

O JUVENIL COMO GÊNERO CINEMATOGRAFICO

Zuleika de Paula Bueno

Docente do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Estadual de Maringá, Mestre em Sociologia e doutora em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas.

RESUMO

A proposta deste artigo é apresentar a construção de uma cinematografia centrada na figura do jovem, seja este personagem ou espectador de tal produção. A invenção do juvenil como gênero cinematográfico é discutida a partir de sua constituição na indústria cinematográfica norte-americana, onde recebe o nome de *teenpicture*, destacando a expansão dessa tendência para outras cinematografias, como a brasileira. Observando o caso brasileiro, são nítidas a contemporaneidade da “juvenilização” na narrativa do cinema de entretenimento trivial e a chegada dos *teenpics* às salas de cinema brasileiras. Acompanha os jovens delinquentes e as mocinhas inocentes um ritmo inconfundível: o *rock'n'roll*. Nas produções norte-americanas tanto quanto nos similares brasileiros, as tendências dos números musicais cinematográficos acompanhavam os movimentos da indústria fonográfica. A ascensão da “música jovem” no elenco das gravadoras, no final da década de 1950, garantiu simultaneamente a inserção da “turma do rock” na produção cinematográfica.

PALAVRAS-CHAVE: cinema, juventude, *rock'n'roll*, entretenimento.

Em meados do século XX, produtores e diretores de Hollywood se depararam com uma situação por vários deles considerada catastrófica: o declínio do cinema clássico como entretenimento universal. Era o fim de Hollywood tal como se conhecia. A manutenção da lucrativa combinação vertical existente entre companhias produtoras e circuito exibidor fora abalada pelas leis antitrustes impostas pela justiça norte-americana na década de 1940. Aliada a essa reconfiguração estrutural, a consolidação da televisão como novo meio de “diversão para toda a família” questionava a hegemonia dos grandes estúdios.

Como observou Schatz (1991), “algo deixara de existir no início dos anos 50 – mas não era o cinema” (p.18). Nem mesmo era Hollywood. Esta permaneceu ativa, integrada aos grandes complexos midiáticos produtores e distribuidores dos mais diversos “produtos e serviços de informação e entretenimento, de jornais e revistas, redes de televisão e produtos audiovisuais, de sites e parques temáticos” (Wasko, 2007, p. 18). Tal integração resultou em uma Nova Hollywood, denominação atribuída ao fluxo de filmes, produção e consumo da indústria cinematográfica americana, sobretudo após a década de 1970. A partir de então, investimentos financeiros na divulgação promocional, definição de estratégias cuidadosamente elaboradas na distribuição de filmes e o emprego de avançada tecnologia – apresentada ao espectador por meio de sofisticados efeitos especiais – praticamente se tornaram sinônimos do entretenimento hollywoodiano. Na emergência dessas transformações, um público específico se delineou como alvo principal da Nova Hollywood: os jovens de 15 a 25 anos.

O lado b ou como se faz um *teenpic*

Onde alguns viam catástrofe, outros enxergaram oportunidade. Foi dessa forma que o produtor Sam Katzman percebeu a falência da produção dos grandes estúdios na década de 1940. Experiente produtor de filmes B, o nova-iorquino iniciou sua carreira como aprendiz e assistente de direção na antiga Fox Film Corporation. Ainda na década de 1930, Katzman partiu para a produção independente de filmes de baixo orçamento com modesta, mas segura, margem de lucro. Em meados dos anos 40, foi chamado pela Columbia para comandar a produção seriada

do estúdio. Motivado pelas pesquisas de opinião encomendadas pela indústria cinematográfica a sociólogos e comunicólogos norte-americanos – com a finalidade de conhecer de forma mais racionalizada e sistemática o público freqüentador das salas de exibição –, Katzman investiu na produção de filmes exclusivamente direcionados para aqueles apontados estatisticamente como os mais cinemeiros: os adolescentes e jovens.

De fato, adolescentes e jovens formavam um grupo social impossível de não ser notado nos Estados Unidos do pós-guerra. Eles estavam em grande número nas ruas, possuíam mais dinheiro que os jovens das gerações passadas e se auto-reconheciam como um grupo social coeso em torno de interesses comuns (Passerini, 1995). A escola, e sobretudo a vida urbana, havia em grande parte proporcionado aos jovens muito mais tempo de convivência entre seus pares do que com a família ou outros grupos sociais ordenados pelo mundo adulto.

Focado nesse grupo, Sam Katzman desenvolveu uma nova concepção de negócios cinematográficos, deslocando do conteúdo para a audiência o foco central da produção. Apostando no lema: “seja o primeiro, não o melhor”, Katzman realizou na Colúmbia uma série de *quickies* – filmes de baixo orçamento e de grande velocidade de produção – voltados para o público adolescente: *Junior Prom* (1946), *Freddie Steps Out* (1946), *High School Hero* (1946) e *Betty Co-ed* (1946), levava para as telas de cinema aventuras que tinham como cenário principal os colégios estadunidenses. Além de ambientes e de personagens familiares, o produtor apostava na produção de séries que exploravam exaustivamente os heróis maravilhosos, fantásticos, selvagens ou super humanos como catalizadores da audiência juvenil. Uma década após ingressar na Columbia, Katzman era um reconhecido produtor do que foi considerado um novo segmento de filmes B: os *teenpictures* ou, simplesmente, *teenpics* (Doherty, 2002).

