

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
PAULO ROBERTO FERREIRA DA CUNHA

**O CINEMA MUSICAL NORTE-AMERICANO NOS ANOS 1980:
Análise de Traços Estéticos, Temáticos e Mercadológicos
Através dos Filmes *Fama* e *Flashdance*.**

SÃO PAULO
2009

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

PAULO ROBERTO FERREIRA DA CUNHA

**O CINEMA MUSICAL NORTE-AMERICANO NOS ANOS 1980:
Análise de Traços Estéticos, Temáticos e Mercadológicos
Através dos Filmes *Fama* e *Flashdance*.**

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência para a obtenção do título de Mestre do Programa de Mestrado em Comunicação, área de concentração em Comunicação Contemporânea da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Rogério Ferraraz.

**SÃO PAULO
2009**

PAULO ROBERTO FERREIRA DA CUNHA

**O CINEMA MUSICAL NORTE-AMERICANO NOS ANOS 1980:
Análise de Traços Estéticos, Temáticos e Mercadológicos
Através dos Filmes *Fama* e *Flashdance*.**

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência para a obtenção do título de Mestre do Programa de Mestrado em Comunicação, área de concentração em Comunicação Contemporânea da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Rogério Ferraraz.

Aprovado em ___/___/___.

Prof. Dr. Rogério Ferraraz - Orientador

Profa. Dra. Bernadette Lyra

Profa. Dra. Rose de Melo Rocha

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à narrativa felizmente ainda inacabada de minha vida e a alguns de seus personagens fundamentais: à Márcia Ludmila pela inspiração, pelo roteiro adaptado, pela pesquisa e pela dramatização; ao Guilherme, pela dedicação na produção e pela confiança inquestionável; e ao Gabriel (Billy), pela inspiração e pela paixão compartilhada. Sem vocês este filme não seria o mesmo. E eu o amo como é.

AGRADECIMENTOS

(em ordem de aparição neste projeto)

Deus. Pela oportunidade de viver, de aprender e de me apaixonar.

Papai. Por compartilhar o gosto pelo cinema e por me deixar ver filmes no seu colo, tarde da noite, escondido da Mamãe. *Smoke gets in your eyes.*

Tânia. Por dividir comigo sessões de cinema e filmes da *Sessão da Tarde*.

Zé Roberto. Por sempre me dizer que meu caminho estava em escrever.

Mima. Por me fazer gostar de estudar, pelas referências e por me deixar dormir ouvindo você ler em voz alta. Por sua inteligência, por sua cultura e por seu amor.

Billy. Pela idéia inicial.

Garcia. Pela oportunidade de eu me descobrir educador. E pelo espaço.

Bernadette. Pelo olhar que permitiu que eu descobrisse o pesquisador em mim. E por compartilhar sua energia, seu conhecimento e sua humildade enquanto o grande ser humano que você é.

Rogério. Pela confiança em mim como pesquisador, antes mesmo que eu me desse conta disto. E pelos caminhos inestimáveis que apontou para esta pesquisa.

AGRADECIMENTOS ESPECÍFICOS PELAS CONTRIBUIÇÕES DA BANCA NO PROCESSO DE QUALIFICAÇÃO DA DISSERTAÇÃO

Prof. Dr. Rogério Ferraraz: Pela fundamentação das análises através do conceito de pesquisa de “nível-médio” (de David Bordwell).

Profa. Dra. Bernadette Lyra: Pelo aprofundamento da teoria da “emergência de sentidos” (de Hans Ulrich Gumbrecht).

Profa. Dra. Rose de Mello Rocha: Pelo resgate das importantes questões comportamentais e de consumo tratadas como “pertencimento e referencialização”.

Profa. Dra. Zuleika Bueno: Pela fundamentação do tema “mudanças mercadológicas da indústria cinematográfica nos anos 1980” e do cuidado com a indicação de conceitos que alteraram o rumo desta dissertação, como “high concept”.

RESUMO

Esta dissertação teve como objetivo analisar dois importantes filmes dos anos 1980 – *Fama* e *Flashdance* – e foi baseada na compreensão do gênero fílmico musical e de suas representações ao longo da história do cinema, em especial, naquele momento em que a indústria cinematográfica passava por uma importante transformação – a consolidação dos conglomerados de comunicação. Esta análise, que segue aquilo que David Bordwell (2005) define como pesquisa “nível-médio”, também visa aprofundar o estudo da importância adquirida em filmes musicais de elementos constitutivos, estéticos, temáticos e mercadológicos que traduziram, entre outros fatores: interesses comerciais – como *copyrights*, *merchandising*, música *pop*, venda de CD's, videocassetes etc; influências temáticas – como a promessa de progresso pessoal, a projeção de sonhos e a busca pela referencialização social; e influências estéticas – como o videoclipe e a propaganda. Portanto, ao analisar a relação que se estabeleceu entre estes elementos e os filmes musicais, o intuito é identificar certas características que, a partir daquele momento – anos 1980 –, exemplificaram uma nova orientação de produção cinematográfica, cujas marcas ainda podem ser encontradas atualmente.

Palavras-chave: Gêneros cinematográficos. Cinema musical norte-americano – anos 1980. Análise fílmica. *Fama* (1980). *Flashdance* (1983).

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze two representative films from the 1980 decade – *Fame* and *Flashdance* – based on the studies of musical film genre and also on its movies along film history, particularly in that moment which Hollywood industry faced its business transformation into communication conglomerates. This analysis follows David Bordwell's (2005) definition of "medium level" research, and also aim to deepen the importance of constituent, aesthetic, thematic and marketing elements to musical films understanding them as expressions of commercial interests – as copyrights, merchandising, pop music, CD, VCR, etc; thematic influences – as the promise of personal improvement, projections of private dreams and lifestyle, and the search for social values and recognition; and also aesthetic influences – as music video format and advertising. So the analysis of the relationship among all these aspects and musical films will provide the understanding about how it translated – from the eighties on – that new orientation to film production which can still be found nowadays.

Key-words: Motion pictures genres. United States film musical – 1980's. Film analysis. *Fama* (1980). *Flashdance* (1983).

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I: A questão de gênero no cinema musical.	7
1.1 Um olhar para a questão do gênero através do cinema norte-americano.	8
1.2 Para compreender o gênero musical.	15
1.2.1 Uma linha do tempo para o cinema musical.	17
1.2.2 Elementos constitutivos, elementos temáticos e ciclos de resgate: outros sentidos para os filmes musicais dos anos 1980.	28
1.2.3 Novas fronteiras: filme musical e drama musical.	36
1.3 Sobre músicas e canções: papéis ao longo do tempo.	43
CAPÍTULO II: O cinema dos anos 1980: o mercado, a promessa de progresso e algumas influências estéticas.	48
2.1 A indústria cinematográfica: tempos de transformação.	49
2.1.1 Comunicação, tecnologia e negócios.	49
2.1.2 O cinema e a formação dos conglomerados multimidiáticos.	54
2.1.3 <i>High concept</i> – a produção cinematográfica orientada para o mercado e para o lucro.	58
2.2 Influências estilísticas e temáticas na produção cinematográfica norte-americana nos anos 1980.	64
2.2.1 O cinema e a idéia de progresso pessoal.	64
2.2.2 O sentido de progresso pessoal para a sociedade norte-americana na era Reagan.	69
2.2.3 Algumas representações da promessa de progresso no cinema dos EUA nos anos 1980.	77
2.2.4 Estética publicitária: aspectos técnicos, aspectos comportamentais e sua relação com consumo e sucesso.	82
2.2.5 O fenômeno MTV e a estética videoclipe.	88
CAPÍTULO III: <i>Fama e Flashdance</i> – uma análise fílmica.	91
3.1 <i>Fama</i> .	92
3.2 <i>Flashdance</i> .	104
3.3 <i>Fama e Flashdance</i> : semelhanças e diferenças.	117

CONCLUSÃO	121
BIBLIOGRAFIA	127
FILMOGRAFIA	134
APÊNDICES: Fichas técnicas dos filmes <i>Fama</i> e <i>Flashdance</i> .	140

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

O ambiente multimidiático contemporâneo é um exemplo concreto da experiência gerada pela familiaridade entre meios de comunicação, pela intertextualidade, pela emergência de sentidos e pela impossibilidade de haver respostas totalizantes para compreender a comunicação massiva – e, nesta dissertação, em especial, o cinema. O que hoje se observa nas diferentes mídias é fruto de uma relação construída entre os meios, gerada pelo movimento das empresas ligadas ao entretenimento, a partir de sua reunião em conglomerados, cujo objetivo era – e ainda é – potencializar a lucratividade de seus produtos, assim como horizontalizar estes recursos – fato concretizado nos anos 1980. Este processo exigiu que a indústria cinematográfica aprofundasse ainda mais seu conhecimento em fatores como comportamento, desejos, medos, projeções e relações sociais, os quais assumiram diferentes representações, intencionalmente pensadas, para adquirir sentidos e coadunar com o imaginário social. E, sobretudo, fez com que fosse percebida a importância da experiência gerada pela própria mídia e da relação que se estabelece entre o sentido gerado pela obra a partir de fatores estilísticos, técnicos e temáticos.

Portanto, estudar e analisar influências estéticas e temáticas que marcaram o cinema da década de 1980 é, antes de tudo, matéria para compreender a contemporaneidade. Trata-se de buscar pistas no momento em que Hollywood vivia uma fundamental transformação, a partir do modo de produção de seus filmes, orientados como produtos comerciais. Trata-se de entender o processo de referencialização, de projeção pessoal e também do papel do consumo para a sociedade norte-americana de ontem e de hoje. Trata-se de uma relação que se estabeleceu entre o cinema e espectadores que transcendia a diversão. Trata-se, então, de um novo modo de fazer comunicação, cuja influência ainda permanece viva.

Um pilar fundamental deste processo de referencialização e de pertencimento foi a promessa de progresso pessoal,¹ encontrada na base de pensamento que

¹ **N.A.:** Nesta dissertação, a denominação “progresso pessoal” pode assumir, em alguns momentos, o mesmo sentido de “sucesso” ou de “sucesso pessoal”, associados à idéia de evolução, do movimento

moldou a identidade da sociedade norte-americana, ancorada na sua herança religiosa. Suas representações podem ser encontradas ao longo da história do cinema, sob várias formas, de acordo com os diferentes contextos em que os filmes foram gerados. E, de forma acentuada, em filmes musicais, capazes de manter cativa uma legião de fiéis espectadores. E que se relacionaram diretamente com algumas das influências estéticas encontradas nos anos 1980.

Portanto, o objetivo desta dissertação é pesquisar o cinema musical norte-americano nos anos 1980, a partir de influências estéticas, técnicas e contextuais que marcaram aquele momento, também oriundas das transformações da indústria do entretenimento de então – e desenvolver a análise fílmica de duas obras deste período – *Fama* e *Flashdance*, a título de identificar e confirmar as respectivas características apontadas no decorrer do trabalho.

A metodologia adotada seguiu a fundamentação teórica baseada em técnicas e práticas de análise fílmica e em estudos sobre gêneros cinematográficos – primordialmente, o musical –, a qual é consubstanciada pelo estudo do cenário econômico e social norte-americano na década em questão e de algumas influências estilísticas vigentes à época, com destaque para o aspecto projetivo-comportamental, além do foco nos elementos estéticos e temáticos utilizados pelos filmes. Cada capítulo percorreu etapas desta construção de pensamento a partir de operadores conceituais específicos e estabelecendo como premissa a idéia de uma pesquisa “nível-médio” –,² como proposto por David Bordwell em seu artigo *Estudos de cinema hoje e as vicissitudes da grande teoria* –, devido ao caráter desejado para tal tarefa, que combinará e potencializará várias orientações teóricas e correntes de pensamento, o que talvez, sob um parâmetro mais canônico, seriam vistas, eventualmente, como bases antagônicas de investigação.

A proposta de analisar o cinema musical norte-americano pressupõe, como forma de consubstanciar a reflexão, um mergulho no estudo de gênero cinematográfico. Assim, no Capítulo 1 – ***A questão de gênero no cinema musical*** –, será resgatada primeiramente esta discussão e suas representações ao longo da

instintivo do homem de buscar algo melhor para a própria vida e para a sociedade onde está inserido, ou seja, o movimento de ir para frente, de avançar, se projetar para obter seus objetivos.

² **N.A.:** David Bordwell defende a validade de uma pesquisa denominada de “nível-médio”, que “propõe questões com implicações tanto empíricas quanto teóricas”, cujas áreas representativas são “estudos empíricos de diretores, de gêneros cinematográficos e de cinemas nacionais.” In RAMOS, Fernão Pessoa. *Teoria contemporânea do cinema* – Volume I. São Paulo, Editora Senac, 2005, p. 64.

história do cinema. Sabe-se que se trata de assunto polêmico, especialmente se analisado à luz da pós-modernidade que defende a impossibilidade de se estruturar argumentações totalizantes. Uma eventual e simples rotulagem não consegue se sustentar em tempos multimidiáticos, posto que, a mesma estratégia comercial que enfatiza as receitas financeiras oriundas de diferentes produtos midiáticos permitiu o intercâmbio de elementos constitutivos de diferentes gêneros como forma de gerar familiaridade. Logo, há um outro modo de entender a questão do gênero cinematográfico. Como principal operador conceitual, esta tarefa contará com o teórico Edward Buscombe (2005), colocado lado a lado com os autores Rick Altman (2004), Steve Neal (2006 e 2007), Thomas Schatz (1981) e Barry Keith Grant (1999), contando também com a visão histórica de Kristin Thompson e de David Bordwell (2003).

Ainda no Capítulo 1, serão analisados os elementos constitutivos do gênero musical, para, então, elencar elementos temáticos e ciclos de resgate dos filmes musicais, além de explorar o indiscutível papel da música ao longo dos tempos. Esta ampliação da discussão de gênero demonstrará como a composição da música, do canto e da dança assumiu diferentes sentidos e representações ao longo da história do cinema – algumas delas foram adotadas estrategicamente por filmes oriundos de outros gêneros, igualmente como forma de identificação com o seu respectivo público e com o ambiente que os propiciava. Esta parte do trabalho, além dos autores já citados, contará com mais ênfase com J. P. Telotte (2006) para tratar de filmes musicais e de Tony Berchmans (2006) e Jeff Smith (1998) especificamente para tratar da importância da música até os anos 1980.

O Capítulo 2 desta dissertação – ***O cinema dos anos 1980 nos EUA: o mercado, a promessa de progresso e algumas influências estéticas*** – estabelecerá uma ponte entre o estudo de gênero, a evolução do filme musical e os interesses da indústria cinematográfica e suas influências estéticas e técnicas, como aconteceu de forma mais determinante nos anos 1980: novas mídias, novas tecnologias e a consolidação dos conglomerados de entretenimento. Ou seja, será investigada esta nova forma de se fazer filmes, baseada em ambiciosos objetivos comerciais, na qual tanto o filme como os produtos dele derivados (trilha sonora, videoclipe, VHS's, *merchandising*, CD's etc) foram – e ainda são –, parte de uma estratégia maior e uma resposta direta à crise que já se manifestava há tempos para

o cinema. Tratava-se de uma construção de filmes que permitia a intervenção desde a origem, suscitando críticas acirradas sobre o lado nefasto do marketing interferindo na produção cinematográfica. E, exemplificando este cenário, será aprofundado um tipo de produto orientado para altas bilheterias, para o mercado e para a venda de outros produtos derivados dos filmes – o *high concept*. Os principais operadores conceituais desta parte do capítulo serão Fernando Mascarello (2006), Jeff Smith (1998) e Justin Wyatt (2006) – para tratar das transformações da indústria cinematográfica e do conceito de *high concept* –, e Kristin Thompson e David Bordwell (2003) para tratar da contextualização dos filmes na era Reagan, além de Douglas Kellner (2001) com a discussão sobre a cultura das mídias.

Para completar o Capítulo 2, serão estudadas as representações em filmes de diferentes influências estéticas e conceituais, desde o sentido de progresso pessoal naquele contexto até a estética publicitária – que trouxe aspectos técnicos e comportamentais, além de sua relação com o consumo e a referencialização social – e a explosão da estética do videoclipe, capitaneada pela MTV. O resultado gerado foi um interessante imbricamento entre tecnologia, contexto e estética, retrato fiel dos rumos que passaram a guiar o setor de entretenimentos. Stephen Tropiano (2006), Gilles Lipovetsky (2005), Everardo Rocha (2006) e Ernesto Giglio (2002) constituem o referencial teórico para as influências estéticas e conceituais aqui apresentadas; especificamente para a questão do progresso pessoal, recorre-se a Max Weber (2006).

