo.

Essa lógica, apesar de ter contribuído para a proliferação de filmes com alto teor comercial, não era garantia de sucesso. “Sexo Frágil” (1987), dirigido por Jessel Buss contou com uma forte estratégia de divulgação, além de uma música-tema homônima gravada pelo Roupas Nova, mas não obteve o desempenho esperado nas bilheterias. Da mesma forma, “Tropclip” (1985), dirigido por Luiz Fernando Goulart, teve músicas tocadas na rádio, lançamento de roupas e vídeos, mas nada disso conseguiu garantir o sucesso de público nos cinemas.

3.3.1 A “chanchada juvenil”

Utilizando estratégias semelhantes, porém, alguns filmes conseguiram se destacar no mercado, como foi o caso de “Rock Estrela” (1986) do mesmo Lael Rodrigues de “Bete Balanço”. Na história, Rock (Diogo Vilela) é um estudante de música clássica que se hospeda na casa do primo Tavinho (Leo Jaime), líder de uma banda de Rock. O protagonista se vê tendo que se adaptar a um estilo de vida mais despojado da juventude carioca e passa pelo dilema amoroso entre a jogadora de vôlei Vera Mossa (que interpreta a si mesma) e seu antigo par, Graziela (Malu Mader). O filme alcançou relativo sucesso e até retomou algumas questões do primeiro longa do diretor, como a apresentação de um artista do BRock, não só como autor da canção título, mas como personagem do filme, a juventude carioca envolvida diretamente com a música pop e a linguagem de videoclipe utilizada em vários momentos. No entanto, “Rock Estrela” se distancia de “Bete Balanço” ao retomar o “para-pra-cantar” das chanchadas, tendo números musicais deslocados da narrativa. Esse recurso foi utilizado deliberadamente por Rodrigues que se referia ao longa como uma “chanchada juvenil”. Na trilha sonora, além da música tema e de outras compostas e/ou interpretadas por Leo Jaime, constam “Olhar 43” do RPM, “Tal Poder” do Tokyo, “Taca a mãe pra ver se quica” de Dr. Silvana e Cia. e uma aproximação com o rock latinoamericano com as participações de Fito Páez e o grupo La Torre. A tendência de aproximação com a chanchada tendo em vista maior divulgação dos artistas se manteve em outros filmes, como “Rockmania” (1987), dirigido por Adnor Pitanga, que apresenta canções de nomes em voga na época como Kiko Zambianchi, Plebe Rude e Dulce Quental.

3.3.2 *Teenpic* de gênero

Por outro lado, houve também uma aproximação dos *teenpics* de BRock com o cinema de gênero, tal como começava a acontecer nos Estados Unidos. Em 1985 estreia “Areias Escaldantes” dirigido por Francisco de Paula e escrito por ele e por Nelson Motta. Ambientado em uma cidade fictícia e futurista, com figurino caracteristicamente *new wave*, a trama gira em torno um grupo terrorista composto por Verônica (Regina Casé), Cristal (Cristina Aché), Vinícius (Diogo Vilela), Marcelo (Luiz Fernando Guimarães) e Otelo (Eduardo Roly). No encaço da trupe está o chefe de polícia Máximo (Sérgio Bezerra). O filme era, então, uma trama policial com um quê de *sci-fi* e com uma boa dose de comédia. É importante destacar a participação de Regina Casé e Luiz Fernando Guimarães, que fizeram parte da trupe teatral do Asdrúbal Trouxe o Trombone - grupo que esteve na gênese do Circo Voador. Além disso, quem assina a direção musical do longa é Lobão. Na trilha sonora, diversos nomes do BRock. O Ultraje a Rigor abre o filme com “Inútil” que tocada na sequência de créditos iniciais ilustrada por imagens da própria produção do filme, brincando com as precárias condições financeiras da mesma ao associar as imagens com versos como “A gente faz música e não consegue gravar / A gente escreve livro e não consegue publicar / A gente escreve peça e não consegue encenar / A gente joga bola e não consegue ganhar”. Além do grupo paulista e do diretor musical, a trilha conta com a participação de Ira!, Titãs, Lulu Santos, Capital Inicial e outros.