Enquanto dominaram os grandes estúdios, os Bs, normalmente *westerns*, melodramas policiais ou produções seriadas, tiveram como principal função econômica manter a indústria cinematográfica ativa entre a realização de uma e outra superprodução (Mattos, 2003). Contudo, a transformação nas condições de produção dos estúdios e a ascensão da televisão – que absorveu os gêneros e formatos até então explorados pelas produções mais baratas – alterou significativamente as “funções” do cinema de segundo escalão. Tolerados, quando realizados

dentro das convenções, os Bs passaram a ser, enfaticamente, condenados pelo *mainstream* ao radicalizar seus princípios. A radicalização da “tradição B” representou uma verdadeira “revolução cultural” no interior do cinema norte-americano. Ao invés de apenas complementar a produção principal, os Bs passaram, então, a explorar as “brechas” do cinema de primeiro escalão e a se fixar como produções autônomas realizadas para atrair um público pré-determinado. Assim, associou-se o filme B à definição de *exploitation*.

A expressão, que passou a ser empregada de forma pejorativa a partir dos anos 50, pode ser associada a três diferentes significados: o primeiro se refere à divulgação e promoção que acompanha o lançamento de um filme; nesse sentido, diz-se que o filme é “explorado” pela publicidade, isto é, ele é um objeto de exploração. A segunda definição está associada à maneira pela qual o filme se direciona a sua audiência; dessa forma, o filme é um agente ativo que “explora” um determinado segmento do público, tais como mulheres, crianças, adolescentes, ou qualquer outro grupo. A definição pejorativa aparece no terceiro e último significado da expressão, associada a um tipo particular de filme realizado em torno de um assunto qualquer considerado oportunista, bizarro, libidinoso ou sensacionalista.

Os *teenpics* podem ser considerados filmes *exploitation* em todos os sentidos. Embora se promovessem como produtos absolutamente originais, os *teenpics* causaram grande impacto no mercado norte-americano combinando formas e conteúdos já largamente experimentados pela indústria de cinema. Eles foram intensamente explorados pelos esquemas publicitários e exploraram diretamente o segmento juvenil do público cinematográfico. Transitavam entre os mais variados formatos, de musicais a filmes de horror, e articulavam a esses gêneros quaisquer assuntos emergentes, oportunos ou bizarros associados a figuras juvenis, sobretudo aqueles de maior impacto social e emocional: delinqüência juvenil, consumo de drogas, experiências sexuais pré-maritais, tudo isso combinado ao ritmo divulgado pelas rádios estadunidenses como a voz da nova geração: o *rock'n'roll* (Doherty, 2002).

A construção da condição juvenil no cinema

A condição juvenil ou a emergência do jovem como agente social independente, conforme constatou Eric Hobsbawm (1995), foi uma tendência social marcante da revolução cultural que se deu após o fim da Segunda Guerra. Segundo o historiador, a compreensão da juventude não mais como um estágio transitório entre a vida infantil e a adulta, mas como experiência fundamental à formação da subjetividade e das narrativas pessoais, foi decorrência de uma drástica transformação na estrutura de relações entre os sexos e as gerações vividas, sobretudo, no núcleo familiar. Portanto, não é por acaso que o reconhecimento do jovem como agente social veio acompanhado de um forte interesse dos setores conservadores da sociedade em conhecê-lo, controlá-lo e classificá-lo segundo as suas principais orientações. Investigações das mais diversas naturezas, patrocinadas pelo poder público norte-americano, delineavam o perfil psicológico, o social e o moral da juventude estadunidense: assim, revolta, rebeldia e marginalidade compunham o caráter desviante dessa nova geração.

O desvio se transformou em regra em pelo menos duas tendências de produção cinematográfica: nos *teenpics* e nos filmes de orientação social. Também chamados de *hygiene films* e "filmes de sala de aula", centenas de produções distribuídas em 16 mm e realizadas entre os anos 40 e 70, pela Enciclopédia Britânica, a Coronet e a Centron levaram para os colégios americanos orientações audiovisuais voltadas para a prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, o combate aos malefícios causados pelo uso de substâncias ilícitas, os riscos das ações imprudentes na direção automobilística, além de sugestões para o sucesso na vida social e profissional. Destinados diretamente ao público adolescente, a orientação moral de tais filmes apontava para uma vida saudável, pontuada por valores cívicos e, ainda, marcada pela popularidade, o bom relacionamento familiar e o comportamento sexual controlado (Tropiano, 2006).

Conforme descreve o pesquisador Lúcio de Franciscis dos Reis Piedade (2006), parte considerável desses filmes produzidos para a exibição educativa em sala de aula partiam de uma estrutura narrativa dramática e encenada que "(...) servia de base para que as idéias a serem

incutidas nos espectadores se integrassem à trama de forma mais atraente.” (p.145). *What About Juvenile Delinquency* (1955), produzido pela Centron, por exemplo, narrava as conseqüências nefastas que a aproximação com uma gangue de rua causava na vida de um jovem estudante. As causas e conseqüências da delinqüência juvenil, encenadas ficcionalmente, eram pontuadas por uma voz *over* que incitava os espectadores, claramente definidos como os jovens estudantes norte-americanos, a se posicionarem diante das situações narradas.

Simples e diretos, nesses filmes nada era implícito ou inocente. “Era tudo explícito nos *hygiene films*, de modo que nenhum ornamento narrativo dificultasse o seu entendimento, claramente explicado pela voz *over* do narrador ou do personagem ‘detentor do saber’, que funcionava como arauto da razão e da consciência, em geral benévolo, compreensivo, mas incisivo” (Piedade, 2006, p. 145).