Por sua vez, o Capítulo 3 – ***Fama e Flashdance: uma análise fílmica*** – realizará uma análise detalhada destes filmes musicais enquanto representantes dos anos 1980 e produzidos já sob a influência de todos os fatores elencados nos capítulos 1 e 2. Trata-se de duas referências deste gênero que representam, por um lado, a velocidade com a qual aconteciam as transformações da indústria cinematográfica – *Fama* é fruto de um momento de transição, enquanto *Flashdance* exemplifica o apogeu de uma orientação mercadológica para os filmes, vigente à época. E avaliará estas características inseridas nas narrativas de ambos, que papéis assumiram tais representações e no que se diferenciaram, ainda que gerados em um mesmo período. Assim como a relação que estes filmes estabeleceram com seus espectadores, e os respectivos sentidos adquiridos, a partir do modo de pensar daquela sociedade, da tecnologia disponível – que apresentava

novas alternativas e paradigmas – e de uma estética cada vez mais familiar resultante de um novo ambiente multimidiático. Este capítulo resgatará, no aprofundamento das análises fílmicas, os principais operadores conceituais dos capítulos anteriores, mas, fundamentalmente, seguirá a orientação de David Bordwell para a realização de pesquisa de “nível-médio”, mantendo, ainda, como inspiração, a obra de Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (2005).³

Por fim, cabe resgatar a importância da proposta desta pesquisa, que essencialmente reside em entender, através da análise do cinema musical – o gênero e seus elementos constitutivos, seus elementos estético-expressivos e seus elementos temáticos –, aspectos da comunicação contemporânea, como a intertextualidade entre meios e entre influências estéticas. Fatores que contavam com o incentivo dos estúdios cinematográficos na busca de uma produção mais horizontalizada e lucrativa, provando a sua capacidade de revisão estrutural. Assim, ao compreender o intercâmbio de representações, de linguagens e de experiências que passou a caracterizar o cinema – assim como ocorreu com outros meios de comunicação, marcadamente a partir deste momento histórico –, permite-se o estudo da emergência de sentidos, matéria prima para definir as forças que interagem e que são capazes de produzir a identificação dos indivíduos, a ampliação da experiência e a posterior fidelização – com o que, de certa forma, se volta à idéia de gênero, de cinema de estúdio, de entretenimento, enfim, do cinema dito clássico, agora dentro de outro contexto. E que, sobremaneira, é capaz de fazer espectadores voltarem, mais uma vez, à sala escura e se encantar.

³ **N.A.:** Além destes, outros autores estudados durante a disciplina *Metodologias de análises em imagem e som*, do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi, serviram como repertório e fonte de inspiração para a realização das análises em questão.

CAPÍTULO I:
A QUESTÃO DE GÊNERO NO CINEMA MUSICAL

1.1 UM OLHAR PARA A QUESTÃO DO GÊNERO ATRAVÉS DO CINEMA NORTE-AMERICANO

Houve um tempo em que a compreensão do fenômeno e da novidade trazidos pelo cinema sugeriu, dentre inúmeras demandas, a estratificação de filmes em categorias que representavam afinidades e semelhanças, denominadas por *gêneros* – o que Barry Keith Grant define como “filmes com claras características que, através da repetição e da variação, contam histórias similares, com personagens, características e situações comuns”.⁴ Este conceito, questionado por muitos estudiosos, foi extremamente útil para a indústria cinematográfica e perdura até hoje – ainda que com outras configurações e representações – e alvo de questionamentos sobre sua validade e capacidade de influenciar e ajudar os estudos de cinema. Retomar esta discussão neste início de trabalho é importante para estabelecermos, posteriormente, pontes para o objeto desta pesquisa que é o cinema musical norte-americano nos anos 1980.

Considerando a proposta de Edward Buscombe – em *A idéia de gênero no cinema americano* –, é preciso retomar a origem da questão do gênero, situada na literatura, cujo modelo à época era igualmente reconhecido e criticado. Sua origem remonta a *Poética* de Aristóteles, considerada o primeiro movimento no sentido de categorizar estilos literários, e onde se percebe a intenção – talvez subliminar –, de se “estabelecer a importância relativa de cada um”,⁵ o que não permitia privilegiar o sentido da obra sob a ótica de quem era o seu público, a experiência gerada neste grupo ou o contexto na qual foi produzida. Tratava-se de uma “rotulagem” objetiva e categórica, a qual influenciou diversas classificações posteriores sobre a produção artística, e que, no Renascimento, foram “retomadas e convertidas em um rígido sistema de regras”,⁶ gerando então uma “abordagem um tanto mecânica e ditatorial”.⁷ Posteriormente, no campo da literatura – e em paralelo ao cinema –, antagonismos marcaram posições de teóricos nas décadas de 1930 e 1940, que

⁴ GRANT, Barry Keith. *Film genre reader II*. Texas/USA: University of Texas Press, 1999, p. XV.

N.B. Todas as traduções realizadas dos textos (originais em Inglês) são do Autor desta Dissertação.

⁵ BUSCOMBE, Edward. *A idéia de gênero no cinema americano*. In RAMOS, Fernão Pessoa (org.). *Teoria contemporânea do cinema* – Volume II. São Paulo: Editora Senac, 2005, p. 303.

⁶ BUSCOMBE. Op. Cit., p. 303.

⁷ Ibidem.

pareciam não compreender a divisão proposta pelo próprio Aristóteles – através de dois sentidos sugeridos em sua obra: a *forma* e o *estilo* – que abriam espaço para uma visão mais ampla, menos hermética e mais contextualizada dos gêneros:

“[...] primeiro, como um conjunto de diferentes grupos de convenções que se desenvolveram historicamente e resultaram em formas particulares, como o satírico, o lírico e o trágico [onde o foco reside na forma]; o segundo, como uma divisão fundamental da literatura em drama, épico e lírico, correspondendo a diferenças capitais na relação entre artista, conteúdo e público [onde o olhar recai sobre o estilo e a capacidade de promover e estimular respostas]”.⁸

Ao estabelecer uma ponte entre os critérios e considerações sobre o gênero na literatura e no cinema, percebe-se que uma das heranças desta tentativa prática de compreensão é o receio do papel “restritivo e normativo”⁹ que, sob a forma de regras e regulamentos, agiria contra “a liberdade dos artistas de criar o que quisessem ou a liberdade dos críticos [...]”.¹⁰ Ampliando a reflexão, a incompreensão do que apregoou Aristóteles poderia sugerir a adoção do foco na forma, legando, a um segundo plano, a experiência.

Para a indústria cinematográfica, o gênero ajudou a estabelecer padrões de filmes, fator extremamente desejável por representar economia de escala e direcionamento determinados por produções para platéias específicas – o que vale dizer, uma promessa de audiência certa. Thomas Schatz afirma que “durante o reinado do sistema de estúdios, os filmes de gênero representaram a maior parte das mais populares e lucrativas produções”,¹¹ posto que atraíam a massa, enquanto aqueles não classificados desta forma estavam mais propensos a atrair críticos e os filmes de autor delimitavam hermeticamente sua abordagem e abrangência. Vale ressaltar que se o gênero era útil na padronização, como um processo de retroalimentação, a padronização, por sua vez, ajudou a conceituar o gênero.

Outra importante contribuição do gênero no cinema foi a compreensão da relação entre o que o público queria assistir e a capacidade dos estúdios em responder com filmes que produzissem sentido para esta mesma audiência, e que

⁸ BUSCOMBE. Op. Cit., p. 304.

⁹ Idem. P. 305.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ SCHATZ, Thomas. *Hollywood genres: formulas, filmmaking, and the studio system*. US: McGraw Hill, 1981, p. 6.

fossem comercialmente relevantes, dentro de uma standardização do próprio processo produtivo. E que, sobretudo, soubessem entreter o público.

Entretanto, não se pode abandonar a questão da delimitação entre os possíveis gêneros. Para definir quais características configurariam uma comédia, um musical ou um filme de *gangster*, pode-se ariscar a uma interpretação radicalizada ou influenciada por uma visão mais hermética dos filmes de gênero:

“O problema reside no fato de que nossas teorias atuais são muito extremadas. [...] Da mesma maneira, as principais características de definição de um gênero serão visuais: armas, carros e vestimentas nos filmes de *gangster*; vestimentas e coreografias nos musicais (sem falar da música, é claro!); castelos, caixões e presas em filmes de terror. [...] Entretanto, não é só coreografia ou roupas que compõem um musical. Pode não ter gente dançando para ser um musical?”¹²

Ainda sobre a configuração dos gêneros no cinema, o próprio Buscombe apontou para um axioma a partir deste conceito: “se queremos saber o que é um *western*, precisamos examinar certos filmes. Mas como saber quais filmes considerar, sem saber o que é um *western*”?¹³ E, ao mesmo tempo, forneceu uma pista, ao resgatar o ponto de vista de René Wellek e de Austin Warren – em seu livro *Theory of Literature* – sobre o uso do senso comum como forma coletiva de expressão cultural para elencar elementos que caracterizem um gênero cinematográfico sem, com isto, criar uma fórmula rígida – como, por exemplo,

“[...] estabelecer uma lista de elementos encontrados em filmes chamados de *western* e afirmar que qualquer filme que possua um ou mais desses elementos pode ser considerado um *western*, embora não necessariamente idêntico a outros exemplos do formato [...]”¹⁴

posto que a caracterização do gênero, por mais que refletisse interesses outros, deveria respeitar um sentido maior àquele do coração e da mente de sua platéia.

¹² BUSCOMBE. Op. Cit., p. 312.

¹³ Idem. P. 305.

¹⁴ Idem. Pp. 305/306.

Assim, para Thomas Schatz, seria “mais efetivo se for trabalhado conjuntamente a uma mais ampla perspectiva cultural”.¹⁵

Wellek e Warren foram novamente citados por Buscombe devido a sua importante recomendação para o estudo do gênero na literatura, a qual é perfeitamente compatível e coerente à análise cinematográfica por reconhecer que o gênero deve conceitualmente representar obras de um mesmo perfil, este “baseado, teoricamente, tanto nas formas externas (métrica ou estrutura específicas) como internas (atitude, tom, objetivo – de modo mais direto, conteúdo e público)”.¹⁶ Não apenas a forma, mas o seu sentido passa a ter relevância neste tipo de análise, para distinguir um gênero “dos demais e [identificar] de que modo suas formas interna e externa se relacionam”.¹⁷ Por sinal, este enfoque nas formas sugere uma inspiração nos dois aspectos abordados por Aristóteles – aqui citados anteriormente – e que podem ser formalmente parametrizados e quase fisicamente tangíveis. E, ainda é importante frisar, que apesar de sugerir semelhanças em uma análise textual, o fato de considerar a experiência e o sentido não comportaria este modo de olhar.

Considera-se, assim, que as características externas: cenários, vestimentas, instrumentos e objetos “funcionam como elementos formais, [importantes uma vez que] [...] as convenções visuais fornecem a moldura dentro da qual a história pode ser contada”,¹⁸ abrem espaço para incluir outras como, por exemplo, a música – que, de acordo com Tony Berchmans, “sozinha já tem um grande poder de comunicação emocional” –,¹⁹ o som, o ritmo da narrativa, a fotografia e a edição, todos fundamentais para a representação de diversos gêneros. Como estes elementos estão diretamente relacionados às formas internas, “deve-se pesquisar se existe a mesma relação entre forma e conteúdo [e] se pode ser demonstrado que o conteúdo é determinado por uma série de padrões formais pré-estabelecidos”,²⁰ lembrando que “não é necessário que os elementos visuais sejam aqueles que [definem] o filme, uma vez que ele não é somente uma arte visual”.²¹

Estrategicamente, o que vai caracterizar as formas internas será de grande valia para a relação que se estabelecerá com o público do filme. Em outras palavras,

¹⁵ SCHATZ. Op. Cit., p. 15.

¹⁶ BUSCOMBE. Op. Cit., p. 306.

¹⁷ Idem. P. 312.

¹⁸ Idem. P. 308.

¹⁹ BERCHMANS, Tony. *A música no filme*. São Paulo: Escrituras Editora, 2006, p. 22.

²⁰ BUSCOMBE. Op. Cit., p. 311.

²¹ Ibidem.

não se trata apenas de incluir o elemento música – *uma forma externa* –, mas como a música será inserida no contexto dos filmes de determinado gênero e sua responsabilidade perante o enredo e o roteiro, valendo-se da “noção de que um filme de gênero depende de uma combinação de novidade e familiaridade”.²² Quanto mais dentro dos padrões que caracterizam o gênero e quanto mais criativo for o modo de representar estes padrões, maior a possibilidade de satisfação – e reflexo na experiência gerada – devido ao reconhecimento que Buscombe já caracterizou como um prazer estético, posto que “parece ser mais provável que nossa reação consciente à cena [deve-se] ao fato de termos assimilado essas estruturas pela exposição às tradições do gênero”.²³ Assim, por exemplo, a sensação de que algo inesperado certamente vai acontecer num porão escuro, em que uma música sugira tensão e suspense, é fruto de situações e de experiências anteriores com padrões similares, devidamente regadas por muita adrenalina.

Considerar a experiência gerada pela exposição aos filmes de determinado gênero, além de constituir uma discussão contemporânea, tem em conta dois aspectos: o amadurecimento dos espectadores e de sua visão crítica e as evoluções tecnológicas que podem intensificar tanto o sentido do filme como intercambiar características entre gêneros diferentes – como será discutido posteriormente nesta dissertação. Schatz afirmou que a “expansão do gênero [acontece] através de suas próprias características”.²⁴ Por exemplo, quando a reconhecida atriz e cantora Doris Day interpretou um dos principais papéis em *O homem que sabia demais*²⁵ – um *thriller* de suspense do diretor Alfred Hitchcock –, cantou uma das canções mais importantes desta trilha sonora, sem que com isto o filme se transformasse num musical. Aqui, o que vale, sem dúvida nenhuma, é a ampliação do suspense através do carisma da cantora em confronto com o clima da narrativa, e do elo que esta relação estabeleceu com os espectadores. Em outras palavras, neste caso, a música vale pela experiência que sugere ao espectador para expandir o efeito objetivado pelo filme – mais suspense!

Tratar da expansão do conceito de gênero no cinema, de sentidos e de experiência, sugere que, conforme Barry Keith Grant, “o termo gênero parece estar melhor aplicado na análise da relação entre grupos de filmes, a partir das culturas

²² BUSCOMBE. Op. Cit., p. 315.

²³ Idem. P. 314.

²⁴ SCHATZ. Op. Cit., p. 22.

²⁵ Título original: *The man who knew too much*. Direção de Alfred Hitchcock. EUA, 1955.

nas quais foram produzidos e para as culturas a que são dirigidos”,²⁶ sendo imprescindível, para Schatz, compreender que

“[...] se o gênero existe como um tipo de contrato entre os realizadores de um filme e seus espectadores, o filme de gênero é, na verdade, o fato que honra este contrato. [...] [e se deve atentar para] mudanças no aspecto cultural, novas influências nos filmes de um gênero, o fator econômico da indústria cinematográfica, pois elas têm também o papel de aprimorar continuamente os filmes de gênero”.²⁷

Sob o ponto de vista da indústria cinematográfica, “há que ser lembrado que os estúdios de Hollywood encontram-se muito distantes de compartilhar a posição discutida pelos críticos”,²⁸ posto que sua atenção sempre se voltasse para a relação de atração, de satisfação e de rentabilidade das suas produções.

E, sob a ótica da contemporaneidade, ao retomar uma das críticas ao conceito de gêneros cinematográficos, justamente àquela fundamentada por seu aspecto limitador, ou mesmo castrador, dos padrões fixos – pode-se compreender que existe um movimento intrínseco dos próprios gêneros, voltado à sua própria evolução. Que não é controlado pela indústria, mas arduamente por ela buscado, podendo sucumbir ante o amadurecimento das platéias e a familiaridade que é parte integrante do gênero fílmico. O movimento evolutivo do gênero pode ser visto como coerente ao pensamento de Hans Ulrich Gumbrecht sobre a comunicação no ambiente da pós-modernidade: primeiro pela idéia da *destotalização* – “a impossibilidade de sustentar afirmações filosóficas ou conceituais de caráter universal”,²⁹ e, segundo, pela premissa de que “o que denominamos ‘sentido’ tem sua origem no sujeito [...]”³⁰ e que também emana do próprio meio e dos objetos em si.

Desta forma, pode-se concluir que o gênero cinematográfico é uma estratégia da indústria para fidelizar suas platéias e minimizar seus próprios custos. Por considerar fortemente a relação da produção em si com os espectadores e sua capacidade de gerar entretenimento, está propenso às transformações e evoluções

²⁶ GRANT. Op. Cit., p. XVI.

²⁷ SCHATZ. Op. Cit., p. 16.

²⁸ ALTMAN, Rick. *Film/Genre*. Londres/Inglaterra: British Film Institute, p. 128.

²⁹ GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Corpo e Forma*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998, p. 138.

³⁰ Idem. P. 139.

destes indivíduos, tornando hoje impossível qualquer engessamento de formas. O próprio senso crítico é aprimorado com a exposição contínua a filmes e características do gênero – esta familiaridade é extremamente válida se for igualmente considerada a necessidade do *novo*, em sintonia com o que acontece fora do ambiente escuro e da tela do cinema. O sentido em compasso com a experiência, capaz de gerar o brilho no olhar – que não pode ser rotulado, tanto quanto a vida do espectador, preservando, assim, não o rótulo em si, mas o indivíduo que estabelecerá o sentido. E, se, aos críticos do conceito de gêneros de filmes, o espectador tornar-se refém de um sistema estruturado, caberia aqui uma reflexão sobre tal papel: afinal, para a indústria cinematográfica, se trataria de uma estratégia e para o espectador, uma referência e uma garantia da magia preservada.

1.2 PARA COMPREENDER O GÊNERO MUSICAL

“Talvez, mais que qualquer outra forma de cinema, os musicais de Hollywood tornaram-se o sistema de produção mais colaborativo da indústria de filmes”.³¹

Uma das mais contundentes representações do efeito utópico gerado por determinadas produções cinematográficas reside na personagem Cecilia (interpretada por Mia Farrow) no filme *A rosa púrpura do Cairo*.³² Para ela, havia a dura realidade de uma América destroçada pela crise econômica pós-1929. Havia, também, as suas dificuldades afetivas e frustrações pessoais. Neste contexto celulóide, filme e sala escura se transformavam no útero protetor e gerador de forças para que ela pudesse viver mais um dia, antes de, quem sabe, se tornar parte daquela estória idealizada, a qual revia incessantemente. O ambiente, tão fortemente cristalizado nesta obra de Woody Allen, serve de exemplo para o mesmo contexto sócio-econômico que oportunizou filmes com alto poder de embevecer platéias. E, dentre eles, um tipo pode certamente exemplificar este efeito de deslumbre, de arrebatamento e de sonho – o *filme musical*.