A carreira bem sucedida nas salas paulistanas, porém, não se repetiu em outros estados. Programado seu lançamento no circuito carioca para o mês de novembro daquele ano, o filme foi suspenso pelos exibidores ao ser anunciada em todos os jornais e programas televisivos a prisão de Tony Bellotto -componente do grupo Titãs, que participava da fita - por porte de drogas. (BUENO, 2005, p. 138)

Em 1986, foi lançado “As Sete Vampiras”, dirigido por Ivan Cardoso, que era um “terror”, ou seja, uma comédia com características de filme de terror. A história gira em torno de Silvia (Nicole Puzzi), que é esposa de Fred (Ariel Coelho), um cientista que morre atacado por uma planta carnívora rara. Utilizando um antídoto desenvolvido pelo marido, Silvia evita transformações que acontecem com ela em noites de lua cheia em decorrência de um ataque da planta sofrido por ela. Uma série de crimes em que as vítimas aparecem sem sangue começa a acontecer e chama atenção da polícia que acredita se tratar de ataques de vampiros. No fim

descobre-se que os vampiros são Fred, que não havia morrido, e sua esposa Silvia. Leo Jaime, além de compor a canção-título, aparece com o grupo João Penca e seus Miquinhos Amestrados apresentando-a durante o filme em uma festa na boate que Silvia administrava. Paralelo ao lançamento do filme, também foi produzida uma história em quadrinhos com a história das Sete Vampiras. Apesar da presença de Leo Jaime na trilha sonora, o longa já não tinha grandes relações com o BRock, como outros tantos filmes da época e a música já não tinha presença tão definidora da narrativa.

À medida em que a década de 80 foi chegando ao fim, tanto a indústria fonográfica quanto a cinematográfica começaram a se transformar novamente. A saturação de bandas de rock (ou qualquer coisa que se assemelhasse a isso) no mercado contribuiu para o esgotamento do gênero e a ascensão de novos ritmos na preferência nacional. No cinema, Bueno (2005, p. 205-206) afirma que “os processos de competição e diversificação encontrados no segmento juvenil cinematográfico no decênio de 1980 resultaram numa forte padronização e concentração das produções no final da década”. De fato, na virada para os anos 90, com o fim da Embrafilme assinado pelo presidente Fernando Collor, vários dos nomes do cinema brasileiro migraram para a televisão e esta era a fonte para os poucos casos de sucesso comercial do período, como os filmes dos Trapalhões e os estrelados pela apresentadora infantil Xuxa.

Nas produções cinematográficas derivadas de produtos televisivos, portanto, praticamente não havia riscos. Mesmo num momento tão atribulado para o cinema brasileiro quanto foi o início do governo Collor em 1990, os filmes da Xuxa e dos Trapalhões mantinham sua presença nas salas e garantiam milhões de espectadores. Encampados nos fortes grupos econômicos, tais filmes repetiam a fórmula de sucesso televisiva ano após ano, proporcionando, apesar das vantajadas bilheterias, um baixo grau de inovação para o cinema. (BUENO, 2005, p. 206)

CONCLUSÃO

Percebe-se então que a relação entre as indústrias fonográfica e cinematográfica existe desde seus primeiros momentos. Por muitas vezes uma se apoiou na outra para divulgar seus lançamentos. A música popular se faz presente no cinema desde o início, mesmo antes do cinema sonoro, através de execuções durante as projeções e mais tarde com o cinema cantante. A consolidação do cinema sonoro se dá, então, no momento em que a música gravada toma força e se forma como um mercado a parte. No Brasil, o samba é elemento constituinte das duas indústrias até a metade do século XX, apoiado principalmente no carnaval, representado no rádio, nos discos e nos filmes através das canções. Já nos anos 30 é possível falar de um *star system* brasileiro que surge da articulação entre rádio e cinema, tendo como grande exemplo Carmem Miranda. Os anos 40 e 50 confirmam essa relação com o sucesso absoluto das chanchadas, que tem na canção um de seus elementos constituintes.