Ao contrário do cinema comercial, que seguia rígidas regras morais impostas à sua produção, os filmes educativos tratavam abertamente de questões sobre sexo, drogas e violência urbana. Exibiam sem pudor imagens de fetos abortados ou de jovens estraçalhados em acidentes de trânsito e reconstituíam casos “verídicos” de jovens violentadas ou rapazes agredidos por se envolverem em situações consideradas de risco. Por tais situações entenda-se: no caso das moças, afastarem-se do grupo de amigas para entregarem-se às carícias de rapazes desconhecidos; no caso dos moços, aceitarem provar substâncias ilícitas ou integrarem grupos de motoqueiros ou gangues de rua. Desta forma, produções como *Dating: Do's and Don'ts* (1949) e *Girls Beware* (1961) procuravam alertar para os perigos aos quais as garotas estavam sujeitas ao se colocarem em situações vulneráveis; da mesma forma, *Drug Addiction* (1951) e *Terrible Truth* (1951) orientavam os rapazes a evitarem o consumo de drogas e os “rachas” entre amigos.

Os filmes de orientação social, curiosamente, colaboravam no estabelecimento da chamada delinqüência juvenil como componente fundamental da produção cinematográfica direcionada ao público adolescente. Assim, com o cinema comercial, esboçou certos elementos e personagens supostamente constituintes do que posteriormente se definiu como um gênero juvenil: o adolescente desajustado, a boa garota, os pais frustrados, o ambiente escolar, o bom professor.

O hibridismo entre encenações, reconstituições, imagens de arquivo e orientação social explícita construíram em tais filmes educativos personagens juvenis igualmente híbridas, parcialmente semelhantes aos jovens espectadores, parcialmente referentes às figuras juvenis cinematográficas, principalmente aos grandes símbolos dessa juventude transviada e rebelde: Marlon Brando e James Dean.

Pioneiros na abordagem da condição juvenil no cinema de primeiro escalão hollywoodiano, *O Selvagem* (László Benedek, *The Wild One*, 1953) e *Juventude Transviada* (Nicholas Ray, *Rebel Without a Cause*, 1955) foram produzidos e lançados sob a perspectiva de “filmes adultos”; contudo, atraíram a atenção de adolescentes e jovens que imprimiram posteriormente a essas produções a classificação de filmes juvenis e elevaram seus protagonistas – respectivamente Brando e Dean – à categoria de heróis juvenis.

Assuntos considerados proibidos foram, então, transformados em “problemas contemporâneos”. *Juventude Transviada*, por exemplo, insere no interior do “respeitável” cinema norte-americano as tradições ocultas da adolescência – a delinquência, o sexo e a boemia – questões até então incompatíveis com a rígida moral hollywoodiana (Cagin & Dray, 1984).

Diferentemente dos *teenpics* e dos filmes educativos – que passaram para a historiografia norte-americana como um surto específico de produção cinematográfica – os filmes de Nicholas Ray e László Benedek ganharam a projeção mundial possível apenas aos filmes do *mainstream* do entretenimento cinematográfico e se transformaram em referência da “condição juvenil” para a produção de filmes de inúmeras cinematografias nacionais, dentre elas, a brasileira.

O jovem delinqüente

O código de honra juvenil – o culto da proeza, o sonho grandioso de sucesso rápido e a agressão (Matza, 1968) –, explorado nos *teenpics*, e retomado em *O Selvagem*, *Juventude Transviada* e *Sementes da Violência* (Richard Brooks, *The Blackboard Jungle*, 1955), combinava-se na matriz clássica de produção cinematográfica com um gênero bastante conhecido dos produtores norte-americanos: o melodrama policial, amplamente trabalhado nas décadas

anteriores pelos filmes de *gangsteres*. O universo de valores masculinos – competição, violência e iniciativa – mitificado na imagem do *gangster* (Vugman, 2006) foi facilmente adaptado no cinema ao comportamento errante, arriscado e marginal que determinava a delinquência juvenil. Assim como havia acontecido com o criminoso, o jovem delinqüente surgiu nos Estados Unidos como figura “de carne e osso e como mito”, partilhando espaços nas páginas policiais dos jornais diários e nas ficções exibidas no cinema.

Glauber Rocha (2006), por sua vez, enxergou nas jaquetas de couro, no jeans, nos lenços nos pescoço e no revólver na cintura dos jovens rebeldes do cinema norte-americano a recriação da vestimenta dos *cowboys* dos *westerns*. Em oposição a esses, porém, “no moderno filme de juventude delinqüente o ritmo (...) é agitado em função do temperamento desesperado de mocidade rebelde e violenta (...) Das panorâmicas lentas do *western*, temos agora cortes rápidos, nervosos, *travellings* velozes (...) um novo ritmo estilizado sob o domínio do *rock ´n ´roll*, música funcional à irreverência juvenil.” (p. 82).

Ao balanço dos *teenpics*

Em janeiro de 1956, apostando oportunamente no sucesso da canção “*Rock Around the Clock*”, gravada por Bill Haley and the Comets e incorporada à trilha sonora de *Sementes da violência*, Sam Katzman levou às salas mundiais *Ao balanço das horas* (Fred Sears, *Rock Around the Clock*, 1956), explorando o *rock ´n ´roll* como catalisador da audiência jovem. Mais uma vez, comprovava-se a aguçada visão comercial do produtor para a atração do gosto juvenil.

As fitas explorando o *rock´n´roll*, como verificou Salles Gomes, drenaram para Hollywood “uma parcela das somas astronômicas obtidas pelo comércio da música” (1981, p. 52) Pouco investimento e lucro certo. Era isso o que o novo ritmo representava para os produtores cinematográficos. *Ao balanço das horas*, por exemplo, trouxe para a Columbia, sua distribuidora, um lucro exorbitante. Se havia ainda alguma resistência no meio cinematográfico em investir de forma mais intensa e sistemática nas produções de *rock* e no segmento juvenil, com o filme de Katzman ela foi eliminada.