Considerado um fenômeno gerado inicialmente pela tecnologia que conseguiu reunir imagem e som – e apresentado oficialmente através de *O cantor de jazz* –,³³ os filmes musicais rapidamente se aprimoraram com roteiros pertinentes, artistas carismáticos, produções suntuosas, música arrebatadora e dança envolvente. Além de divertir, tal força imagética e sensorial conseguia projetar esperança nos espectadores, posto que na tela houvesse algo de bom e positivo, desejado e sonhado, de tal maneira que este caráter utópico e *escapista* marcou – e perpetuou – o gênero musical já em seus primórdios. Cabe ressaltar que, naquele momento, dois fatores confluíram para isto nos Estados Unidos do início da década de 1930: a produção dos filmes musicais, em número cada vez maior, e a crise social e econômica gerada pela quebra da Bolsa de Valores de Nova York, em 1929. Certo é que o sonho e o deslumbre foram alvos de críticas e fonte de questionamentos

³¹ SCHATZ. Op. Cit., p. 202.

³² Título original: *The purple rose of Cairo*. Direção de Woody Allen. EUA, 1985.

³³ Título original: *The jazz singer*. Direção de Allan Crosland. EUA, 1927.

acerca do papel social deste gênero fílmico. Por outro lado, J. P. Telotte pontua a visão de Timothy Scheurer, ao se referir a este gênero como “um diferente modo de tratar a realidade”,³⁴ através do qual pode desenvolver “a realidade interna dos sentimentos, emoções e instintos [que] são apresentados metaforicamente e com expressão simbólica através da música e da dança”.³⁵ Estes são elementos da narrativa que, por estarem tão expostos e evidenciados, “devem ser naturais, formas de expressão da narrativa do filme, estimuladas por componentes não tão invisíveis como na narrativa convencional”,³⁶ como afirmou o ator, dançarino e coreógrafo Gene Kelly, consagrado artista do cinema musical.

Retomando a questão do estudo de gêneros e avançando sobre sua aplicabilidade nos musicais, é preciso observar que as origens e as representações que advieram destes filmes, ao longo do tempo, permitiram uma infinidade de classificações – seja pela similaridade com outros espetáculos, seja pelo perfil do roteiro, ou por outras justificativas – ainda que não fossem exclusivas. Tanto que Steve Neale define o musical como um ‘gênero misto’ devido às

“[...] várias medidas e combinações, músicas, canções e dança têm sido seus ingredientes essenciais. Em conseqüência, sua história, tanto no palco como na tela, foi marcada por numerosas tradições, formas e estilos. E marcada também por inúmeros termos [...] [os quais] historiadores, críticos e teóricos dos musicais algumas vezes discordam sobre os significados destes termos [...] e alguns inventam os seus próprios”.³⁷

Fato é que o encantamento gerado por um filme musical comprovou ser uma excelente estratégia para os estúdios, no aspecto de fidelização de um perfil de público. E fato, também, que diversos fatores construíram ao longo do tempo uma importante ponte entre a indústria, os espectadores e o contexto onde estavam inseridos. E que de modo perceptível marcou a produção fílmica nos anos 1980.

³⁴ TELOTTE, J. P. “*The new Hollywood musical: from Saturday Night Fever to Footloose*”. In NEALE, Steve. *Genre and contemporary Hollywood*. Londres/Inglaterra: British Film Institute, 2006, p. 48.

³⁵ Idem. Pp. 48/49.

³⁶ Idem. P. 49.

³⁷ NEALE, Steve. *Genre and contemporary Hollywood*. Londres/Inglaterra: British Film Institute, 2006, p. 105.

1.2.1 Uma linha do tempo para o cinema musical

Embora o filme *O cantor de jazz* seja considerado o marco da tecnologia que reuniu som e imagem no cinema, existem registros de que as primeiras representações de obras musicais cinematográficas antecederam o lançamento deste filme. Tratava-se de “filmes que eram versões de peças musicais – como *The Merry Widow* e *The Student Prince* – e óperas – como *Carmen* e *La Bohème* – [os quais] foram produzidos na época do cinema mudo”,³⁸ devidamente acompanhados por música ao vivo. Embora em termos históricos, “o musical *hollywoodiano* [seja] um produto gerado pelo advento do som, do compromisso da indústria com um comportamento e com formas de representação do entretenimento, dentre outras coisas”,³⁹ além de marco simbólico deste tipo de produção, foi esta nova tecnologia que “promoveu o musical a um gênero de maior importância”.⁴⁰ Ele “surge entre o final dos anos 1920 e o início dos anos 1930, com raízes no *vaudeville*, no *music hall* e no teatro, atingindo uma notável força artística e cultural nos anos 1940”.⁴¹ Entretanto, qualquer análise se tornaria simplista ao caracterizar os filmes musicais de forma totalizante e imaginar que dança e música coexistiram da mesma maneira em todas as produções.

A partir do estudo defendido por Kristin Thompson e David Bordwell – em seu livro *Film History*⁴² – é possível observar, na sua origem, diferentes variações de filmes musicais, os quais poderiam ser chamados de subgêneros marcados pela relação estabelecida entre a **música** e a **dança** e sua inserção e caracterização nos roteiros:

1. **Revue musicals**, considerados como o primórdio do gênero e uma provável herança de shows teatrais que envolviam também piadas e diversões. Talvez por se configurar em uma forma menos harmônica – e, às vezes, *truncada* – na apresentação e sucessão dos números musicais,

³⁸ NEALE. Op. Cit., p. 104.

³⁹ Ibidem.

⁴⁰ THOMPSON, Kristin, & BORDWELL, David. *Film history – an introduction*. New York/US: McGraw Hill, 2003, p. 228.

⁴¹ SCHATZ. Op. Cit., p. 186.

⁴² THOMPSON & BORDWELL. Op. Cit., pp. 228/229.

não obteve vida longa. Os próprios autores não exemplificaram títulos referenciados para esta variação.

2. ***Backstage musicals***, onde os números musicais se colocavam como apresentações ‘naturais’ realizadas pelos personagens de um enredo que acontecia no meio artístico. Uma das primeiras expressões deste subgênero é o filme *Rua 42*,⁴³ que retratava a produção de um show e de uma corista que tenta ocupar seu espaço no elenco.
3. ***Operetta musicals***, em cujos enredos os locais fictícios seriam palco para as narrativas e as *performances*. Filmes como *Ama-me esta noite*⁴⁴ e *O Mágico de Oz*,⁴⁵ exemplificam esta variação do gênero, que posteriormente, nos anos 1960, foi resgatada da Broadway⁴⁶ pelo cinema – como será apresentado adiante nesta dissertação.
4. ***Integrated musicals***, onde os locais e o tempo em que a estória se desenvolvia eram comuns à vida cotidiana, mais verossímeis e onde músicas e danças aconteciam como parte da narrativa, que não se baseava apenas nestes elementos, muito menos em situações desenvolvidas na produção de um show. *O picolino*⁴⁷ é um bom exemplo: luxuoso e ambientado em parte em Veneza, sugeriu facilidades financeiras para viagens internacionais de avião e para acesso a países diferentes. Embora inverossímeis à época, estes elementos constituíram a aura mágica em que se estabeleceu a projeção de sonhos dos espectadores. Também era comum que esta variação estivesse associada com outra e, mais comumente, aos *backstage musicals*.

Percebe-se que a compreensão destas diferentes abordagens dos filmes musicais tem como parâmetro a narrativa clássica, presente em filmes de outros gêneros – o que em si não representa um problema, mas indica um modo de pensar

⁴³ Título original: *42nd Street*. Direção de Lloyd Bacon, com coreografia de Busby Berkeley. EUA, 1933.

⁴⁴ Título original: *Love me tonight*. Direção de Rouben Mamoulian. EUA, 1932.

⁴⁵ Título original: *Wizard of Oz*. Direção de Victor Fleming. EUA, 1939.

⁴⁶ **N.A.:** Nome da região de Manhattan/EUA, que a partir de 1810 passou a congregar diversos teatros e que se tornou referência da efervescência teatral – por muito tempo, cultural – norte-americana. Segundo David Parkinson, em seu livro *The rough guide to film musical* (2007), desde o período citado acima, a “Broadway rapidamente confirmou seu *status* como capital americana do entretenimento.”

⁴⁷ Título original: *Top hat*. Direção de Mark Sandrich. EUA, 1932.

ainda muito arraigado ao referencial criado anteriormente pelo próprio cinema americano. Talvez por este fato seja possível perceber que “os números musicais [são capazes de gerar] a tensão dentro da própria narrativa, entre ela mesma e os elementos da narrativa convencional”,⁴⁸ considerando que esta tensão caminharia próxima de polarizações: o verossímil⁴⁹ e o inverossímil, o concreto e a utopia,⁵⁰ entre a vida das pessoas dentro e fora da sala de cinema onde

“[...] o sentido da limitação humana tem se mostrado um elemento dominante no gênero. Até os musicais da era da Depressão, assim como as coreografias de Busby Berkeley na Warner Bros., claramente procuravam tanto tematicamente como estruturalmente ir contra os efeitos da falta de trabalho e de alimento do mundo externo, enfatizando o poder libertador da experiência musical”.⁵¹

Para o envolvimento com a platéia contava-se com recursos sofisticados de produção – incluindo cenários, figurinos, música e dança, sem esquecer, por exemplo, de elementos técnicos que ampliavam a *sensação de espetáculo*, como “as bases abstratas para filmagem de [...] números de dança diretamente do alto no filme *Rua 42*”,⁵² criadas por Busby Berkeley. Contava-se, também, com características de alta carga de projeção comportamental, por exemplo, com a idealização da vida através do *glamour* ou da facilidade com que problemas eram resolvidos. Mesmo no início da década de 1930, parecia simples, por exemplo, voar para o Rio de Janeiro ou resolver questões românticas em Veneza, com impecáveis trajes e “cenários *art-decô* de veludo preto e branco lustroso, e com borbulhante champanhe”,⁵³ como observa Daniel Cohen. Diante de problemas concretos que abalavam a existência dos espectadores, entregava-se o alento e a promessa implícita de resolução e de evolução, tanto que

⁴⁸ TELOTTE. Op. Cit., p. 49.

⁴⁹ **N.B.:** “No cinema, o verossímil concerne à representação e à narração. O mundo representado é verossímil se for conforme a imagem que o espectador pode fazer do mundo real.” Segundo AUMONT, Jacques & MARIE, Michel. *Dicionário teórico e crítico de cinema*. Campinas/SP: Papyrus, 2003, p. 296.

⁵⁰ **N.A.:** Nesta dissertação, a palavra **utopia** será empregada com o sentido de projeção de mundo perfeito, de vida idealizada e um espaço para a representação de sonhos.

⁵¹ TELOTTE. Op. Cit., p. 50.

⁵² THOMPSON & BORDWELL. Op. Cit., p. 229.

⁵³ COHEN, Daniel. *Musicals*. New York/US: Gallery Books, 1984, p. 22.

“[...] nos musicais da dupla Fred Astaire – Ginger Rogers da RKO, a distinção entre a *performance* cênica e a mais natural atividade interpretativa ficava menos clara, e o senso de transformação através da energia permanecia constante [...] como uma sugestão de que a condição humana é por si só aberta a se transformar. [...] Estes filmes tendem a focar nos problemas individuais humanos, aqueles que parecem estar mais suscetíveis a soluções imediatas”.⁵⁴

Desta forma, o gênero musical se consolidou até meados dos anos 1940, construído por importantes diretores e seus reconhecidos modos de produzir filmes – como Vincent Minelli –, amparado pela política dos grandes estúdios,⁵⁵ e contando com *staff* técnico do mais alto nível: maestros, compositores e coreógrafos. Sem esquecer os fabulosos elencos de estrelas, como Astaire e Rogers, Gene Kelly, Eleanor Powell, Rita Hayworth, Cid Charisse, Alice Faye, Mickey Rooney e Judy Garland. Assim, muitos filmes foram realizados seguindo roteiros diferentes, mas cujas estruturas se assemelhavam, ainda que em formas distintas, encantavam e fidelizavam a uma legião de fãs, e buscavam acompanhar o mundo que se transformava de maneira cada vez mais rápida – mas com peculiar familiaridade, o que, talvez, sugerisse um toque de segurança diante de tantas novidades.

Inclusive, é através das *performances* dos artistas que se tornou possível observar estas mudanças que diretamente influenciavam a relação entre o gênero e a platéia. Nos primeiros anos dos musicais, Fred Astaire “nos fez acreditar que o mundo é um reino maravilhoso e romântico, qualificado pelo ritmo musical e pela graça”,⁵⁶ e que o “senso de harmonia entre duas pessoas que implicitamente nas narrativas [...]”⁵⁷ e explicitamente nas coreografias comprovavam a sentença de *feitos um para o outro*. Entretanto, entre o final dos anos 1940 e o início dos anos 1950,

“[...] com a tendência geral voltada para filmes mais realistas neste período, os musicais também cederam a tal impulso. Com o constante crescimento da tensão internacional e a consciência sobre a crise de valores na cultura norte-americana, a ‘realidade’ começa a parecer menos subjetiva como transformação, se considerarmos a

⁵⁴ TELOTTE. Op. Cit., p. 51.

⁵⁵ **N.A.:** A indústria cinematográfica, no período de 1930 a 1945, foi dominada pelo oligopólio formado pelos chamados estúdios *Big Five* ou *Majors*: Paramount, Loew's/MGM, 20th Century-Fox, Warner Bros. e RKO; e pelos *Minors*: Universal, Columbia e United Artists.

⁵⁶ SCHATZ. Op. Cit., p. 191.

⁵⁷ TELOTTE. Op. Cit., p. 51.

graça e o perfil de Astaire. Ocupando o espaço, Gene Kelly com sua abordagem mais muscular para a dança, começou a suplantar Astaire, transformando-se quase em seu alter-ego cultural”.⁵⁸

Do idílico ao real, sem perder a mítica e o carisma gerados pela música e pela dança. Da condição humana para a batalha pessoal. Representações distintas para um mesmo gênero, sem uma formal ou temporal linha divisória. O cinema traduziu a ansiedade diante do fantasma da guerra, trazendo às telas os inimigos externos, o risco eminente de invasões ou algo que gerasse pânico na sociedade, o que abriu espaço para a valorização, por exemplo, do gênero *faroeste* e até de obras consideradas do *tipo B* – como *A bolha*⁵⁹ e *O monstro da Lagoa Negra*.⁶⁰ Concomitante a isto, pode-se citar um expressivo número de “musicais da MGM pós-1950, [que] realmente criou utópicas comunidades integradas onde o mundo real magicamente se evaporava e onde artistas e platéia podiam conjuntamente celebrar a libertação do amor romântico e da expressão musical”.⁶¹ Desta forma, o gênero musical continuava a espelhar o sonho e o idílico, dotado agora de um foco mais pessoal – onde a instância era a sobrevivência ou a superação. Isso é perceptível nos filmes *Um dia em Nova York*⁶² ou *Um americano em Paris*⁶³ –, ambos estrelados por Gene Kelly. Compreende-se, pois, que

“[...] enquanto os mais convencionais musicais [seguiram] seguros sobre como música e dança podem ser bem sucedidas ao controlar e transformar os fatos concretos da existência humana, então, [...] [os] ‘novos musicais’ demonstram um excitante senso de perda que (Gene) Kelly [descreveu] e das limitações que envolvem nos musicais [...]. Ao invés de negar a realidade com música e dança, eles constroem um pedaço realístico ao redor dos elementos de interpretação [...]”.⁶⁴

A capacidade dos filmes musicais de responder ao tempo presente – e de se traduzir em representações distintas – pode ser claramente exemplificada durante os anos 1950 através do convívio simultâneo de reconhecidas produções de Vincent Minnelli, dos balés-aquáticos de Esther Williams, de suntuosas produções como

⁵⁸ Idem. Pp. 51/52.

⁵⁹ Título original: *The blob*. Direção de Irvin Shortess Yeaworth, Jr. EUA, 1958.

⁶⁰ Título original: *Creature of Black Lagoon*. Direção de Jack Arnold. EUA, 1954.

⁶¹ SCHATZ. Op. Cit., p. 220.

⁶² Título original: *On the town*. Direção de Gene Kelly. EUA, 1949.

⁶³ Título original: *An American in Paris*. Direção de Vincent Minelli. EUA, 1951.

⁶⁴ TELOTTE. Op. Cit., p. 50.

*Sete noivas para sete irmãos*⁶⁵ e do recém-criado rock musical – que incluía o tempero adolescente e o carisma de astros como Elvis Presley, em filmes como *O prisioneiro do rock*.⁶⁶ Assim, é possível afirmar que, nesta década, o gênero musical conseguiu reescrever sua trajetória, ajustando-se aos sentidos daquele contexto: mais realidade frente aos desafios do mundo e da vida sem, contudo, perder a magia e o envolvimento.