A ascensão da televisão nos anos 60 tem papel fundamental nessa dinâmica entre os dois mercados. Desde seu surgimento, alia as linguagens cinematográfica e radiofônica em sua produção e tem na música elemento fundamental de sua consolidação. Os três meios se tornam, portanto, o tripé da cultura de massa que toma forma na segunda metade do século XX. Isso se dá em meio a profundas transformações políticas e sociais que se deram a partir da Segunda Guerra. Entre essas, a compreensão da adolescência e juventude não só como fase transitória, mas como momento fundamental na formação do indivíduo e também o grande avanço do capitalismo, através da influência cada vez mais dominante dos Estados Unidos pós-guerra. Assim, nesse período, há uma valorização dos bens culturais como bens de consumo, que se desenvolvem em um grande mercado, articulado e consolidado pelos meios de comunicação e assimilado por essa juventude que se forma.

Com essa juventude ocorrem renovações no campo artístico e cultural que logo são apropriadas pelo mercado, numa via de mão dupla, visto que este assimila o novo e o amplifica, contribuindo na formação de gosto do seu público, que criará o novo. Nisso se dá a ascensão do *rock'n'roll* no mundo, estando este presente nos rádios e toca discos da juventude e nas salas de cinema cheias do público jovem

que passa a ver representado nas telas os seus gostos, costumes e questões. Nos anos 50 e 60, percebe-se isso em filmes como “No Balanço das Horas”, “Juventude Transviada”, “Alegria de Viver” e tantos outros.

No Brasil, a ditadura militar que toma o poder em 1964 tem papel importante no desenvolvimento dos meios de comunicação, através da criação de estatais que regulamentaram e fomentaram seus mercados: a EMBRATEL e a EMBRAFILME. Ambas foram parte de um projeto de “integração nacional” que permitiu a massificação dos conteúdos do trinômio cinema-rádio-televisão. Mesmo em meio a turbulências políticas, a produção juvenil se estabelece no mercado. Tanto a bossa nova engajada quanto o iê-iê-iê alienado tem espaço de destaque no cinema e nos programas de rádio e televisão, através de programas como “O Fino da Bossa” e “Jovem Guarda”. A Era dos Festivais traz transformações na música popular brasileira, aliada a movimentos contraculturais que surgem em um momento delicado da história do país. Nos anos 70 a música pop e o mercado do disco se consolidam no Brasil através do poderio das grandes gravadoras que se fortalecem por políticas como a lei do Disco é Cultura e as novelas passam a ter grande valor para o lançamento de novos artistas. Além disso, é quando as FMs se estabelecem e, através da figura dos DJs e do uso de uma linguagem jovem, se tornam fundamentais na formação de gosto do público juvenil e na disseminação das novas tendências musicais.

Os anos 80 se dão então em um momento de transformações políticas, mas tendo o mercado cultural estabelecido. Em uma época de entre-safra da indústria fonográfica, um novo rock, alinhado à *new wave*, ganha forças e tem nas FMs uma grande plataforma de divulgação, aliado às danceterias e casas noturnas. Logo as novas bandas e artistas começam a se destacar na televisão, em programas de auditório, como o “Cassino do Chacrinha”, nas trilhas sonoras das novelas e em outras produções. Logo, o rock brasileiro oitentista, chamado de BRock, na figura de grupos e artistas como Barão Vermelho, Titãs, Paralamas do Sucesso, Kid Abelha, Lulu Santos, Lobão e diversos outros, se torna sinônimo da juventude da época e assim como se deu com a Jovem Guarda e a Bossa nova nos anos 60, invade também o cinema na representação do público juvenil.

A produção cinematográfica juvenil no Brasil, tendo características herdadas dos *teenpics* americanos, como o retrato da condição juvenil afirmado através da

delinquência, da sexualidade, do confronto de gerações e do *rock'n'roll*, e táticas como o *exploitation*, já havia se fundamentado ao longo das décadas anteriores e nos anos 80 é parte importante do trinômio dos meios de comunicação. “Menino do Rio” faz o retrato definitivo da juventude praiana do início da década, aliada ao ritmo que começava a ganhar força nas rádios. “Bete Balanço” já pós Circo Voador, Blitz, “Menina Veneno” e o estabelecimento do BRock, representa o auge do desbunde da geração 80, transformando o sonho de “ser *star*” do inocente Pepeu de “Menino do Rio” em um modo de vida conquistado por Bete. O meio da década vê o sucesso absoluto do gênero musical com o Rock in Rio, os enormes números de vendas dos discos, aliados a um momento de euforia econômica causada pelo Plano Cruzado e o completo domínio dos grupos e artistas do rock nacional nas produções radiofônicas, televisivas e cinematográficas.