Astros do *rock* foram, então, simultaneamente projetados como estrelas do cinema. Elvis Presley é um bom exemplo dessa afirmação. Em 1956, ano em que alcançou o topo da concorrida indústria fonográfica norte-americana, Elvis estreou o primeiro de dezenas de filmes nos quais atuaria como atração principal: *Ama-me com Ternura* (Robert Webb, *Love Me Tender*). Nos anos seguintes, cada novo álbum de Elvis que chegava às lojas era acompanhado de um novo filme lançado nas salas de cinema.

Paralelamente, o desenvolvimento do LP como formato principal da indústria fonográfica na época confirmou para ambas as indústrias a tendência de comercialização não apenas da música-tema dos filmes como também de suas canções não-diegéticas (Donnelly, 2001). A partir da década de 1960, foi intensificado, nos filmes, o uso de compilações, ou seja, de canções já existentes e previamente gravadas incorporadas à narrativa cinematográfica. (Smith, 1998)

Essa tendência atingiu não apenas a produção cinematográfica norte-americana, mas se fez sentir em todos os espaços de atuação das grandes gravadoras. Observando o caso brasileiro, é nítida a contemporaneidade da chegada do ritmo às produções cinematográficas nacionais e a ampliação da atuação das grandes gravadoras nesse mercado.

As tendências dos números musicais cinematográficos acompanhavam os movimentos da indústria fonográfica. A ascensão da “música jovem” no elenco das gravadoras e o declínio da canção carnavalesca no final dos anos 50 garantiram simultaneamente a inserção da “turma do *rock*” na produção das chanchadas.

De vento em popa (Carlos Manga, 1957) trouxe uma das primeiras canções de *rock* às produções brasileiras. No filme, Oscarito aparece vestido com uma jaqueta de couro preta, brilhantina nos cabelos, cantando “*Calypso Rock*”, numa explícita paródia de Elvis Presley. No mesmo ano, gangues juvenis eram retratadas por Anselmo Duarte em *Absolutamente Certo* (Anselmo Duarte, 1957), que contava com a participação do “roqueiro” Betinho e seu conjunto.

A primeira intérprete “genuína” de *rock’n’roll* no Brasil, Celly Campello, apareceu nas telas em participações especiais nos filmes de Amácio Mazzaropi, *Jeca Tatu* (1959) e *Zé do Periquito* (1960), interpretando algumas de suas canções lançadas em vinil. Seguindo a mesma tendência da cantora, diversos artistas jovens, contratados pelas principais gravadoras nacionais e

multinacionais instaladas no Brasil, foram incorporados como as grandes atrações dos filmes musicais brasileiros.

Do modelo de comédia musical consolidado pela Atlântida e produzido por outras empresas cinematográficas da época, como a Herbert Richers e a Cinedistri, surgiu o embrião de um possível filme juvenil brasileiro. No caso das produções brasileiras que apresentavam uma tendência à “juvenilização” da narrativa nos anos 50 e 60 – como era o caso de *Absolutamente Certo* e *Alegria de Viver* (Watson Macedo 1958) ou os filmes ligados aos cantores da Jovem Guarda – o jovem delinqüente encontrava igualmente uma matriz melodramática que o encaixava numa estrutura facilmente reconhecida pelo público. Ele assumia o papel de vilão ou traidor, transgressor das interdições impostas que sustentavam a virtude e integridade das demais personagens, e garantia a reprodução da moral do “homem simples” encontrada nos filmes de chanchada ou nas comédias paulistas.

Assim, a produção de comédias musicais, gradualmente transformadas em filmes juvenis, ganhou novo fôlego nos anos 60. Valia aqui a mesma lógica aplicada aos *teenpics*: inovar sem arriscar uma fórmula radicalmente nova.

Explorando o *rock*

A combinação entre *rock* e cinema foi a grande novidade da indústria cultural no final dos anos 50. Contudo, há tempos a parceria entre música e cinema era de grande sucesso. Até a chegada do *rock* nas telas, o setor mais lucrativo dessa parceria no mercado norte-americano era o de venda de partituras. Tal comércio foi intensamente explorado durante os anos 10, momento em que os grandes empresários da música eram os editores (Paiano, 1994). Nos anos 20, a forma de promoção se centralizou em torno das músicas-tema compostas especialmente para as produções cinematográficas. Com a chegada do filme sonoro, Hollywood passou a apostar em seus próprios compositores e a ganhar mais domínio nessa área, investindo na padronização da música para cinema. Com isso, a indústria de cinema passou a ter lucro oriundo dos direitos autorais, cobrados pela venda e pela execução das canções especialmente compostas para os filmes.

Paralelamente ao cinema, expandia-se o poder do rádio e consolidava-se a indústria fonográfica. Conforme destaca Jeff Smith (1998), as estimativas norte-americanas do ano de 1939 confirmam que a combinação entre execução nas rádios, venda de gravações e divulgação de partituras acrescentaram mais de um milhão de dólares ao saldo bruto das bilheterias dos principais filmes (p. 31). Nessa década, as mudanças tecnológicas, comerciais e culturais convergiram na formação de uma nova cadeia simbiótica entre música e cinema. Decresceu lentamente o contato entre editores e exibidores e estabeleceu-se um encadeamento mais complexo composto por gravadoras, rádios e companhias cinematográficas. Nos anos seguintes, a combinação entre música e cinema se direcionaria cada vez mais das partituras para as trilhas sonoras.