Para compreender importantes mudanças no modo de produzir filmes na década de 1950 e 1960, torna-se fundamental voltar ao período do pós-Segunda Guerra Mundial, mais precisamente a maio de 1948, quando um fato marcou dramaticamente os rumos da indústria cinematográfica:

“[...] A Corte Suprema anunciou três decisões que efetivamente desfaziam a integração do sistema de estúdio de Hollywood. O processo antitruste contra as grandes companhias resultava no ‘Decreto Paramount’ (assim chamado porque a Paramount era a primeira a ser citada no processo original), que abolia a venda de pacotes aos exibidores, a venda ‘no escuro’, a fixação de preços e demais acordos estabelecidos entre estúdios e salas exibidoras que implicassem privilégios. Além disso, as grandes integradas eram forçadas a renunciar ao controle das redes de salas exibidoras e operar apenas como companhias produtoras e distribuidoras. Nos casos [específicos][...] a Corte Suprema abolia velhas políticas de exibição, que davam a esses circuitos preferência em termos de grandes filmes, maior tempo de permanência em cartaz e outras vantagens injustas em relação aos exibidores mais fracos e mais pobres. Tudo isto significava que as companhias cinematográficas teriam que cuidar, filme por filme, da produção e das vendas, o que conduzia ao fim de um sistema que envolvia pessoal contratado, fluxo regular de caixa e produção controlada – o sistema de estúdios.”⁶⁷

Por sua vez, para a indústria cinematográfica, a década de 1960 – reconhecida pelas intensas discussões sociais, políticas e econômicas, agravadas pela presença constante de guerras e instabilidades ao longo do mundo – ainda trazia intensamente os reflexos do fim do *sistema de estúdios* e da conseqüente redução de recursos financeiros e investimentos – estes que “produziram a era de

⁶⁵ Título original: *Seven brides for seven brothers*. Direção de Stanley Donen. EUA, 1954.

⁶⁶ Título original: *Jailhouse rock*. Direção de Richard Thorpe. EUA, 1957.

⁶⁷ SCHATZ, Thomas. *O gênio do sistema – a era dos estúdios em Hollywood*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991, pp. 434/435.

ouro dos musicais desde os anos 1930 até os anos 1950”.⁶⁸ Riscos menores e maior assertividade no gosto popular eram as tônicas, o que colocou em xeque o gênero musical, tendo em vista os seus altos investimentos de produção. Fato é que “o número de musicais produzidos certamente diminuiu desde os anos 1960”,⁶⁹ mas, ainda assim, foram criadas obras-primas como *Amor sublime amor*,⁷⁰ *Mary Poppins*⁷¹ e *Alô, Dolly*,⁷² ao mesmo tempo em que os *beach movies* substituíam progressivamente o rock musical e garantiam boas bilheterias à indústria cinematográfica, com astros como Frankie Avallon e Annette Funicello no filme *A festa na praia*⁷³ e em outros de temáticas similares.

Por outro lado, é interessante observar que, paralelamente a esta crise e às mudanças culturais pelas quais o mundo ocidental passava, o cinema se permitiu brincar com o experimental, tentar alargar suas fronteiras e traduzir a vida que se apresentava. O que talvez explique por que “elementos de filmes musicais [passaram] a compor outros tipos de filmes mais realísticos, como os de denúncias sociais e documentários [...]”,⁷⁴ posto que “um filme não precisa obedecer [a] uma lógica do gênero para ser identificado por aquele gênero”.⁷⁵ E, novamente sob a força das referências de um passado não muito distante, o mesmo fato gerava críticas pela “falta de um verdadeiro estilo musical”.⁷⁶

Com base no legado que os anos 1960 entregaram para a década seguinte – repleto de questionamentos e de experiências – e, na sua maioria, sem respostas claras – o que gerou compreensível tensão – pode-se afirmar que o cinema produzido àquela época “foi de ruptura e diversificação; [e] o dos anos 70, de nostalgia e acomodação”.⁷⁷ Havia a militância, só que menos ácida, embora se reconheça que o cinema “empenhou-se em traçar um impiedoso retrato da América como um mundo insano, corrupto e violento”.⁷⁸ Em contraponto, havia simultaneamente “uma onda de nostalgia permeando a cultura norte-americana [...]

⁶⁸ TELOTTE. Op. Cit., p. 52.

⁶⁹ NEALE. Op. Cit., p. 110.

⁷⁰ Título original: *West side story*. Direção de Robert Wise e Jerome Robbins. EUA, 1961.

⁷¹ Título sem tradução em Português. Título original: *Mary Poppins*. Direção de Robert Stevenson. EUA, 1964.

⁷² Título original: *Hello, Dolly*. Direção de Gene Kelly. EUA, 1969.

⁷³ Título original: *Beach party*. Direção de William Asher. EUA, 1963.

⁷⁴ TELOTTE. Op. Cit., p. 53.

⁷⁵ ALTMAN. Op. Cit., p. 131.

⁷⁶ TELOTTE. Op. Cit., p. 53.

⁷⁷ LABAKI, Amir (org.). *O Cinema dos anos 80*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991, p. 11.

⁷⁸ COUTO, José Geraldo. “O fundo do coração”. In LABAKI, Amir (org.). *O Cinema dos anos 80*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991, p. 65.

com um retorno da moda dos anos 1940”,⁷⁹ oportunizando filmes com significativo tom saudosista, onde “a nostalgia é definida como um desejo de retornar [...]”⁸⁰ como para um momento – o período 1920-1930 – onde a crise tangia outros valores, como visto em *O grande Gatsby*,⁸¹ *O golpe de mestre*,⁸² *O poderoso chefão*⁸³ e *O verão de 42*.⁸⁴ Por sua vez, o filme *Era uma vez em Hollywood*⁸⁵ exemplificou a expressão nostálgica aplicada ao gênero musical. Isto sem contar com o modismo do cinema-catástrofe – por exemplo, com *Aeroporto 1975*,⁸⁶ *Terremoto*⁸⁷ e *O destino do Poseidon*⁸⁸ – o qual servia de catarse para a angústia e a insegurança de indivíduos que precisavam se adaptar a um modelo mais competitivo de vida, especialmente nos Estados Unidos de então.

No campo do cinema musical, os anos 1970 significaram a perda de força do gênero, com a redução na produção destes filmes. Ainda assim, neste período, ele precisou gerir todas as tendências para garantir sua importância e sua audiência. E se fez presente também refletindo a diversidade de interesses e de questionamentos herdados, como pode ser comprovado por alguns de seus filmes com temáticas tão distintas: *Godspel – a esperança*,⁸⁹ *Jesus Cristo Superstar*,⁹⁰ *Cabaret*,⁹¹ *New York, New York*,⁹² a refilmagem de *Nasce uma estrela*,⁹³ *A Rosa*,⁹⁴ a ópera-rock inglesa *Tommy*⁹⁵ e o cult *The Rocky horror picture show*.⁹⁶

⁷⁹ TROPIANO, Stephen. *Rebels & chicks – A history of the Hollywood teen movie*. New York/USA: Back Stage Books, 2006, p. 113.

⁸⁰ TROPIANO. Op. Cit., p.113.

⁸¹ Título original: *The great Gatsby*. Direção de Jack Clayton. EUA, 1974.

⁸² Título original: *The sting*. Direção de George Roy Hill. EUA, 1973.

⁸³ Título original: *The Godfather*. Direção de Francis Ford Coppola. EUA, 1972.

⁸⁴ Título original: *Summer of '42*. Direção de Robert Mulligan. EUA, 1971.

⁸⁵ Título original: *That's entertainment*. Direção de Jack Haley Jr. EUA, 1972. Houve mais dois filmes – *That's Entertainment II e III*, lançados respectivamente em 1976 e 1994.

⁸⁶ Título original: *Airport 1975*. Direção de Jack Smight. EUA, 1974.

⁸⁷ Título original: *Earthquake*. Direção de Mark Robson. EUA, 1974.

⁸⁸ Título original: *The Poseidon adventure*. Direção de Ronald Neame. EUA, 1972.

⁸⁹ Título original: *Godspell*. Direção de David Greene. EUA, 1973.

⁹⁰ Título original: *Jesus Christ Superstar*. Direção de Norman Jewison. EUA, 1973.

⁹¹ Título sem tradução em Português. Título original: *Cabaret*. Direção de Bob Fosse. EUA, 1972.

⁹² Título sem tradução em Português. Título original: *New York, New York*. Direção de Martin Scorsese. EUA, 1977.

⁹³ Título original: *A star is born*. Direção de Frank Pierson. EUA, 1976.

⁹⁴ Título original: *The Rose*. Direção de Mark Rydell. EUA, 1979.

⁹⁵ Título sem tradução em Português. Título original: *Tommy*. Direção de Ken Russel. Inglaterra, 1975.

⁹⁶ Título sem tradução em Português. Título original: *The Rocky horror picture show*. Direção de Jim Sharman. EUA, 1975.

Quase como uma continuidade, esta década e o início dos anos 1980 se mostraram mais questionadores, “sofisticados, e mais cínicos”⁹⁷ – em outras palavras, o questionamento social abriu espaço e conviveu com um questionamento mais pessoal. O que, não longe, trazia a solidão e o isolamento ao indivíduo – e algumas vezes antagonizavam a reflexão de dramas como *Nashville*,⁹⁸ ao entretenimento de assistir a filmes musicais como *Grease – Nos tempos da brilhantina*,⁹⁹ que “se parecem com os musicais produzidos pela MGM nos anos 1950 [...]”,¹⁰⁰ por sua clara opção pelo mundo escapista e, em alguns casos, nostálgicos, de um tempo onde a vida sugeria ter sido melhor ou mais simples.

Neste período, a crítica social também foi explorada sob a forma de tensões na relação inclusão-exclusão dos indivíduos – na vida pessoal e com seus grupos de referência, na realização de projetos e sonhos, na estruturação do ambiente e do mundo que os cercava. E esta relação, que se equilibrava entre a introspecção e a força do binômio música-dança, é descrita por Steve Neale como uma “ação diegética,”¹⁰¹ fato comprovado por *Os embalos de sábado à noite*¹⁰² que “parece capitalizar o melhor da energia, da atratividade e da excitação gerada pelas performances musicais”.¹⁰³ No mesmo caminho, pode-se citar os filmes *Footloose – ritmo louco*,¹⁰⁴ *Flashdance*¹⁰⁵ e *Dirty dancing – ritmo quente*,¹⁰⁶ e outros mais a comprovar que música e dança “podem fazer do mundo um local mais hospitaleiro e nossas vidas mais leves [ainda que] pontuem as inevitáveis limitações deste poder e admitam o indesejável peso da realidade”.¹⁰⁷

Deste modo, e através de um viés histórico, pode-se compreender que a partir deste momento para os filmes do gênero musical, os problemas da humanidade podiam temporariamente ser deixados de lado – mas não para sempre

⁹⁷ TELOTTE. Op. Cit., p. 52.

⁹⁸ Título sem tradução em Português. Título original: *Nashville*. Direção de Robert Altman. EUA, 1975.

⁹⁹ Título original: *Grease*. Direção de Randal Keiser. EUA, 1978.

¹⁰⁰ TELOTTE. Op. Cit., pp. 52/53.

¹⁰¹ NEALE. Op. Cit., p. 110.

N.B.: “[...] Os fatos diegéticos são aqueles relativos à história representada na tela, relativos à apresentação em projeção diante dos espectadores. É diegético tudo o que supostamente se passa conforme a ficção que o filme apresenta, tudo o que essa ficção implicaria se fosse supostamente verdadeira.” SOURIAU, Étienne (1951) apud AUMOND & MARIE. Op. Cit., p. 77.

¹⁰² Título original: *Saturday Night Fever*. Direção de John Badhan. EUA, 1977.

¹⁰³ TELOTTE. Op. Cit., p. 53.

¹⁰⁴ Título original: *Footloose*. Direção de Herbert Ross. EUA, 1984.

¹⁰⁵ Título sem tradução em Português. Título original: *Flashdance*. Direção de Adrian Lyne. EUA, 1983.

¹⁰⁶ Título original: *Dirty Dancing*. Direção de Emílie Ardolino. EUA, 1987.

¹⁰⁷ TELOTTE. Op. Cit., p. 53.

–, embalados pela imersão obtida junto ao mundo da música e da dança – caracterizando o espaço onde novamente se percebe a tensão entre o escapismo e a realidade, algo que continuava muito familiar em filmes com este perfil. Sem esquecer que

“[...] todos estes filmes também enfatizaram o fato de que a função da música e da dança mudou radicalmente tanto nas narrativas como na cultura. [...] Por esta razão, qualquer transformação que música e dança possam trabalhar nas nossas vidas, elas sugerem ser como um mais alto protesto contra uma geral perda de vitalidade que aflige a sociedade moderna”.¹⁰⁸

Portanto, a atitude de protesto valia tanto para Tony Manero ¹⁰⁹ como para Ren McCormack ¹¹⁰ enquanto dançavam. A dança tornou-se, então, a fronteira da contravenção dos costumes e da situação contra a qual lutavam – tanto em relação ao aspecto pessoal, como ao social. E enquanto dançavam, criavam o embevecimento ante o estético e o projetivo. Logo, o que mudou foi sua relação com a realidade. Para alguns dos críticos ao escapismo associado a este gênero, ele realmente ainda pode ser percebido nos ambientes da *Discoteca 2001*,¹¹¹ ou do hotel *Catskill Mountain*.¹¹² Só que muito mais contextualizado, seja com a problemática dos personagens, seja com as demandas concretas que envolviam a vida dos espectadores. Afinal, como ser bem sucedido, como conquistar, como ser do jeito que a imagem era – e é – projetada através da mídia de massa e da propaganda? Ou melhor, como bradar a injustiça e a dificuldade frente a tais objetivos? Como gerar este sentido? A resposta continuava a ser dada através da ação de seus protagonistas: cantando e dançando.

A década de 1990 não se mostrou muito profícua em termos de número de produções para o gênero musical. Apesar de todos os esforços, “a única fonte de lucros confiável em termos de musicais, [...] foram as animações da Disney e as animações de Jim Henson ¹¹³ [...]”,¹¹⁴ fato que inclusive teve influência significativa

¹⁰⁸ TELOTTE. Op. Cit., p. 60.

¹⁰⁹ Personagem do ator John Travolta no filme *Os embalos de sábado à noite*.

¹¹⁰ Personagem do ator Kevin Bacon no filme *Footloose – Ritmo louco*.

¹¹¹ Nome da boate e principal *set* dos números musicais em *Os embalos de sábado à noite*.

¹¹² Nome do hotel de campo onde se passa o filme *Dirty Dancing – ritmo quente*.

¹¹³ Trata-se dos *Muppets*, personagens que reconhecidamente tiveram seu apogeu na década anterior através de programas de televisão e em filmes, dentre outros.

na quantidade de indicações para o Oscar®¹¹⁵ de melhor canção original. O impacto gerado pelos filmes musicais de animação – como, por exemplo, *O rei leão*,¹¹⁶ *A bela e a fera*¹¹⁷ e *Aladim*¹¹⁸ – mostrava-se tão forte ou maior que o dos filmes musicais convencionais naquele mesmo período – por exemplo, *Para os rapazes*¹¹⁹ e *Tina*.¹²⁰

Apesar desta década não apresentar grandes inovações para o gênero musical – que esteticamente mantinha sua proximidade com a linguagem de videoclipes e da TV, e sem os arroubos de alguns anos atrás –, “Hollywood continuava a tentar reviver aquilo que fora o mais glamoroso dos gêneros”.¹²¹ A fórmula adotada foi buscar, mais uma vez na Broadway, a fonte de inspiração e de sucessos, dentre as quais a adaptação de *Evita*.¹²² Neste mesmo movimento, registros indicaram, inclusive, tentativas de diretores sem experiência no gênero musical, como foi o caso de Woody Allen e seu filme *Todos dizem que eu te amo*.¹²³

Ainda assim, a estratégica reaproximação de Hollywood e Broadway só começou a frutificar após a virada para o século XXI. Filmes premiados como *Chicago*,¹²⁴ *Dreamgirls - Em busca de um sonho*¹²⁵ e *Hairspray*,¹²⁶ além de outros não menos importantes, como *Moulin Rouge*¹²⁷ – este que homenageia o gênero musical com sua instigante produção visual e inúmeras referências cinematográficas –, além de *Os produtores*¹²⁸ e *Rent*¹²⁹ oferecem a sensação de um delicioso *revival*. Produções impecáveis, sob forte impacto de marketing, que guardam o carisma da época de ouro dos musicais.

Ao mesmo tempo, um movimento inesperado – este gerado pelos estúdios Disney – aproximou uma nova geração de cinéfilos e o gênero musical: o filme *High*

¹¹⁴ PARKINSON, David. *The rough guide to film musicals*. Londres/Inglaterra: Rough Guide, 2007, p. 68.

¹¹⁵ Prêmio anual da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, fundada em maio de 1927, nos Estados Unidos.

¹¹⁶ Título original: *The lion king*. Direção de Roger Allers e Rob Minkoff. EUA, 1994.

¹¹⁷ Título original: *The beauty and the beast*. Direção de Gary Troudale. EUA, 1991.

¹¹⁸ Título original: *Aladdin*. Direção de Ron Clements e John Muske. EUA, 1992.

¹¹⁹ Título original: *For the boys*. Direção de Mark Rydell. EUA, 1991.

¹²⁰ Título original: *What's Love got to do with it?* Direção de Brian Gibson. EUA, 1993.

¹²¹ PARKINSON. Op. Cit., p. 71.

¹²² Título sem tradução em Português. Título original: *Evita*. Direção de Alan Parker. EUA, 1996.