Foi um período de intensa segmentação do mercado e aproximação da iniciativa privada com a indústria cultural, gerando domínio dos departamentos de marketing sobre a produção artística, representado nas intensas estratégias de divulgação de toda essa produção.

Portanto, se o BRock encontrou momento favorável para despontar e dominar o mercado na virada para a década de 80, o final do decênio desenharia contornos pouco animadores. No fim, essa produção foi tão intensa, envolvendo diversos mercados, quanto efêmera, tal como outros momentos que a antecederam. Mas serviu para deixar sua marca na cultura popular brasileira que hoje já chama de “clássicos” os discos, filmes e programas que dali saíram.

REFERÊNCIAS

Bibliografia

- ALEXANDRE, Ricardo. **Dias de Luta: o rock e o Brasil dos anos 80**. Porto Alegre, Arquipélago Editorial, 2013
- BARCINSKI, André. **Pavões Misteriosos: 1974-1983: a explosão da música pop no Brasil**. São Paulo, Três Estrelas, 2014
- BERNARDET, Jean-Claude. **Historiografia clássica do cinema brasileiro: metodologia e pedagogia**. São Paulo, Annablume, 2008
- BUENO, Eva Paulino. **O artista do povo: Mazzaropi e Jeca Tatu no Cinema do Brasil**. Maringá, Eduem, 1999
- BUENO, Zuleika de Paula. **Leia o livro, veja o filme, compre o disco: a produção cinematográfica juvenil brasileira na década de 1980**. (Tese de doutorado em Multimeios) UNICAMP, Campinas, 2005
- CARVALHO DA SILVA, Marcia Regina. **A canção popular na história do cinema brasileiro**. (Tese de doutorado em Multimeios), UNICAMP, Campinas, 2009
- CHAGAS, Jefferson M. S. **Rádio em tempos de *download*: A reconfiguração do rádio FM musical diante das novas tecnologias da informação e da comunicação**. (Dissertação de mestrado em Comunicação), UFF, Niterói, 2010
- DAPIEVE, Arthur. **BRock: o rock brasileiro dos anos 80**. São Paulo, Editora 34: 2015
- LIMA, André Luiz Machado de. **A chanchada brasileira e a mídia: o diálogo com o rádio, a imprensa, a televisão e o cinema nos anos 50**. (Dissertação de mestrado em Comunicação), USP, São Paulo, 2007
- MATORIN, Flora Canabrava. **Surfe nas telas brasileiras: ficção, documentário e vídeo - Dropando o swell perfeito**. (Graduação em Cinema e Audiovisual), UFF, Niterói, 2014
- NERCOLINI, Marildo José. **A Televisão e a Música Popular Brasileira: Histórias que se entrelaçam**. Pragmatizes - Revista Latino Americana de Estudos em Cultura. , v.3, p.92 - 107, 2013
- PICCININI, Thiago Badia. **John Hugues e a representação da identidade adolescente no cinema americano dos anos 80**. (Graduação em Cinema e Audiovisual), UFF, Niterói, 2012

SILVA, Heitor da Luz. **Rádio FM, Rock e Rio de Janeiro: uma análise das estratégias de incursão da “Fluminense Maldita” e da “Cidade do Rock” no domínio das guitarras.** (Dissertação de mestrado em Comunicação), UFF, Niterói, 2008

SILVA, Heitor da Luz. **Trilhas de Telenovelas Globais e o Mercado Musical nos anos 1980 e 1990.** Logos (UERJ. Impresso), v. 19, p. 68-83, 2012.

SILVA, Heitor da Luz. **Televisão, indústria da música e reality show musical no Brasil.** (Tese de doutorado em comunicação), UFF, Niterói, 2013

VICENTE, Eduardo. **Música e disco no Brasil: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90.** (Tese de doutorado em Comunicação), ECA/USP, São Paulo, 2002

VICENTE, Eduardo. **Segmentação e consumo: a produção fonográfica brasileira, 1965-1999.** ArtCultura, Uberlândia, v. 10, n. 16, p. 99-117, jan-jun 2008

VIEIRA, João Luiz. **O corpo popular, a chanchada revisitada, ou a comédia carioca por excelência.** Acervo, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 45-62, jan-jun 2003