Pode-se dizer que a sinergia entre as indústrias musicais e cinematográficas detectadas, no contexto norte-americano, se reproduziu em outros mercados, como o brasileiro. Apesar da escassez de pesquisas que explorem esse tema, há indícios de que a exploração comercial de partituras de músicas de cinema tenha ocorrido no Brasil nas primeiras décadas do século XX, embora ainda não se possa avaliar exatamente em quais proporções. É certo, porém, que bastava uma gravação da Casa Edison fazer sucesso para que em pouco tempo o cantor figurasse num quadro dos filmes cantantes rodados no início do século (Tinhorão, 1972). Já o relacionamento entre rádio e cinema é mais conhecido dos pesquisadores. Conforme afirma Suzana Ferreira (2003), nos anos 30 e 40, os dois meios "(...) constituíram uma relação das mais saudáveis e se utilizaram mutuamente na promoção cada qual de seus interesses, mas sem se desvincularem" (p. 70). Durante as duas décadas, os cantores e cantoras do rádio tornaram-se os grandes astros dos números musicais cinematográficos brasileiros. As gravadoras, portanto, exerceram papel importante nessa articulação.

É fundamental destacar, porém, que, se o cinema e a música se complementavam na formação de uma produção cultural massificada no Brasil, suas forças eram desiguais. O rádio ocupava certamente um papel muito mais determinante nesse processo (Lenharo, 1995).

A centralidade do rádio na produção de massa brasileira somente foi substituída na década de 1950 com a ascensão da televisão, constituída sob forte influência radiofônica. O fim daquele decênio, porém, foi o mais intenso na inter-relação entre cinema e música popular (Tinhorão,

1972). Em 1957, dezoito filmes contavam com a participação de cantores em números musicais ou não.

No caso norte-americano, o relacionamento entre as indústrias culturais não se destacava pela complementaridade entre forças desiguais, mas pela simultânea cooperação e concorrência entre gigantes de igual potência. Gigantes que enfrentavam nos anos 50 desafios semelhantes, cercados pelas transformações na produção e o consumo da cultura. Enquanto Hollywood reestruturava o sistema dos grandes estúdios e reorganizava-se em torno dos produtores independentes, as grandes gravadoras, chamadas *majors*, confrontavam a expansão das gravadoras voltadas a públicos já segmentados, como as *race records*. Essas eram gravadoras independentes que produziam e divulgavam principalmente as canções de *rhythm & blues* entre o público consumidor de origem afro-americana. Paralelamente às *race records*, o *race cinema*, realizado por companhias independentes pouco expressivas, levava às telas a imagem de alguns dos astros da música negra norte-americana. Entre o *jazz* e *rhythm & blues* tocados nessas produções e os compactos lançados pelas pequenas gravadoras, surgiram em meados do século XX as primeiras canções posteriormente denominadas pelos *disc-jockeys* como *rock'n'roll*.

Luis Antônio Groppo (1996) afirma que o *rock* surgiu a partir do "(...) inter-relacionamento, de três elementos socioculturais em especial, desenvolvidos desde o fim do século XIX: a música popular, a juventude e a tecnologia de reprodução sonora" (p. 10). O *rock* não existiria, não fosse a eletrificação de guitarras, de baixos e de baterias, e a amplificação da voz que permitiu a transformação de suas duas principais matrizes musicais: o *rhythm & blues* e o *country & western* norte-americanos. Esses gêneros musicais desenvolveram-se até meados do século XX à margem das *majors*. As mudanças sociais trazidas pelo pós-guerra, entretanto, lançaram esses ritmos marginais para o centro das atenções, sobretudo da nova geração conduzida por uma moral questionadora dos antigos padrões de comportamento. As pequenas gravadoras conheceram, então, um período de crescimento antes jamais imaginado. As estações de rádio locais, cuja programação vinculava sobretudo a produção musical das *race records*, também se multiplicaram, e as canções *country* e o *rhythm & blues* atingiram até mesmo o novo meio de comunicação que se fixava nos lares norte-americanos: a televisão.

Um mercado, com tamanha potencialidade, não poderia mais ser ignorado pelas grandes gravadoras. Adequando as canções originais ao perfil médio do grande público, a indústria

fonográfica começou a divulgar entre as classes médias e brancas as regravações realizadas por grupos e cantores devidamente adaptados aos padrões já conhecidos pelo mercado consumidor. *"Rock Around the Clock"*, por exemplo, o primeiro grande sucesso do *rock* dentro e fora dos Estados Unidos, era um *cover* da original *"Let´s Rock Awhile"*, de Amos Millburn, desconhecida de grande parte do público mundial que "vibrava" ao som da interpretação de Bill Haley (Zan, 1996).

As canções originais, regravadas em solo norte-americano, ganhavam novos *covers* em terras estrangeiras. Em 1955, Nora Ney, cantora da tradicional música popular brasileira, gravaria pela Continental *"Rock Around the Clock"*, canção divulgada para o público brasileiro como "Ronda das Horas", apesar de continuar sendo cantada no idioma inglês. A versão em português, lançada para RCA Victor, viria na voz de Heleninha Silveira. Essa mesma gravadora trazia num disco de 78 rpm o cantor Cauby Peixoto, famoso por suas interpretações de sambacção, investindo no ritmo da moda com *"Rock and Roll em Copacabana"*. Um mercado tão promissor era igualmente competitivo. A Continental, pioneira nas gravações de *rock*, perderia nos anos seguintes diversos de seus contratos com cantores jovens. Em 1964, por exemplo, a RCA levaria da Copacabana Ronnie Cord e Rosemary, buscando conquistar o mercado juvenil, tal qual vinha fazendo na Argentina, país onde dominava a produção musical para a juventude. Foi a CBS, no entanto, que consolidou o *rock* brasileiro com o lançamento, dentre outros, dos dois principais pilares da Jovem Guarda, Wanderléia e Roberto Carlos (Fróes, 2000).