¹²³ Título original: *Everyone says I Love you*. Direção de Woody Allen. EUA, 1997.

¹²⁴ Título sem tradução em Português. Título original: *Chicago*. Direção de Rob Marshall. EUA, 2002.

¹²⁵ Título original: *Dreamgirls*. Direção de Bill Condon. EUA, 2007.

¹²⁶ Título sem tradução em Português. Título original: *Hairspray*. Direção de Adam Shankman. EUA, 2007.

¹²⁷ Título sem tradução em Português. Título original: *Moulin Rouge*. Direção de Baz Luhrmann. EUA, 2001.

¹²⁸ Título original: *The producers*. Direção de Susan Stroman. EUA, 2005.

¹²⁹ Título sem tradução em Português. Título original: *Rent*. Direção de Chris Columbus. EUA, 2005.

School Musical,¹³⁰ que foi produzido exclusivamente para a televisão e fortemente inspirado no enredo de *Grease – Nos tempos da brilhantina*; e que gerou imediato sucesso de audiência e na comercialização de produtos midiáticos derivados. E fez não só a Disney, mas o mercado inteiro, descobrir o filão estratégico e financeiro do público denominado como *tweens* – pré-adolescentes entre 8 e 12 anos. Logo, outros filmes foram produzidos igualmente para a TV, mantendo a característica musical e o foco neste perfil de espectador. Entretanto, o terceiro filme da série *High School* foi lançado em outubro de 2008 exclusivamente em cinemas. Seria uma lufada de esperança para os musicais?

Outra vertente observada introduz um tipo de musical que atinge tanto os admiradores do gênero como aqueles de um determinado tipo de música. Baseados em obras anteriormente apresentadas em teatro e buscando um espectador mais velho, surgem no horizonte do gênero filmes musicais narrativamente construídos sobre a obra de artistas reconhecidos, costurando os versos de canções como diálogos: *Across the universe*,¹³¹ baseado na obra dos Beatles, e *Mamma Mia! – o filme*,¹³² baseado nas músicas do conjunto sueco ABBA. Residiria aqui, pois, alguma nova tendência?

Certamente todos estes fatos mais recentes são sinalizadores positivos no sentido de propiciar aos fiéis espectadores do gênero musical o envolvimento para que mantenham seus pés *dançando* sob as poltronas do cinema.

1.2.2 Elementos constitutivos, elementos temático-dramáticos e elementos estético-expressivos: a emergência de sentidos para os filmes musicais dos anos 1980

Para melhor compreender esta relação de encantamento que os filmes musicais causavam – além do ponto de vista contextual, como foi tratado anteriormente neste trabalho –, e onde se inseriu e foi adotada como estratégia dos estúdios norte-americanos de cinema, torna-se fundamental identificar os elementos

¹³⁰ Título sem tradução em Português. Título original: *High School Musical*. Direção de Kenny Ortega. EUA, 2006.

¹³¹ Título sem tradução em Português. Título original: *Across the universe*. Direção de Julie Taymor. EUA, 2007.

¹³² Título original: *Mamma Mia! The movie*. Direção de Phyllida Lloyd. EUA, 2008.

constitutivos de sua estrutura. Ao se listar filmes musicais e ao se analisar seus elementos mais representativos, algumas características são encontradas a partir de aspectos perpetuados em diversas produções: coreografias, canções, figurinos, maquiagem, cenários e roteiros. De pronto, percebe-se que algumas não são exclusivas do gênero musical, o que torna prudente e recomendável concordar com J. P. Telotte – em *The New Hollywood Musical: From Saturday Night Fever to Footloose* – e dar “foco nas características mais representativas – a música e a dança – que comumente identificam este gênero”,¹³³ e para que, a partir delas, possam ser compreendidos tanto o seu desenvolvimento ao longo do século XX – em especial, nos anos 1980 –, como sua forte relação com os espectadores.

Entretanto, rotular os filmes musicais exclusivamente a partir da música e da dança, enquanto elementos constitutivos formais do gênero, simplificaria demais uma análise, ao colocar, em segundo plano, a relação que se estabeleceu entre estes elementos constitutivos e o sentido que possuíram como representações de seu tempo – o que, por exemplo, serviu de base para a forma como a coreografia e o som se desenvolveram nos filmes.

Antes, porém, de aprofundar a questão entre elementos constitutivos e possíveis sentidos, cabe observar que o processo de desenvolvimento da indústria cinematográfica, ao longo do século XX, emprestou a cada momento parte dos elementos e dos aprendizados adquiridos anteriormente em tentativas, modelos, estilos e experiências. É possível observar que contextos tecnológicos, históricos e sociais influenciaram diretamente o estilo dos filmes produzidos em determinado período, alguns de forma mais acentuada. Observa-se, pois, que o cinema viveu ciclos de inspiração em períodos anteriores, gerados por contextos históricos e ancorados em características estéticas¹³⁴ e temáticas. Estes períodos passam a ser aqui denominados como *ciclos de resgate*, cujo papel era atender a demandas sociais e mercadológicas das gerações de espectadores norte-americanos através de representações próprias.

¹³³ TELOTTE. Op. Cit., p. 49.

¹³⁴ **N.B.:** Nesta dissertação, o termo *estética* possui o sentido de “se referir às diversas concepções do belo e da arte [...] valorizando, a cada vez, uma característica particular do cinema: o ritmo, o enquadramento, a fala, a cenicidade, etc. [...] [e] diz respeito [também] a alguns traços fundamentais, estudados, no mais das vezes, de pontos de vista bem diferentes [...] [ou ainda] de uma concepção geral da natureza do cinema, da criação fílmica, da relação do fílmico com o mundo afílmico ou profílmico.” AUMONT & MARIE. Op. Cit., pp. 108/109.

Portanto, a análise a seguir tratará não apenas dos **elementos constitutivos do gênero musical** – música e dança –, com o dos **elementos temático-dramáticos** e dos **elementos estético-expressivos** – estes que serão mais aprofundados no Capítulo 2 desta dissertação. E retomará questões abordadas no subitem 2.1, agora sob esta ótica proposta.

Tratar de elementos temáticos de filmes musicais é se defrontar com uma importante discussão: a dicotomia entre utopia e realidade. Que não pese aqui a discussão sobre a validade maior de nenhuma das duas. Não se trata de um juízo de valor, mas da compreensão do que foi validado pelo gênero frente ao seu público. Utopia e realidade foram temáticas adotadas estrategicamente pela indústria cinematográfica na produção de filmes musicais. Apesar de não as caracterizar como exclusivas, estas temáticas acompanharam os contextos que as possibilitaram aflorar, a serviço de gerar sentidos para os apaixonados por musicais.

Voltando no tempo, a indústria cinematográfica respondeu à crise derivada da quebra da Bolsa de Valores, em 1929, com filmes que resgatavam o *glamour* e o sonho americano – este, calcado na promessa de prosperidade da própria essência do pensamento que a sociedade norte-americana carrega em si. Tais representações apresentavam lugares luxuosos, romance, música, acesso, exotismo, dentre outras características – as quais adquiriam efeitos balsâmicos frente às problemáticas vividas pelos espectadores. Sob a ótica do sentido gerado, o escapismo dos primórdios nos anos 1930 foi celebrizado pelos passos elegantes de Fred Astaire e do sublime encantamento, como explica Thomas Schatz:

“Os números musicais deixaram de funcionar apenas como uma ‘escapada’ da realidade social e dos conflitos sexuais da estória. A ruptura entre a estória musical e seu *show* – e entre o personagem dramático e o artista musical – estava gradualmente sendo substituída por uma narrativa coerente e integrada”.¹³⁵

O percurso dos filmes musicais entre os anos 1930 e 1950 contrapôs uma interessante questão: de um lado, as situações utópicas; de outro, a necessidade de inseri-las em um contexto mais crível que justificasse a música e a dança.

¹³⁵ SCHATZ. Op. Cit., p. 205.

Não à toa, filmes como *Rua 42* e *A melodia da Broadway*¹³⁶ apresentavam em seu enredo dramatizações de situações que envolviam a produção de um *show* ou de um evento musical, o que tornava reais as execuções de dança e de música. Em *O picolino*, alguns números de dança da dupla Astaire-Rogers acontecem diante de uma orquestra em um clube noturno na cidade de Veneza. E, talvez, baseados nesta inserção verossímil, a tecnologia se voltava a experiências com tomadas de cenas que valorizavam o grafismo e a estética das coreografias, como se comprova nestes três filmes aqui citados.

Se os anos 1950 explicitaram ao mundo uma nova ordem mundial e o fantasma da guerra fria, o gênero musical manteve certa influência dos musicais dos anos 1930 – com a sofisticação das produções e a sugestão de suntuosidade e do *glamour* –, talvez como uma resposta à insegurança vigente à época. A ingenuidade e o idílico foram dando espaço para a atualidade – que foi inserida através do foco na busca por espaço no mundo e por felicidade, além das batalhas pessoais e individuais dos personagens – como se confrontando o estilo de Astaire com a energia muscular de Gene Kelly. Para resumir as produções que se ativeram a esta temática, podemos citar alguns dos filmes estrelados por Marilyn Monroe – *Os homens preferem as loiras*¹³⁷ e *Como agarrar um milionário*,¹³⁸ por Gene Kelly – *Cantando na chuva*¹³⁹ e *Um americano em Paris*; e por Elvis Presley – *Ama-me com ternura*.¹⁴⁰ Música e coreografia conduziam situações onde, tematicamente, havia alguém na busca de um objetivo claro, ainda que questionável – como marinheiros aproveitando uma folga de final de semana em Nova York, ou Marilyn Monroe utilizando seu *sex-appeal* para caçar milionários. As canções e a dança suavizavam a narrativa através do envolvimento encantador que geravam. O sentido poderia ser a justificativa para a situação central da narrativa, que espelhava a tensão gerada entre a necessidade e o humano, entre o problema e a expressão. Em outras palavras, os elementos constitutivos do gênero – música e dança – mantiveram a suntuosidade dos filmes musicais de duas décadas atrás, num movimento de

¹³⁶ Título original: *The Broadway Melody*. Direção de Harry Beaumont. EUA, 1929. **N.A.:** Vencedor do Oscar de 1929 como “melhor filme”. Sua divulgação valorizava o fato de ser “o primeiro filme totalmente falado, totalmente cantado e totalmente dançado!”.

¹³⁷ Título original: *Gentlemen prefer blondes*. Direção de Howard Hanks. EUA, 1953.

¹³⁸ Título original: *How to marry a millionaire*. Direção de Jean Negulesco. EUA, 1953.

¹³⁹ Título original: *Singin' in the rain*. Direção de Stanley Donen e Gene Kelly. EUA, 1952.

¹⁴⁰ Título original: *Love me tender*. Direção de Robert Webb. EUA, 1956.

resgate de estilo, familiar ao espectador, mas, naquele momento, inseridos em temáticas mais verossímeis à época.

Na década de 1960, os reflexos da crise gerada pelo fim do sistema de estúdios e a redução das receitas dos filmes impingiram um maior controle sobre os investimentos e a preocupação em minimizar riscos, evidenciando certa preferência por temáticas que agradassem de forma mais certa os espectadores. Sob a perspectiva do gênero musical, o custo de produção deste tipo de filmes era preocupante e o reflexo desta questão explica o retorno a uma das influências do primeiro cinema, o teatro. Como, nos Estados Unidos, o teatro musical é dono de forte tradição e fonte de receitas, tornou-se, assim, um indicador de sucessos a serem transpostos para a película. E inspirando um novo *ciclo de resgate*, de caráter totalmente temático, a resposta veio da Broadway, de onde foram gerados filmes como *Can-Can*,¹⁴¹ *Minha doce dama*,¹⁴² *A noviça rebelde*¹⁴³ e *Alô, Dolly*, dentre outros, que claramente resgatavam o clima de espetáculo grandioso e envolvente, explorando aquilo que os palcos não permitiam tecnologicamente – tomadas de câmera mais abertas e uma incomparável profundidade –, e onde música e dança não-diegéticas disfarçavam pitadas de utopia. Isto sem esquecer que musicais como *Amor sublime amor* também espelharam a dinâmica de valores sociais, retrato de seu tempo. Cabe ressaltar que, em paralelo, a temática utópica também foi adotada por produções como *Godspell – a esperança*, anteriormente citado neste trabalho.

Ainda sobre o resgate dos musicais da Broadway acontecido nos anos 1960, vale caracterizar a força desta influência através da semelhança das cenas de abertura de dois filmes de décadas distintas: *Ama-me esta noite* (1932) e *Alô, Dolly* (1969). O primeiro, segundo Thompson e Bordwell, tinha início em uma “rua parisiense que gradualmente começa a tomar vida, cedo pela manhã, onde cada ruído ritmado contribuía para [...] o número musical [...] onde a canção passava de pessoa a pessoa [...]”.¹⁴⁴ O segundo tinha sua abertura com uma cena congelada em preto-e-branco que retratava a manhã numa cidade americana, e aonde esta imagem ia sendo colorizada e adquiria movimento lentamente, pouco antes da protagonista Dolly Levi (Barbra Streisand) cantar a canção com a qual brincava e

¹⁴¹ Título sem tradução em Português. Título original: *Can-Can*. Direção de Walter Lang. EUA, 1960.

¹⁴² Título original: *My fair lady*. Direção de George Cukor. EUA, 1964.

¹⁴³ Título original: *The sound of music*. Direção de Robert Wise. EUA, 1965.

¹⁴⁴ THOMPSON & BORDWELL. Op. Cit., p. 229.

interagia com diversos habitantes do local. Ambos, em poucos minutos, atingiam um ápice de envolvimento e de entretenimento.

A partir da relação entre utopia e realidade, surgiu também uma temática questionadora, mais fortemente contextualizada entre o final dos anos 1960 e os anos 1970. A partir dela, os filmes musicais se compuseram em um leque mais amplo de representações – como a abordagem político-religiosa de *Jesus Cristo Superstar*, a importância e o valor do indivíduo e da vida humana em *O show deve continuar*,¹⁴⁵ o psicodelismo britânico de *Beatles e o submarino amarelo*¹⁴⁶ e o messianismo e a expansão da sensibilidade observados na ópera-rock *Tommy*. Mais tarde, a crítica contra as guerras – notadamente a do Vietnã – foi retratada por Milos Forman em *Hair*,¹⁴⁷ onde há a incorporação de um toque de utopia ao centralizar a trama num grupo de pessoas em Nova York, parte integrante do movimento *hippie*, onde só o amor seria capaz de evitar a pior das tragédias, a guerra, que é fruto do desamor. Como traço geral, o coletivo era o foco, ainda que conduzido pelas mãos de um ou de alguns personagens mais significativos na trama.

A nostalgia que marcou parte da produção filmográfica dos anos 1970 – com forte relação com os anos 1920 e 1930, pode ser notada em musicais como *Cabaret*, *Mame*,¹⁴⁸ *O ocaso de uma estrela*¹⁴⁹ e *New York, New York*. Entretanto, abriu espaço para um novo *ciclo de resgate*, que caracterizou parte de filmes de outros gêneros, produzidos nos anos 1980: a influência dos anos 1950. Este resgate aconteceu de forma clara através do toque *noir*¹⁵⁰ e do *néon*,¹⁵¹ em *Blade Runner – O caçador de andróides*¹⁵² e em *O fundo do coração*.¹⁵³ Por sua vez, *Peggy Sue – seu passado a espera*¹⁵⁴ remontou o estilo de vida idealizado pela sociedade norte-americana, enquanto a trilogia *De volta para o futuro*¹⁵⁵ ampliou a percepção de

¹⁴⁵ Título original: *All that jazz*. Direção de Bob Fosse. EUA, 1979.

¹⁴⁶ Título original: *Yellow submarine*. Direção de George Dunning. Inglaterra, 1968.

¹⁴⁷ Título sem tradução em Português. Título original: *Hair*. Direção de Milos Forman. EUA, 1975.

¹⁴⁸ Título sem tradução em Português. Título original: *Mame*. Direção de Gene Saks. EUA, 1974.

¹⁴⁹ Título original: *Lady sings the blues*. Direção de Sidney J. Furie. EUA, 1972.

¹⁵⁰ **N.A.:** Termo oriundo de *film noir*, gênero cinematográfico mais associado a filmes policiais produzidos em meados do século XX, que, dentre outras características marcantes, adotava uma atmosfera difusa, penumbras, tons nostálgicos e aspecto sombrio.

¹⁵¹ **N.A.:** Gás utilizado em tubos de luz elétrica e em placas luminosas. Adotado muitas vezes como um dos elementos que nostálgicamente resgatavam filmes *noir* e o estilo *art-decò*.

¹⁵² Título original: *Blade Runner*. Direção de Ridley Scott. EUA, 1982.

¹⁵³ Título original: *One from the heart*. Direção de Francis Ford Coppola. EUA, 1982.

¹⁵⁴ Título original: *Peggy Sue got married*. Direção de Francis Ford Coppola. EUA, 1986.

¹⁵⁵ Título original: *Back to the future (I, II & III)*. Direção de Robert Zemeckis. EUA, 1985, 1989 e 1990.

importância deste modelo de vida ao longo de períodos de tempo diferentes. Já a crise de identidade – outra característica desta década – adquiriu contornos mais juvenis em *Vidas sem rumo*¹⁵⁶ – que retrata a “perda da inocência, só que vista por dentro”,¹⁵⁷ e em *Conta comigo*.¹⁵⁸ Por sua vez, *O reencontro*,¹⁵⁹ retratou a mesma crise sob a ótica de “um inventário das possibilidades restantes para os sobreviventes de 68”.¹⁶⁰

No gênero musical aconteceram movimentos semelhantes. A nostalgia, por exemplo, fora prenunciada por *Grease – Nos tempos da brilhantina*, na década anterior. Esteticamente, *Xanadu*¹⁶¹ e o inglês *Absolute Beginners*,¹⁶² podem ser considerados icônicos pela aproximação com a estética de *videoclipes* – absoluta novidade, então –, assim como, respectivamente, pela influência da linguagem publicitária, pela aproximação com a luz e o estilo *néon* e pela ambientação dos anos 1950. Se expressivamente *Ruas de fogo*¹⁶³ traduz o *noir* e a caracterização visual nostálgica, tematicamente, o remonte da promessa de progresso que impregna o *American way-of-life* e os sonhos da protagonista de *A pequena loja dos horrores*¹⁶⁴ são definitivos, tal como a busca pelo lugar ao sol dos personagens de *Fama*.¹⁶⁵ Cabe ressaltar que as influências de caráter estético-expressivo – como a publicidade e o *videoclipe*, bem caracterizados no drama-musical *Nove semanas e meia de amor*¹⁶⁶ – serão aprofundadas no próximo capítulo.

Ao proceder a uma análise mais apurada no recorte dos anos 1970 e 1980, é possível encontrar, lado a lado, os elementos temáticos utopia, questionamento e realidade. Em alguns filmes, a utopia encontrou seu espaço na representação de comunidades fechadas e idealizadas. Em outros, ela se configurou através de atitudes de ruptura pessoal, as quais caracterizam a vitória pessoal sobre algo. Em suma, o espaço era aquele onde tudo poderia acontecer, preferencialmente, coisas

¹⁵⁶ Título original: *The outsiders*. Direção de Francis Ford Coppola. EUA, 1982.

¹⁵⁷ LABAKI, Aimar. “O selvagem da motocicleta & O reencontro”. In LABAKI, Amir (org.). *O Cinema dos anos 80*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991, p. 103.

¹⁵⁸ Título original: *Stand by me*. Direção de Rob Reiner. EUA, 1986.

¹⁵⁹ Título original: *The big chill*. Direção de Lawrence Kasdan. EUA, 1983.

¹⁶⁰ LABAKI, Aimar. *Op. Cit.*, p. 107.

¹⁶¹ Título sem tradução em Português. Título original: *Xanadu*. Direção de Robert Greenwald. EUA, 1980.

¹⁶² Título sem tradução em Português. Título original: *Absolute beginners*. Direção de Julien Temple. Inglaterra, 1986.

¹⁶³ Título original: *Streets of fire*. Direção de Walter Hill. EUA, 1984.

¹⁶⁴ Título original: *The little shop of horror*. Direção de Frank Oz. EUA, 1986.

¹⁶⁵ Título original: *Fame*. Direção de Alan Parker. EUA, 1980.

¹⁶⁶ Título original: *9 ½ weeks*. Direção de Adrian Lyne. EUA, 1986.

boas. Em *Grease – Nos tempos da brilhantina*, por exemplo, Sandy Olsen (Olivia Newton-John) – uma jovem australiana que se muda para os Estados Unidos e vai, coincidentemente, estudar na escola Rydell High – a mesma de Danny Zuko (John Travolta), seu amor das férias de verão –, compartilhando também o mesmo grupo de amigos. No limite entre valores e transgressão, entre as duas turmas *Pink Ladies* e *T-Birds*, eles mudam suas atitudes: Sandy fica mais ousada, e Danny, mais maduro – com direito a um final grandioso com todos os amigos e alunos unidos, muita alegria e utopia, como prenuncia a canção final *We'll go together*.

No filme *Dirty dancing – ritmo quente*, os conflitos pessoais e afetivos da protagonista, Frances “Baby” Houseman (Jennifer Grey), não poderiam ser resolvidos na sua vida real, onde a pressão pelo modelo ideal e conservador de comportamento era a tônica. Mas, sim, quando foi envolvida pelo clima do paradisíaco hotel de veraneio e pelo contato com realidades menos suaves que sua vida e, também, muito mais sensuais, traduzidas pela música e dança – e ali manifestadas de forma voluptuosa, acompanhadas pela canção *Time of your Life*.

Por sua vez, em *Footloose - ritmo louco*, o reconhecimento do valor individual e a liberdade para ser feliz é a bandeira de Ren McCormack (Kevin Bacon) que, ao se mudar de Chicago para uma pequena e religiosa comunidade no Oeste – onde dançar e cantar músicas profanas eram atividades proibidas – se depara com o mentor da opressão, justamente o pai da personagem por quem ele se apaixonará – Ariel (Lori Singer). Após o inevitável choque cultural e de valores, ele consegue provar que é *divino* o direito da escolha e que a expressão corporal é o que mais se aproxima do sagrado, sem ser necessariamente profano.

Já os conflitos individuais são de uma relevante tônica para uma temática mais próxima da realidade, lembrando que, apesar de parecerem pessoais, na verdade, refletem a sociedade onde estão inseridos. Em *Fama*, um grupo de jovens vive seu momento de transição para a vida adulta durante quatro anos na High School of the Performing Arts de Manhattan, Nova York, onde almejam seu espaço num mundo competitivo – especialmente para eles que, em sua maioria, não possuíam uma origem familiar *wasp*.¹⁶⁷ Por sua vez, *Os embalos de sábado à noite* reflete a dificuldade da ascensão de um jovem oriundo de um gueto nova-iorquino –

¹⁶⁷ **N.A.:** *White Anglo-Saxon Protestant*. Termo que define um grupo da elite norte-americana, originário dos colonizadores ingleses que chegaram à América, a bordo do navio *Mayflower*, no século XVII. Tradução: branco, anglo-saxônico e protestante.

o ítalo-americano Tony Manero (John Travolta) –, e sua perspectiva de futuro através da dança, que o diferencia e o faz se sentir vencedor ante tantas limitações pela problemática social que o envolvia – gueto, limitações, falta de acesso, por exemplo. Já o filme *Flashdance* apresenta a temática baseada na conquista de espaço e na construção de sonhos – aqui também realizada através da dança –, frente à limitação de recursos financeiros e ao imenso abismo social, além do forte preconceito e aos estereótipos forjados pela sociedade norte-americana.

Portanto, a discussão acerca das possíveis abordagens mais utópicas, questionadoras ou realistas – tal como foi tratada anteriormente, por também se tornarem ícones conceituais do gênero musical –, faz sentido ao considerá-la em conjunto com os elementos estéticos e com os elementos constitutivos: música e dança. Como discorrido neste capítulo, a inter-relação entre estes fatores, estrategicamente utilizada pelo cinema, pode resumir o eixo onde diversas representações dos filmes musicais foram elaboradas, servindo de base para sua compreensão e análise dos sentidos produzidos por eles.

1.2.3 Novas fronteiras: filme musical e drama musical

Música e dança, utopia e realidade. Compreendendo a força destes elementos constitutivos e temáticos associados ao gênero musical – e sua capacidade de gerar sentidos para um determinado perfil de espectador –, é possível observar que, especialmente na história mais recente do cinema, diversos filmes dramáticos tomaram emprestados alguns destes elementos com o objetivo de estabelecer uma relação particular com seu público. Afinal, se tratavam de convenções reconhecidas e com forte poder de identificação. Tais filmes, doravante denominados de ‘drama musical’, podem preservar os ícones conceituais de utopia ou de realidade, e onde a música pode ajudar a criar “a atmosfera emocional que a imagem por si só seguramente seria incapaz de criar”,¹⁶⁸ e, portanto, sendo associada ao musical para familiarizar sua narrativa tradicional a este gênero gerando, assim, um interessante inter-relacionamento de representações. E, sobretudo, aponta um dos caminhos adotados pela indústria cinematográfica nos

¹⁶⁸ ROSENFELD, Anatol. *Cinema: arte & indústria*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2002, p. 150.

anos 1980, sugerindo que, voltado a gerar maior identificação com grupos de espectadores, podia-se trabalhar com diferentes influências estilísticas e temáticas – incluindo oriundas de mais de um gênero – como será discorrido no próximo capítulo.

Tome-se o exemplo de *Loucuras de verão*,¹⁶⁹ cuja narrativa se desenrola em uma noite apenas – a véspera do dia em que o destino de um grupo de jovens amigos se definirá ante suas escolhas românticas, profissionais e pessoais. Este processo ritualístico é embalado por uma trilha musical composta por 41 canções originais da época em que se passa o filme – início dos anos 1960 –, agregando uma densa carga emocional. A pequena, calma e simpática cidade e o modelo de vida idealizado – onde é possível ter a liberdade de se fazer escolhas, e onde a pressão é tanto interna quanto externa –, associa-se no filme à execução ininterrupta das canções que sugerem uma presença inabalável ante os fatos reais que interferiam naquele momento na vida das personagens. O ritual de passagem dos jovens na noite do filme cria o espaço para a música contar parte da narrativa de forma definitiva e implacável – e ela brinca muitas vezes, ao trocar de uma posição não-diegética por uma diegética, tamanha sua colagem à narrativa do filme.

Nove semanas e meia de amor é também um filme que se enquadra como um drama musical. Retrata a Nova York dos anos 1980 e reproduz uma freqüente temática da época: o confronto com o preço que se paga pela entrega pessoal, a solidão, a dependência emocional e a preservação de si mesmo. Emoldurando o roteiro, as canções reforçam o estado de espírito de cada etapa do relacionamento do casal protagonista e o estilo de vida denominado *yuppie*,¹⁷⁰ então em voga. Só que, o sonho do amor pleno e intenso se contrapõe ao risco da perda de sentido e do controle da própria vida.

A partir desta análise, residiria nestes filmes denominados como dramas musicais – acentuadamente os dos anos 1970 e 1980 –, uma leitura mais contemporânea do que Kristin Thompson e David Bordwell chamaram de *integrated musicals*,¹⁷¹ com mais ênfase na música, ou melhor, nas canções, e na narrativa

¹⁶⁹ Título original: *American graffiti*. Direção de George Lucas. EUA, 1973.

¹⁷⁰ **N.A.:** *Yuppie* é uma expressão oriunda da denominação *young and urban professional*, usada para classificar jovens profissionais urbanos com carreira e situação financeira em rápida ascensão.

¹⁷¹ Relembrando: filmes em que os locais e o tempo em que a estória se desenvolvia eram comuns e verossímeis; e onde a música e a dança aconteciam como parte da narrativa – a qual não oferecia apenas estes elementos.

dramática – extrapolando o gênero musical na sua essência, por não utilizar todos os seus elementos constitutivos. E os filmes musicais estariam, segundo o mesmo critério, classificados mais como *operetta musicals*,¹⁷² onde parte da narrativa é contada através de canções.

Por fim, resgatando a recomendação de Wellek e Warren para o estudo de gênero na literatura – recomendação esta retomada por Buscombe –, que considera formas externas e internas para reconhecer o perfil de determinada obra, é possível estabelecer uma relação direta entre este pensamento e o conjunto de elementos que caracterizam o gênero musical. Assim, sobre os elementos externos – além do roteiro, da estrutura narrativa, dos figurinos e da ambientação –, há sobremaneira a música e a dança. E, acerca dos elementos internos, há as abordagens, as temáticas – utopia, realidade e questionamento, por exemplo –, e o uso intencional de atores e de diretores capazes de desenvolver o enredo com a carga interpretativa, a credibilidade e a imagem pessoais desejadas estrategicamente.

A conclusão é a de que, a partir de um olhar mais contemporâneo e menos totalizante, que valoriza a experiência gerada pelo filme – por sua capacidade de também gerar sentidos –, os elementos externos não são necessariamente exclusivos do gênero, mas deles derivariam o estilo do filme – por exemplo, um *integrated musical* ou um *operetta musical*. Entretanto, é no modo como se elaboram os elementos internos que se delineará parte significativa do resultado de uma produção, o estímulo, a ponte para o envolvimento do espectador; e a possibilidade de emprestar alguns deles para filmes de outros gêneros. E tal como se deu através dos elementos externos, quando a indústria cinematográfica moldou, em meados dos anos 1970, formas de conceber filmes que garantissem bilheteria e a venda de produtos conexos.

Mais uma vez, a questão retorna não para os elementos comuns que caracterizam um gênero na sua essência, mas para a forma como estes elementos são utilizados na produção de sentidos. No caso do musical, para contar histórias ou mesmo para transmitir mensagens importantes para seus apreciadores sob a tutela

¹⁷² Relembrando: filmes em cujos enredos os locais fictícios se tornavam o palco para as canções e as coreografias não-diegéticas, estas como partes da narrativa que nem sempre permitiam uma percepção mais verossímil, apesar de ser um útil ingrediente para a aura mágica que se estabelecia para a projeção de sonhos dos espectadores.

de canções e de coreografias que, sem dúvida alguma, trazem consigo uma importante carga de emoção e de encantamento.

Portanto, tornam-se evidentes as oportunidades criadas e exploradas pelo cinema musical ao equilibrar a equação entre seus elementos estéticos e elementos temáticos – estes, muitas das vezes, cíclicos. Portanto, é de fundamental importância, nesta etapa do trabalho, aprofundar e interligar a análise do gênero musical e seu reflexo nos anos 1980 – realizada até aqui –, onde não apenas podemos mencionar os flertes com uma estética ou uma problemática individual e social daquela década, mas, sim, identificar como o gênero e seus elementos constitutivos confluíram para estruturar suas características e representações marcantes.

Fato é que o gênero manteve sua forte marca e reconhecimento através dos elementos música e dança, tanto no caráter individual como em seu conjunto. Fato é, também, que as canções populares – de interesse comercial, tomaram parte do lugar das músicas originais feitas para os filmes. Outro ponto relevante é que, se a migração entre elementos de gêneros diferentes já acontecia, fez-se mais fortemente presente em filmes desta época – o que relembra a inexistência de fronteiras formais totalizantes da condição pós-moderna. Na verdade, o que o drama musical dividia com filmes considerados como operetas era, em especial, o interesse dos fãs de musicais pelos elementos constitutivos de um subgênero aplicado a outro. E que os *integrated musicals* pareciam mais associados aos tempos de individualismo e de lutas pessoais – ainda que utópicas –, uma vez que, sem esquecer a configuração musical, experimentavam abordagens narrativas mais verossímeis. E, ainda como mais uma característica dos musicais – a utopia, que dividia seu espaço com abordagens baseadas no questionamento e na realidade em filmes do gênero. Não que houvesse uma ‘perda de personalidade’ ou um redirecionamento do próprio gênero, mas, sim, uma adequação ao mundo que então lhe servia de palco e pelos ares daqueles mesmos tempos.

Frente a este cenário, e sem perder de vista os elementos básicos que fornecem a energia e a caracterização do gênero musical – através de uma afirmação de Steve Neale –, encontramos uma importante pista para a relação que se estabeleceu entre música e dança nos filmes norte-americanos da década de 1980:

“[...] musicais como *Os embalos de sábado à noite* (1977) e *A história de Buddy Holly* (1978) ¹⁷³ realmente motivaram a dança e a música como uma ação diegética, enquanto emoldurava em contraponto a narrativa diferente das dificuldades, perigos e frustrações. Deste modo, eles direcionavam suas limitações – assim como seu potencial – de música e dança como sentido de fuga, de superação ou de mudança no mundo cotidiano”. ¹⁷⁴

A pista em questão é a expressão ação diegética ao se referir a filmes onde música e dança se inserem justificadamente na narrativa – no sentido de obter maior verossimilhança. Em *Os embalos de sábado à noite* há canções populares, de ritmo *disco*,¹⁷⁵ criadas pelo conjunto The Bee Gees.¹⁷⁶ As canções servem de moldura de cena, com o objetivo de intensificar o sentido delas esperado. Por exemplo, *How deep is your love* dá cor à profunda reflexão final do personagem Tony Manero; e outras canções, que acabam sendo uma confirmação do real abrigado em cenas como o treinamento de dança do protagonista e nas noites na *Discoteca 2001* – recheada de coreografias – até o clímax configurado pelo final do campeonato de dança. Nas cenas em que a música é diegética, a dança tem palco certo e crível como parte da narrativa – diálogos e relações se estabelecem enquanto os personagens dançam dentro de uma boate. E nas cenas em que a música é não-diegética, não há necessariamente o seu casamento com a dança, podendo fazer parte de um sonho ou de um desejo projetado. A diegese se coloca no modo como a música e a dança integram ou não o real e o imaginário dos personagens às suas vidas e às cenas reais. Retornando então à recomendação de Wellek e Warren, de certa forma, o filme assim se torna mais próximo dos *integrated films*, em contraponto àqueles que mantinham forte tradição de espetáculos da Broadway em que a música não-diegética os posicionava mais próximos de *operettas*.

O que se coloca aqui, após o questionamento herdado dos anos 1960 e 1970 – gerador de abordagens mais próximas das temáticas do dia-a-dia –, é que o cinema musical estaria trabalhando a relação entre música e dança como elementos

¹⁷³ Título original: *The Buddy Holly story*. Direção de Steve Rosh. EUA, 1978.

¹⁷⁴ NEALE. Op. Cit., pp. 110/111.

¹⁷⁵ **N.A.:** Estilo musical em voga na segunda metade dos anos 1970 = “moda discoteca”.