O trinômio: rádio, teatro de revista e cinema, que vigorava nos anos 30 e 40, era então substituído pela articulação rádio, cinema e televisão, esta última assegurando a liderança entre os meios.

Os filmes do rei

A Jovem Guarda delineou pioneiramente no Brasil um estilo juvenil, ou seja, articulou-se à construção de uma identidade urbana criada a partir do consumo, representando uma subcultura derivada da cultura juvenil internacional. A propaganda maciça e o desejo deliberado de construir um mito adolescente brasileiro motivaram a reunião dos representantes mais significativos do iê-iê-iê, como era então chamado o *rock* brasileiro, em torno de um nome que os agregasse. A

expressão Jovem Guarda foi criada pelo publicitário Carlito Maia, que comprou, com seus sócios na agência Magaldi, Maia & Prosperi, um horário na TV Record, arcando financeiramente com um programa musical homônimo montado a partir de um esquema publicitário inédito para os padrões da época. Atingindo picos de audiência, o programa reuniu os principais representantes do iê-iê-iê: Roberto Carlos, então já consagrado como “rei”, Wanderléia, chamada de “ternurinha”, o “tremendão” Erasmo Carlos, o “príncipe” Ronnie Von, além de diversos grupos e artistas jovens que surgiram em torno do movimento (Carmo, 2001).

No rádio, horários especiais da programação foram reservados para seus integrantes: *Festival de Brotos* e *Os brotos comandam* na Bandeirantes paulista e *Alô Brotos* na carioca Mayrink Veiga. Completando o esquema, a *Revista do Rock*, publicação voltada para a divulgação desses artistas, lançava concursos para eleger os mais significativos e adorados pelo público. Rapidamente, o movimento assumiu um caráter que extrapolou sua musicalidade, transformando-se num fenômeno de vendas, que incluía não apenas os discos, mas toda uma série de produtos que formavam juntos a imagem, e ainda orientavam o comportamento da nova juventude, indo de pôsteres a roupas e lambretas (Fróes, 2000).

Jovem Guarda foi certamente o mais famoso, mas não o único, nem mesmo o primeiro programa televisivo a divulgar o *rock* e o estilo juvenil. Já, em 1959, Celly Campello apresentava na mesma emissora *Crush em Hi-Fi*, divulgando os sucessos internacionais do *rock*. Poucos anos depois, na TV Tupi, ela era atração do programa de Sérgio Galvão, *Alô Brotos*. Na TV Rio, os cantores e cantoras que surgiam constantemente envolvidos com o ritmo encontravam espaço em *Hoje é dia de rock*, comandado por Jair Taumaturgo. Na TV Continental, Carlos Imperial comandava o *Clube do Rock*.

Dos jovens cantores e bandas precursoras do *rock* no Brasil, diversos participaram das comédias musicais: os *Golden Boys* participaram de *Cala a boca*, *Etelvina* (1959) e *Eu sou o tal* (1961); *The Snakes*, quarteto formado por Erasmo Carlos, então chamado Esteves, tocou em *Minha sogra é da polícia*, filme que trazia ainda Roberto Carlos antes da fama, numa pequena participação com Os Terríveis, grupo criado por Imperial. Sérgio Murilo, um dos ídolos da primeira fase do *rock* brasileiro, estreou nas telas, em 1958, no papel de Jorginho, irmão mais novo de Silvia (Ioná Magalhães) em *Alegria de Viver*, participando, no mesmo ano, de *A Grande Vedete*,

fita igualmente dirigida por Watson Macedo, e no ano seguinte, apresentando o número musical “Rock de Morte” em *Matemática zero, amor dez*.

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. Em *Adorável Trapalhão* (1967), dirigido por J.B.Tanko, Aragão novamente dividia a cena com os ídolos juvenis.

Em 1967, *Os Incríveis neste mundo louco* documentava as turnês internacionais do grupo, numa produção em cores de Primo Carbonari, dirigida por Brancato Jr. e voltada para “gente moça, gente madura e gente incrível” como anunciava seu cartaz. Em “barra limpa”, Jerry Adriani iniciava sua carreira relativamente próspera no cinema com *Essa gatinha é minha*, de Jece Valadão, em 1966, e no ano seguinte fazia *Em busca do tesouro* (1967) e *Jerry, a Grande Parada* (1967), produções da Herbert Richers, dirigidas por Carlos Alberto Barros. *Juventude e Ternura* (1968), de Aurélio Teixeira, reunia Erasmo e Wanderléia com o consagrado ator e diretor Anselmo Duarte. A imprensa da época destacava a versatilidade da cantora, então chamada de “Ternurinha”: “ela dança, canta, encanta e ama os mais alinhados galãs do cinema nacional”.¹ *Jovens pra frente* (1969), escrito e dirigido por Alcino Diniz, reunia uma estrela da música jovem e um astro da MPB, Rosemary e Jair Rodrigues, trazendo ainda para as telas um dos principais comediantes dos tempos da Atlântida, Oscarito.