¹⁷⁶ **N.A.:** Famoso conjunto especializado em música *pop*, criado no final da década de 1960, formado por três irmãos de sobrenome Gibb.

com possibilidades diegéticas e não-diegéticas, de acordo com a temática mais utópica ou mais realista da narrativa.

Analisando separadamente a dança em alguns representativos filmes musicais dos anos 1980, pode-se perceber que em *Flashdance* ela aparece nos ensaios da protagonista, nas apresentações na boate *Mawby's* e na prova final para sua bolsa na conceituada escola de balé. Em *Footloose - ritmo louco*, só se dança nas festas e nos momentos em que algum dos personagens ensaia ou tem um momento extremamente intimista. Já em *Fama*, a dança marca presença somente durante o período das aulas, nas apresentações acadêmicas e em eventos plausíveis naquele ambiente, como nas audições e na colação de grau. O que se justifica através do modo como ela interage com os fatos do enredo, assim como pelo pano de fundo utilizando-se de uma escola de artes, composta, em sua maioria, por um público adolescente – exemplificados pela sessão durante o almoço na cantina, ao som de *Hot Lunch Jam* ou uma *performance* na porta da escola embalada pela canção *Fame*. Todavia, em todos estes filmes, diversas canções são executadas durante a narrativa, não apenas com as coreografias, mas como um ambientador dos momentos de introspecção, de reflexão ou mesmo de afeto entre os personagens.

Diante de tais questões é possível afirmar que, em parte significativa dos filmes musicais, a música será sempre parte indissolúvel da narrativa, seja por fornecer o tom ou por contar parte da estória, seja por representar junto com os personagens – dependendo do estilo do filme. E que este fato deve ser considerado não como uma diminuição da importância da coreografia nos filmes musicais, mas, todavia, como uma adequação deste elemento sobretudo a partir do enredo e do sentido que a música vai adquirir ou ajudar a emergir, devidamente inserido na respectiva obra. O que se percebe é que a dança contextualizada pela narrativa não interfere na percepção de verossimilhança; por outro lado, quando isto não acontece, a sensação de sonho e fantasia aparece, ainda que em traços utópicos, posto que está tão imbricada ao gênero musical. Vale, pois, reiterar que não se trata de um prejuízo, apenas não se coaduna à expectativa de abordagem que caracterizou os anos 1980, mas que, ainda assim, manteve sua função de cativar a platéia.

Por fim, através da pesquisa realizada e da elaboração do presente trabalho, é possível constatar que as fronteiras citadas como limites entre os gêneros fílmicos, também podem se referir a datas que não são tão inflexíveis assim para marcar os períodos exatos destas representações. Por exemplo, o que se refere aos anos 1980, certamente já acontecia em parte antes e pode ser mantida até hoje – com todos os possíveis sentidos e transformações, oriundos de um meio tão dinâmico e volátil. Da mesma forma, não são movimentos de transmutação ou de empréstimos de elementos de um gênero que rotularão todos os filmes de um mesmo período. Então, se tal constatação poderia questionar a importância da análise realizada até aqui, a respectiva e objetiva resposta residiria no caráter mercadológico de produtos de uma indústria e no que suas representações poderiam auxiliar no maior ou menor sucesso deste entretenimento. E que se encontrariam no ajuste entre estilo, estética, contexto e sintonia com as influências que impactavam o espectador em sua vida fora do cinema. E, assim, buscando uma maior assertividade de ação, garantindo a fidelidade de espectadores e a rentabilidade de investimentos para a indústria cinematográfica. Ao que Justin Wyatt denominou por *high concept*, ou seja, filmes produzidos com este intuito comercial, a partir de uma determinada configuração que encontra base, dentre outros aspectos, na relação que a música adquire no filme e no empréstimo de elementos constitutivos de gênero – como será tratado no Capítulo 2 desta dissertação.

1.3 SOBRE MÚSICAS E CANÇÕES – PAPÉIS AO LONGO DO TEMPO

“A música de cinema carrega em si um mistério e um poder difíceis de se descrever. Talvez seja o elemento do cinema mais complexo de se entender e avaliar. É impalpável. É invisível. É abstrato. É pessoal. É pura emoção. E a música, muitas vezes, passa despercebida. Mas, basta retirá-la de um filme para se notar a sua real significância”.¹⁷⁷

É inquestionável a importância do som em qualquer filme – ou até mesmo a sua ausência. Ao longo da história do cinema, música e efeitos sonoros adquirem papéis diferentes, fundamentais, que em determinadas oportunidades se cruzam e ampliam a experiência do espectador. Decerto, o gênero musical está sedimentado através da música e da dança. Mas é a música que se torna o pilar mais forte por sua capacidade de adquirir um papel estratégico narrativo, sem precisar necessariamente do suporte da dança para se justificar – o que não acontece facilmente no caso contrário. Tal força se comprova até em filmes de outros gêneros, ao se tornar um elemento facilitador da narrativa por gerar o envolvimento desejado. Entretanto, sem minimizar a importância ou esquecer a inquestionável parceria de sucesso com a dança, o foco, neste momento, é a música e a canção – esta, configurando-se como outra aliada na tarefa de tornar cativo e de entreter o público nos filmes musicais.

Diferentemente do que aparece caracterizado nos discos com músicas de filme, o termo *soundtrack*, ou trilha sonora, é o que “tecnicamente representa todo o conjunto sonoro de um filme, incluindo além da música, os efeitos sonoros e os diálogos”.¹⁷⁸ É igualmente errôneo designar, como trilha sonora, as músicas instrumentais ou incidentais de um filme. Para isto, “o termo que melhor representa a música especialmente composta para determinado filme é ‘música original do filme’ ou, em inglês, *score*”.¹⁷⁹

Tony Berchmans defende a não existência de padrões musicais próprios para o cinema, mas reconhece que “fórmulas similares sejam adotadas em determinadas

¹⁷⁷ BERCHMANS. Op. Cit., pp. 15/16.

¹⁷⁸ Idem. P. 19.

¹⁷⁹ Ibidem.

escolas e tendências”.¹⁸⁰ É possível que aqui esteja inserida tanto a relação entre os padrões impetrados pelos grandes estúdios para filmes musicais, como os estilos pessoais dos grandes compositores de trilhas filmográficas. Berchman, inclusive, define que “um verdadeiro compositor de música de cinema possui um talento e imaginação de um dramaturgo, bem como a habilidade de transformar os seus sentimentos e pensamentos em música”.¹⁸¹ O papel a ser desempenhado pelas trilhas sonoras foi oportunamente definido pelo compositor Aaron Copland, em 1949, e posteriormente resgatado no livro *The sounds of commerce*, torna possível afirmar que as premissas, há muito conhecidas pelos estúdios, reitera a importância da música baseado no fato que

“[...] ela converge para uma convincente atmosfera de tempo e lugar; ela sublinha sentimentos não falados ou estados psicológicos dos personagens; ela serve como um tipo de preenchimento neutro da ação; ela permite o senso de continuidade para edição [...]”¹⁸²

E, assim, compõem esta galeria – dentre outros notáveis compositores e arranjadores do cinema – Max Steiner, Bernard Herrmann, Elmer Bernstein, Ennio Morricone, Jerry Goldsmith, John Williams e John Berry, que, respectivamente, produziram trilhas de sucesso para filmes como *King Kong*,¹⁸³ *Cidadão Kane*,¹⁸⁴ *O sol é para todos*,¹⁸⁵ *Cinema Paradiso*,¹⁸⁶ *Chinatown*,¹⁸⁷ *ET – o extraterrestre*¹⁸⁸ e *Dança com lobos*.¹⁸⁹

Retomando o aprimoramento e o desenvolvimento do cinema ao longo do século XX, das músicas originais e dos grandes compositores, “desde a década de 1950, a produção de álbuns de trilhas sonoras [florescem] tanto como uma importante ferramenta de promoção do filme como um fenômeno estético e

¹⁸⁰ BERCHMANS. Op. Cit., p. 23.

¹⁸¹ Idem. P. 21.

¹⁸² COPLAND, Aaron apud SMITH, Jeff. *The sounds of commerce – Marketing popular film music*. New York/USA: Columbia University Press, 1998, pp. 5/6.

¹⁸³ Título sem tradução em Português. Título original: *King Kong*. Direção de Ernest B. Schoedsack e Merian C. Cooper. EUA, 1933.

¹⁸⁴ Título original: *Citizen Kane*. Direção de Orson Welles. EUA, 1941.

¹⁸⁵ Título original: *To kill a monkinbird*. Direção de Robert Mulligan. EUA, 1962.

¹⁸⁶ Título sem tradução em Português. Título original: *Cinema Paradiso*. Direção de Giuseppe Tornatore. Itália, 1989.

¹⁸⁷ Título sem tradução em Português. Título original: *Chinatown*. Direção de Roman Polanski. EUA, 1974.

¹⁸⁸ Título original: *ET*. Direção de Steven Spielberg. EUA, 1982.

¹⁸⁹ Título original: *Dance with wolves*. Direção de Kevin Costner. EUA, 1990.

cultural”.¹⁹⁰ Assim, não à toa, o movimento de se “utilizar canções populares nos filmes”¹⁹¹ tem oficialmente seu início em 1952 – com a canção *Do Not Forsake*, composta exclusivamente para *Matar ou Morrer*¹⁹² e utilizada como instrumento de publicidade. Não muito depois, amplia seu território e consagra-se “na década de 1960, quando [...] a clássica canção *Moon River*¹⁹³ [...] [consolidou] o uso de canções nos filmes também como um modo de capitalizar o potencial de divulgação do filme”.¹⁹⁴ Cabe observar que o interesse comercial da indústria cinematográfica, sobre a relação entre música e filme não é nova. Afinal, “Hollywood tem usado há muito a música para vender filmes e vice-versa”,¹⁹⁵ e que esta organização tão bem estruturada foi uma “resposta a um grande número de fatores industriais, históricos e sociológicos que marcaram os anos 1950 e 1960”.¹⁹⁶

Havia, certamente, uma óbvia razão comercial – que se relaciona com produtores, sucesso e direitos autorais das músicas. E havia, também, um motivo artístico, principalmente nos filmes que não eram musicais, em que parte das canções era cantada pelos atores – “nessa época, as canções tinham um caráter de realmente descrever o clima da cena, muitas vezes pontuando ou situando o caráter e o estilo de vida dos personagens”,¹⁹⁷ o que sinalizou um progressivo abandono de trilhas musicais originais, até que os anos 1980 se tornaram

“[...] uma fase de intenso crescimento do uso de canções *pop* nos filmes, nem sempre refletidos em ganho, mas freqüentemente resultando em maior venda de discos, [...] [passando a] existir um maior número misto de produções. Ou seja, filmes com canções preexistentes e *score*. [...] Outra forma de composição que passou a ser mais comum foi a composição de canções sob encomenda, por exemplo, em *Top Gun – Ases Indomáveis*¹⁹⁸”.¹⁹⁹

¹⁹⁰ SMITH, Jeff. *The sounds of commerce – Marketing popular film music*. New York/USA: Columbia University Press, 1998, p. 1.

¹⁹¹ BERCHMANS. Op. Cit., p. 122.

¹⁹² Título original: *High Noon*. EUA, 1952. Gênero: *western*.

¹⁹³ Canção composta por Henry Mancini para o filme *Bonequinha de luxo*. Título original: *Breakfast at Tiffany's*. Direção de Blake Edwards. EUA, 1961.

¹⁹⁴ BERCHMANS. Op. Cit., p. 122.

¹⁹⁵ SMITH. Op. Cit., p. 2.

¹⁹⁶ *Ibidem*.

¹⁹⁷ BERCHMANS. Op. Cit., p. 123.

¹⁹⁸ Título original: *Top Gun*. Direção de Tony Scott. EUA, 1986.

¹⁹⁹ *Idem*. P. 133.

O processo decisório que envolve uma trilha sonora para determinado filme sofisticou-se com o passar dos anos, até os anos 1970 e 1980, quando a relação entre as diferentes linguagens multimidiáticas consegue ter, como um dos seus pontos comuns, a relação emocional e projetiva de modelos de vida estandardizados, ratificados pela sociedade de consumo, capazes de falar a corações e mentes de diferentes perfis, ampliando seu poder em distintos grupos sociais e, conseqüentemente, na sua força comercial, posto que “com o crescimento do rádio e dos discos e gravações como mercados paralelos, as canções-tema e os álbuns de trilhas sonoras tornaram-se valiosas ferramentas de promoção entre os meios.”²⁰⁰ Desta forma, compreende-se a adoção cada vez mais sistemática de estilos populares como elo desta relação, onde sua capacidade de gerar identificação e aceitação quase que instantâneas com uma ou mais músicas por si só justificariam a decisão de seu uso. Todavia, “para muitos críticos e historiadores, as trilhas sonoras populares simplesmente não se comparam com a força dramática e a sofisticada musicalidade oferecida pelos compositores clássicos de Hollywood”.²⁰¹

Evidencia-se que discussões sobre a manufatura e a qualidade estilística se apresentaram neste processo de transformação com clara orientação comercial. Havia a orientação para que “uma trilha popular não [precisasse] ser escrita inteiramente em estilo popular, mas [que] ela deveria usar a música *pop* como o aspecto estilístico central”.²⁰² E dois critérios regiam a tomada de decisão: “a trilha poderia ser composta ou compilada em um ou mais estilos [musicais] e ela deveria ser formalmente acessível para o perfil médio de espectadores de cinema”.²⁰³ Por outro lado, o aspecto comercial não foi relegado a um segundo plano, exigindo estratégias específicas, tal como aponta, por exemplo, João Máximo, em seu livro *A música do cinema* – v. II, sobre o significativo aumento de músicas clássicas no conjunto de uma trilha sonora, “temas clássicos no original, tal como foram escritos, de preferência de compositores cujas obras já são de domínio público”,²⁰⁴ mas

²⁰⁰ SMITH. Op. Cit., p. 2.

²⁰¹ Idem. P. 4.

²⁰² Idem. P. 5.

²⁰³ Idem. P. 4.

²⁰⁴ MÁXIMO, João. *A música do cinema – Os 100 primeiros anos – Volume II*. Rio de Janeiro: Rocco, 2003, p. 60.

tendo como pré-requisito a escolha de obras com maior familiaridade para os espectadores, ao que este autor denomina de “clássicos mais populares”.

Cabe ainda observar que, da mesma forma como esta nova relação filmes e trilhas sonoras impactou e alterou relações na produção cinematográfica, igualmente gerou inúmeras “mudanças para compositores, produtores e gravadoras [...] [incluindo] específicas divisões internas para trilhas sonoras, os astros do rock, os supervisores musicais e a MTV²⁰⁵ emergiram como importantes elementos da indústria”.²⁰⁶ Certamente a política de uso de canções populares – preexistentes ou encomendadas –, em compasso com as músicas originais ou as desconsiderando, representa, nos anos 1980, um marco da cultura comercial multimidiática, quando os conglomerados de comunicação passaram a garantir sua lucratividade através de mídias diferentes – como filme, álbum musical, *merchandising*, licenciamento, programas de rádio e de TV, videoclipe, por exemplo, a partir de um mesmo produto, fortemente alavancado por um engenhoso aparato promocional. Ainda que a expectativa fosse voltada ao sucesso de todos os produtos midiáticos, sua independência enquanto formato garantiria, ao menos, a possibilidade de maior lucratividade para alguns deles, mesmo que o filme em questão não gerasse o objetivado retorno financeiro nos cinemas. O mesmo esquema funcionou – com igual ou até maior atenção – para os filmes musicais, por sua natureza e relação com um determinado perfil de público, podendo e devendo significar mais lucros. A reunião de música e de canções reforçava o seu caráter de elemento narrativo em produções de outros gêneros – como, por exemplo, àqueles aqui anteriormente denominados de dramas musicais. A familiaridade seria a ponte por onde migrariam espectadores entre os gêneros. Porque, “de acordo com a época, mudava-se o estilo, a forma musical, a sonoridade, o ritmo etc. [Mas] década após década, o que se busca com essas composições é elevar a experiência do público. Emocionar pelo excesso [...]”.²⁰⁷

²⁰⁵ **N.A.:** MTV é a sigla do canal de televisão *Music Television*, inaugurado em 1982 nos EUA.

²⁰⁶ SMITH. Op. Cit., p. 22.

²⁰⁷ BERCHMANS. Op. Cit., p. 27.

CAPÍTULO II:

O CINEMA DOS ANOS 1980 NOS EUA: O MERCADO, A PROMESSA DE PROGRESSO E ALGUMAS INFLUÊNCIAS ESTÉTICAS.

2.1 A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA: TEMPOS DE TRANSFORMAÇÃO.

2.1.1 Comunicação, tecnologia e negócios

A relação entre o cinema e seus espectadores sofreu significativas transformações no início da segunda metade do século XX, oriundas não apenas de fatores econômicos, de novas tecnologias ou de processos mercadológicos, mas também da relação que a sociedade norte-americana passou a ter com os produtos midiáticos a partir dos sentidos que eles passavam cada vez mais a adquirir naquele contexto.