Fenômeno da Jovem Guarda, Roberto Carlos tornou-se igualmente ídolo do cinema. O primeiro projeto de levar o “rei” às telas partiu de Luis Sérgio Person e Jean-Claude Bernardet, roteiristas de *SSS contra a Jovem Guarda*, cujas filmagens foram iniciadas em 1966, mas jamais finalizadas. Nos anos seguintes, outros projetos foram mais bem sucedidos. Roberto Carlos estrelaria a trilogia *Roberto Carlos em Ritmo de Aventura* (1967), *Roberto Carlos e o Diamante Cor-de-Rosa* (1968) e *Roberto Carlos a 300 km por hora* (1971), dirigida por Roberto Farias. Dos diversos filmes produzidos em torno do iê-iê-iê, nenhum conseguiu uma produção tão sofisticada quanto os realizados por Farias.

Em 1967, quando *Roberto Carlos em Ritmo de Aventuras* foi realizado, a interpretação musical e a performance visual do artista já haviam sido amplamente trabalhadas e resolvidas pela televisão, preparando plenamente o “rei” para assumir o seu reinado também nas produções cinematográficas. Se verdade é que as chanchadas já haviam preparado os artistas para a apresentação visual, também o é que a experiência levada às telas estava muito mais atrelada à performance radiofônica, ou quando muito, à teatral. Sem parecer uma nova chanchada, embora guardando com ela fortes vínculos, Roberto Farias trouxe para os filmes musicais a modernidade visual necessária para cativar o público adolescente (Ramos, 1995).

A Jovem Guarda, embora extinta como programa de televisão no início de 1968, não deixou de encontrar seu espaço nas produções do cinema. Em 1970, Wanderley Cardoso estrearia ao lado de Paulo Sérgio e Adriana em *O amor em quatro tempos*, de Vander Silvio, com a participação especial de Chacrinha e Costinha, distribuído pela Ipanema Filmes. Naquele mesmo ano, *Em ritmo jovem*, produção da Eurobrás Film, unia os cantores Márcio Greick e Adriana numa trama romântica dirigida por Mozael Silveira. Produção carioca, o filme somente chegaria ao circuito paulista quatro anos após sua realização, ocupando a sala Cosmos 70. Ainda em 1970, J. B. Tanko realizaria uma comédia musical que serviria como veículo promocional para o cantor Antônio Marcos, o “rebelde que prefere iê-iê-iê e cabelos compridos” em *Pais quadrados... filhos avançados!* Tanko repetiria a parceria com Antônio Marcos em outros dois filmes, *Som, amor e curtição* (1972) e *Salve-se quem puder, o rally da juventude* (1973), ambos bem sucedidos nas bilheterias.²

Os filmes dos reis

Os filmes juvenis das décadas de 1950 e 1960 reproduziram nas telas de cinema uma linguagem visual desenvolvida pelos programas de televisão (Donnelly, 2001). A combinação entre seqüências de ação e números musicais conduzidos por cantores de *rock* partia de um formato já testado e aprovado nos shows televisivos e, antes deles, explorado pelos espetáculos de atração e variedades que formaram a matriz cultural da linguagem televisiva.

Assim, se o cinema e a televisão compartilharam padrões culturais tradicionalmente modeladores do entretenimento, dividiram igualmente a incorporação de novas expressões. Daí

originou-se uma nova concepção de filmes musicais e juvenis, como aqueles realizados no Brasil com o rei Roberto Carlos ou os filmes britânicos produzidos em torno do grupo *The Beatles*.

Os reis do iê-iê-iê (A Hard Day's Night), dirigido por Richard Lester, em 1964, provou que a combinação entre televisão, *rock* e cinema tinha um potencial estético até então desconhecido, ou seja, ele proporcionava uma nova experiência visual do *rock* capaz de renovar tanto o meio eletrônico quanto o cinematográfico. Essa experiência – que pode ser considerada como uma possibilidade de leitura do mundo a partir do *rock* e da cultura jovem – consistiu numa exploração relativamente inédita das possibilidades criativas que as modificações tecnológicas em curso na época ofereciam para as indústrias culturais e consumidores. Sem romper totalmente com a estrutura dos filmes musicais, Lester conferiu às seqüências criadas em torno das canções do quarteto uma expressão visual coerente com sua modernidade sonora. A bem sucedida experiência estética resultou em produções subseqüentes. Em 1965, o quarteto britânico reaparece nos cinemas com *Help!* (Richard Lester), de orçamento e faturamento ainda maior que seu antecessor.

Os reis do iê-iê-iê, além das inovações estéticas e imaginárias, apresentou novidades também nas estratégias de mercantilização do filme e de suas canções. A produção cinematográfica foi lançada com o terceiro LP da banda, homônimo à fita, parecendo se tratar, inicialmente, de uma trilha sonora. No entanto, todo um lado do disco trazia faixas inéditas não apresentadas no filme. Este, por sua vez, apresentava canções não incluídas no álbum. O resultado dessa arriscada jogada comercial foi uma estrondosa vendagem de álbuns e um incrível sucesso nas bilheterias no mercado cinematográfico mundial.

Um dos resultados imediatos dessas combinações sonoras e mercadológicas foi a consolidação do *rock* e posteriormente da música pop como canção não-diegética nas produções do cinema de primeiro escalão (Donnelly, 2001). A utilização do *rock* como componente narrativo deixou de ser uma estratégia de exploração oportuna e imediata do mercado e se consolidou legitimamente como música de cinema (Smith, 1998). No caso do cinema juvenil, fixou-se como componente do próprio gênero, como se percebe em *A primeira noite de um homem* (Mike Nichols, *The Graduate*, 1967) e *Sem Destino* (Dennis Hopper, *Easy Rider*, 1969). Este último trazia longas seqüências de motos percorrendo as estradas do interior estadunidense acompanhadas, de forma não-diegética, por canções de grupos como The Byrds e Steppenwolf,

criando uma estrutura narrativa posteriormente associada aos videocliques. A combinação diferenciada entre imagem e canção, porém, não expressava apenas uma potencialidade estética ou tecnológica. A principal transformação elucidada numa produção como *Sem Destino* foi a consolidação dessa expressão no imaginário juvenil, isto é, sua conversão na manifestação de uma afetividade intensamente vivida.

O juvenil como gênero cinematográfico

A condição juvenil construída no cinema foi concebida a partir de uma lógica específica de produção e fruição cultural: a do entretenimento. Assim, esse tipo de produção pressupõe uma dupla mediação caracterizada pela intercambialidade com outros produtos e a participação afetiva nas dinâmicas do cotidiano. Assim, de práticas sociais emergentes, em meados do século XX, surgiram ações calculadas e integradas aos processos de padronização e inovação dos diversos meios. Conseqüentemente, a juventude se tornou fundamental na mediação existente no interior das próprias indústrias culturais e nas estratégias que estas criam para “estar no mundo”.

Sendo um processo social fundamentalmente moderno, tal condição juvenil não se restringiu a países isolados, mas avançou num sentido global de integração, revelando-se, assim, extremamente dinâmica e heterogênea. Dessa condição, originou-se uma cultura própria chamada por Edgar Morin (1987) de uma cultura juvenil-adolescente. Portanto, estimulada pelas transformações quantitativas e qualitativas da sociedade moderna, a sensibilidade juvenil-adolescente estruturou-se e foi estruturada pelas palavras, pelos sons, por vozes, sentidos e imagens das diversas indústrias culturais.

NOTAS

1 Anúncio Promocional. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 13 de mar., 1968.

2 Segundo dados da Embrafilme, *Som, amor e curtição* teve 941.732 espectadores, e *Salve-se quem puder* 761.065.

REFERÊNCIAS

- CAGIN, Seth e DRAY, Philip (1984). *Sex, Drugs, Violence, Rock 'n Roll and Politics: Hollywood films of the Seventies*. Harper & Row Publishers.
- CARMO, Paulo Sérgio do (2000). *Culturas da rebeldia: a juventude em questão*. São Paulo, Senac.
- DOHERTY, Thomas. (2002). *Teenagers and Teenpics: the juvenilization of American Movies in the 1950's*. Philadelphia, Temple University Press.
- DONNELLY, K.J. (2001). *Pop music in British Cinema*. London, British Film Institute.
- FERREIRA, Suzana Cristina de Souza (2003). *Cinema carioca nos anos 30 e 40: os filmes musicais nas telas da cidade*. São Paulo, Annablume; Belo Horizonte, PPGH-UFMG.
- FRÓES, Marcelo (2000). *Jovem Guarda em ritmo de aventura*. São Paulo, Editora 34.
- GOMES, Paulo Emílio Salles (1981). *Crítica do Suplemento Literário*, v. 1, Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- GROPPO, Luis Antônio (1996). *O rock e a formação do mercado de consumo cultural juvenil*. Dissertação de mestrado IFCH, Campinas, Unicamp.
- HOBBSAWM, Eric (1995). *A era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo, Companhia das Letras.
- LENHARO, Alcir (1995). *Cantores do rádio: a trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo*. Campinas, Unicamp.
- MATTOS, A.C. Gomes de (2003). *A outra face de Hollywood: filme B*. Rio de Janeiro, Rocco.
- MATZA, David Matza (1968). "As tradições ocultas da juventude". In: BRITTO, Sulamita de (org.) *Sociologia da juventude, vol III : a vida coletiva juvenil*. Rio de Janeiro, Zahar, pp. 81-106.
- MORIN, Edgar (1987). *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo 1: neurose*. Rio de Janeiro, Forense Universitária.
- PAIANO, Enor (1994). *O berimbau e o som universal*. Dissertação de mestrado, ECA-USP, São Paulo.
- PASSERINI, Luisa (1995). "A juventude, metáfora da mudança social". In: LEVI, Giovanni; SCHIMITT, Jean-Claude (orgs.). *História dos jovens 2: a época contemporânea*. São Paulo, Companhia das Letras, pp. 319-382.

- PIEADADE, Lúcio de Franciscis dos Reis (2006). *É tudo verdade? A exploração no documentário e o documentário de exploração*. Tese de Doutorado, Unicamp, Campinas.
- RAMOS, José Mário Ortiz (1995). *Televisão, publicidade e cultura de massa*. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes.
- ROCHA, Glauber (2006). *O século do cinema*. São Paulo, Cosac Naify.
- SCHATZ, Thomas (1991). *O gênio do sistema: a era dos estúdios em Hollywood*. São Paulo, Companhia das Letras.
- SMITH, Jeff (1998). *The sounds of commerce: marketing popular film music*. New York, Columbia University Press.
- TINHORÃO, José Ramos (1972). *Teatro & Cinema*. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes.
- TROPIANO, Stephen (2006). *Rebels & Chicks: a history of the Hollywood Teen Movie*. New York, Back Stage Books.
- VUGMAN, Fernando Simão (2006). "Western". In: MASCARELLO, Fernando (org.). *História do cinema mundial*. Campinas, Papirus, pp. 159-175.
- WASKO, Janet (2007). "Por que Hollywood é global?". In: MELEIRO, Alessandra. *Cinema no mundo: indústria, política e mercado*. Estados Unidos, v. IV. São Paulo, Escrituras, pp. 29-50.
- ZAN, José Roberto (1996). *Do fundo de quintal à vanguarda: contribuição para uma história social da música popular brasileira*. Tese de doutorado, IFCH, Unicamp, Campinas.