Ainda não recuperado do baque representado pelo fim do *sistema* de estúdios,²⁰⁸ a indústria cinematográfica vivia um momento delicado, onde havia o movimento de buscar alternativas que garantissem mais espectadores e boas bilheterias. Fernando Mascarello, na obra *História do Cinema Mundial*, identifica esta movimentação como uma reconfiguração de seu estado de ser, ou ainda, como uma resposta ao novo cenário gerada, por exemplo, pela televisão que se colocava como uma alternativa real de consumo midiático e pelo crescimento do interesse pelo público mais jovem. Tais questões estas que podem ser compreendidas da seguinte forma:

“Se na década de 1950, o cinema fora substituído pela TV como principal fonte de entretenimento nos EUA, na década de 1960, a própria ida ao cinema sofre profundas alterações, com destaque para dois efeitos do processo de *suburbanização* da classe média – a obsolescência das salas das grandes cidades e o estabelecimento do circuito do *drive-in* (que irão aprofundar o fenômeno da *juvenilização* das audiências) – e para a consolidação do espaço mercadológico do cinema de arte e ensaio”.²⁰⁹

²⁰⁸ **N.B.:** Termo utilizado para descrever o conjunto de fatos que marcou uma drástica mudança na indústria cinematográfica. Thomaz Schatz explica, na obra *O gênio do sistema* (1991, p. 18), se tratar dentre outros fatores, do “fim do cartel que anteriormente produzia um filme por semana para milhares de espectadores [...] [e da] infra-estrutura industrial, o sistema ‘integrado’ que não somente produzia e distribuía filmes, mas também administrava suas próprias cadeias de salas exibidoras.”

²⁰⁹ MASCARELLO, Fernando. “Cinema hollywoodiano contemporâneo”. In MASCARELLO, Fernando (org). *História do cinema mundial*. Campinas/SP: Papirus, 2006, p. 345.

Sabedora deste ambiente competitivo, a indústria cinematográfica tomou importantes decisões estratégicas, desde um maior controle sobre custos e financiamentos de suas produções – que, como visto anteriormente nesta dissertação, teve reflexos diretos em filmes do gênero musical – até a percepção de que as mudanças necessárias faziam parte de um contexto mais amplo, por inserirem progressivamente a “[...] reestruturação econômica e estética *hollywoodiana*, no horizonte do novo cenário midiático internacional”,²¹⁰ que se apresentava sob a forma de novas tecnologias, da economia de mercado vigente à época e de padrões estéticos que acompanhavam o comportamento dos espectadores, também compreendidos como consumidores.

O processo de revisão das práticas de produção pela indústria cinematográfica foi iniciado nos anos 1950 com os filmes denominados por *roadshows*, que se tornaram uma aposta certa a partir de um conjunto de fatores estratégicos: (1) direcionamento para uma maior distribuição, o que incluía, por exemplo, em determinadas localidades, a reserva antecipada de espaço nas salas de exibição; (2) foco preferencial em gêneros com maior potencial de bilheteria, como épicos e musicais; e (3) ser uma resposta à concorrência exercida pela televisão, valorizando a experiência que somente o cinema poderia gerar em sua plenitude, como o envolvimento pela suntuosidade e a sensação de espetáculo. Talvez resida aqui a explicação para a escolha dos gêneros épico e musical e de formas técnicas de exibição que exploravam o tamanho da tela e a intensidade das cores, valorizados como elementos de marketing, com abordagens em favor do cinema como “maior, mais grandioso e mais espetacular que a televisão”.²¹¹

Entretanto, no início dos anos 1960, o processo de revisão das práticas de produção foi intensificado quando os *roadshows* começaram a não apresentar mais os resultados esperados pelos estúdios. Além disto, havia a questão do alto custo de produção de filmes épicos e musicais, discutível diante do contexto financeiro vivido pelo setor, resultando na redução do número de lançamentos naquela década. Como conseqüência, o esforço da indústria cinematográfica no sentido de buscar soluções, não mais encontradas nos modelos de filmes dos anos 1950, propiciou também um “rico período da história do cinema americano [uma vez que,] de várias

²¹⁰ MASCARELLO. Op. Cit., p. 335.

²¹¹ WYATT, Justin. *High Concept – movies and marketing in Hollywood*. Texas/USA: University of Texas Press, 2006, p. 71.

formas, o período de 1969 a 1975 é reconhecido como uma época de grande experimentação em termos de prática industrial, tipos de filmes e de conteúdos”.²¹² Posteriormente, sem os resultados esperados e com o próprio esgotamento deste período experimental em maior escala, novamente o foco dos estúdios voltou-se para as grandes bilheterias, desta feita sem ênfase em gêneros específicos, considerando que “em meados dos anos 1970, o *roadshow* se [transformou] em *blockbusters*,”²¹³ ou seja, em filmes com larga distribuição e alta potencialidade de bilheteria, cada vez mais amparados por um aparato de marketing capaz de corresponder à expectativa de resultados de um megassucesso projetado, ao contrário do antigo sucesso ocasional da Hollywood clássica.

Conceitualmente, trata-se de uma das decisões capitulares da indústria cinematográfica: a “reconfiguração estética e mercadológica do *blockbuster* a partir de 1975, no contexto da integração horizontal dos grandes estúdios aos demais segmentos da indústria midiática e de entretenimento”,²¹⁴ o que, em termos de produção, compreende-se

“[...] pelo abandono progressivo da pujança narrativa típica do filme *hollywoodiano* até meados de 1960, e também por assumir a posição de carro-chefe absoluto de uma indústria fortemente integrada, daí em diante, à cadeia maior da produção e do consumo midiáticos (cinema, TV, vídeo, jogos eletrônicos, parques temáticos, brinquedos etc.)”.²¹⁵

Não apenas Fernando Mascarello, mas também autores como Justin Wyatt e Jeff Smith referenciam o período pós-1975 a partir dos filmes *Tubarão*,²¹⁶ *Guerra nas Estrelas*²¹⁷ e *Embalos de sábado à noite*, posto que eles introduziram “um sem-número de elementos [...] [que pautaram a nova] estratégia econômica de Hollywood”,²¹⁸ calcada em fatores como segmentação, poder de escolha do público mais jovem, estratégias de lançamento de filmes que combinam publicidade e

²¹² WYATT. Op. Cit., p. 72.

²¹³ Idem. P. 77.

²¹⁴ MASCARELLO. Op. Cit., p. 335.

²¹⁵ Idem. P. 336.

²¹⁶ Título original: *Jaws*. Direção de Steven Spielberg. EUA, 1975.

²¹⁷ Título original: *Star Wars*. Direção de George Lucas. EUA, 1977.

²¹⁸ MASCARELLO. Op. Cit., p. 346.

distribuição massiva. Para melhor entender o impacto e a importância destes filmes icônicos, Mascarello pontua que

“[...] *Tubarão* [inaugurou] com seminal sucesso a lógica de lançamento e publicidade por saturação – estréia simultânea em 409 salas (ainda modesta para os padrões atuais) somada a intensa campanha de TV – que, tem por objetivo, transformar o filme em evento nacional. Os *Embalos de sábado à noite*, por sua vez, [revelou] as imensas possibilidades de aproximação mercadológica entre as indústrias do cinema, até ali pouco exploradas – além de romper, com John Travolta, a barreira histórica entre os mercados de atuação para cinema e TV. Por fim, *Guerra nas estrelas* [constituiu] o primeiro (e maior até hoje) exemplo do chamado negócios conexos – intimamente associada, é claro, à prática (deflagrada pelo filme) das reprises e seqüências.”²¹⁹

Torna-se, pois, fundamental sublinhar que, em um curto espaço de tempo, estes filmes tiveram um papel particular na construção de uma nova maneira de se conceber filmes, na exploração de suas potencialidades – mercadologicamente falando – e na pavimentação de relações que se consolidariam na década seguinte em filmes definidos como *high concept* – que serão analisados mais adiante neste capítulo.

Em termos históricos, trata-se do momento em que as estratégias de marketing adotadas pelos estúdios encontram outra orientação comercial: a diversificação e a possibilidade de maior lucratividade através de produtos midiáticos integrados. Jeff Smith, em seu livro *The sounds of commerce*, exemplifica o fenômeno gerado pelo filme *Os embalos de sábado à noite*, a partir das premissas desta diversificação – em particular, através da sua trilha sonora, a qual considera um modelo de promoção que perdura até hoje:

“Em setembro de 1977, um *trailer* de trinta segundos apresentando [a canção] *Staying Alive* e o inimitável caminhar de John Travolta foi exibido em mais de 1.500 salas de cinema. Dois meses mais tarde [...] [foi capitalizado em um *trailer* mais longo, três músicas *singles* do filme e] o sucesso de *How deep is your love* – que funcionava como propaganda do filme, do álbum e dos três *singles*. [...] O álbum da trilha sonora vendeu cerca de 850 mil unidades antes do filme ser

²¹⁹ MASCARELLO. Op. Cit., p. 346.

lançado em meados de dezembro e chegou a mais de 20 milhões de cópias em todo o mundo”.²²⁰

Por sua vez, Justin Wyatt aponta *Grease – Nos tempos da brilhantina* como um dos exemplos significativos de associação e de inter-relação entre ações mercadológicas e mídias de um filme, inseridos neste modelo de produção voltada para o aspecto comercial, enfatizando a importância da imagem gerada pelo e para o filme, construída a partir de sua logomarca:

“Um pequeno carro contendo a palavra ‘*Grease*’ escrita em um estilo que remete a algo fluido, como brilhantina. O logo serviu para identificar visualmente o filme em grande escala desde que os profissionais de marketing usaram-no consistentemente em todas as possíveis oportunidades. Todo este aparato de marketing permitiu um grande lançamento, à época, com 902 salas de cinema e um bem sucedido final de semana de estréia, que gerou US\$ 9,31 milhões [perfazendo ao longo do verão] para a Paramount cerca de US\$ 496.3 milhões”.²²¹

Movimentos e resultados como estes sinalizaram um caminho corporativo de importante desdobramento mercadológico, o qual propunha a “coordenação de várias linhas de negócios compatíveis, para potencializar o faturamento”,²²² denominado, na terminologia específica do setor, como sinergia. Portanto, a diversificação e a sinergia apontavam para o ganho em escala, capitalizado por empresas com interesses comuns, com produtos diferenciados e derivados de um mesmo filme, compreendendo, por exemplo, que “um álbum de trilha sonora de sucesso pode reduzir os custos de produção de um filme mal sucedido, e vice-versa”,²²³ assim como estrategicamente, pode gerar outras inúmeras fontes de receitas. Estava, pois, aberto o espaço para que a diversificação de interesses ultrapassasse os limites da empresa em si para se consolidar através da junção de empresas e objetivos que tiveram reflexos diretos na forma de se conceber filmes a partir dos anos 1980.

²²⁰ SMITH. Op. Cit., p. 197.

²²¹ WYATT. Op. Cit., p. 4.

²²² THOMPSON & BORDWELL. Op. Cit., p. 682.

²²³ SMITH. Op. Cit., p. 188.

2.1.2 O cinema e a formação dos conglomerados multimidiáticos

Os Estados Unidos dos anos 1980 viviam os ventos do liberalismo da era Reagan. As bases promissoras deste momento histórico – por exemplo, através das movimentações oriundas do mercado de capitais, fusões e aquisições, além de outros aspectos macroeconômicos – quando analisadas sob a ótica da indústria cinematográfica, também podem ser compreendidas como uma etapa de um processo que fora iniciado antes, desde a derrocada do *sistema de estúdios* – iniciada em 1948, que representou o fim da integração vertical promovida a partir de um filme – e da busca de alternativas que garantissem resultados financeiros aos estúdios para compensar as perdas decorrentes das mudanças na distribuição dos filmes e para retomar sua competitividade frente a desafios como a televisão.

Observa-se, pois, que “durante os anos 1960, os grandes estúdios ou *majors* foram alvo de uma primeira onda de fusões e aquisições”,²²⁴ reiterando a sua “perda de poder [...] como agentes econômicos autônomos”.²²⁵ Em termos financeiros, não se trataram de fusões hostis, devido ao seu foco preferencial residir na “diversificação dos riscos para os conglomerados através do aumento de seu capital de base”²²⁶ Esta política, em alguns casos, sugeria relações de interesses específicos como, por exemplo, no caso de alguns estúdios que foram alvos “atraentes para os conglomerados, primeiramente por seu acervo filmográfico, que poderia ser explorado na televisão”.²²⁷ Aliás, vale ressaltar que este tipo de interesse já moldava as bases para a sinergia que marcou aquele momento. Entretanto, o processo de conglomeração também adquiriu, em determinadas situações, contornos inesperados e adversos, quando “[jogou os] estúdios lado a lado com empresas de setores tão díspares como locação de automóveis e construção”,²²⁸ o que, se financeiramente representou alguma forma de estabilidade, tecnicamente não evidenciou favorecimentos ou ampliações justificadas por afinidades de interesses, pois, afinal, tratava-se apenas de negócios.

Por sua vez, o fenômeno da sinergia também foi resultante de um processo que evoluiu em proporções e potencialidades, da “complementaridade cinema/TV

²²⁴ MASCARELLO. Op. Cit., p. 338.

²²⁵ WYATT. Op. Cit., p. 69.

²²⁶ Idem.

²²⁷ Ibidem.

²²⁸ MASCARELLO. Op. Cit., p. 348.

pré-1970, advento do *blockbuster* [...] no pós-1975 e integração horizontal entre produção e mercados secundários de vídeo e cabo no princípio dos anos 1980”.²²⁹ O caminho sinérgico tornou-se aliado e justificativa para a primeira onda de fusões e aquisições, que tanto podiam ser fruto do interesse da indústria cinematográfica – para defender seu território e garantir resultados financeiros, especialmente frente à crescente ameaça gerada pela televisão – como do interesse de empresas sem relação direta com a comunicação, mas que acreditavam na diversificação para maximizar seus lucros e tinham capacidade para investir.

Já a segunda onda de fusões e aquisições, que caracterizou os anos 1980, foi precedida por um enxugamento das estruturas geradas pela primeira onda, quando os grupos se desfazem de partes de suas empresas ou se reagrupam buscando um ajuste mais específico às próprias expectativas do mercado de capitais daquela década – no sentido, por exemplo, de grupos mais afinados e complementares em interesses ou estruturas menos pesadas. Esta nova movimentação, que resultará em “menor diversificação [...] que nos anos 1960”,²³⁰ igualmente será o impulsionador da formação dos “grandes impérios do entretenimento atuais: Seagram-MCA-Universal, Time Warner-AOL, Paramount Communications, Sony-Columbia etc., a maioria com ramificações e interesses globalizados em quase todas as áreas da indústria da mídia”,²³¹ inclusive em mercados complementares “como turismo, produção de brinquedos, produção para TV e lançamento de músicas”.²³²

Inseridos neste cenário, a posição dos grandes estúdios mudou. Eles não eram mais o centro de um mercado, mas parte integrante e muito importante de um todo, bem mais amplo. Ressalta-se que, sob o prisma da gestão mercadológica, não se tratava especificamente de cinema, mas de entretenimento. O seu produto – um filme – era, sim, importante enquanto filme, mas, e principalmente, enquanto multiplicador de lucros através de outros produtos gerados pelas demais empresas que compunham o mesmo conglomerado – que abarcavam

“[...] redes de TV aberta e fechada, cadeias de venda e locação de vídeo, gravadoras, empresas jornalísticas, editoras, [...] e fabricantes de jogos eletrônicos, entre outros. Esses diferentes meios e mercados [operavam] em intensa ‘sinergia’ [porque] se reforçam e

²²⁹ MASCARELLO. Op. Cit., p. 348.

²³⁰ SMITH. Op. Cit., p. 191.

²³¹ MASCARELLO. Op. Cit., p. 348.

²³² SMITH. Op. Cit., p. 191.

retroalimentam em termos de marketing, multiplicam os espaços (janelas) de venda ou exibição [...] como anteparos econômicos mútuos para o caso de fracassos pontuais de seus produtos”.²³³

Toda esta reconfiguração da indústria cinematográfica, então, parte integrante de conglomerados de entretenimento, também foi potencializada com as tecnologias que permitiam – algumas desde a década de 1970 – a maior difusão e ampliação de alcance das mídias e dos produtos gerados pela própria indústria – como, por exemplo, a TV a cabo ou por satélite, o videocassete (VHS), o *compact disc* (CD) e o videoclipe.

Todavia, algumas destas inovações não foram recebidas tranquilamente pelos estúdios. “Em um primeiro momento, Hollywood suspeitava do videocassete. Se as pessoas pudessem gravar seus filmes da televisão, será que elas não ficariam em casa ao invés de sair e assistir a novos filmes?”²³⁴ Ou pior, será que o aluguel de filmes não seria mais interessante por custar menos do que uma família pagaria para ir ao cinema? Questões como estas levaram, em 1976, os estúdios MCA e Disney a tentar impedir a venda de aparelhos de videocassete através de uma ação legal – vencida pelos fabricantes. Com o tempo, “tal como as vendas de filmes para emissoras de TV se comprovaram uma inesperada bênção nas décadas de 1950 e 1960”,²³⁵ os videocassetes foram compreendidos como uma forma de lucro. Não demorou muito e “os estúdios [criaram] divisões para produzir e distribuir vídeos”.²³⁶

Para se ter a dimensão da importância destas tecnologias, e da rapidez com que mudaram referências e paradigmas comerciais, o CD – desenvolvido conjuntamente pela Philips e pela Sony, apresentado ao mercado em 1981 e oficialmente lançado em 1982 –

“[...] tomou gradualmente o lugar do disco de vinil como formato predominante da indústria [fonográfica]. Em 1986, os CDs venderam somente 50 milhões de unidades, um número relativamente pequeno comparado com os 350 milhões de fitas cassetes e 110 milhões de discos de vinil comercializados então. Entretanto, em 1989, seus números de venda alcançaram cerca de 200 milhões de unidades [...]

²³³ MASCARELLO. Op. Cit., p. 338.

²³⁴ THOMPSON & BORDWELL. Op. Cit., p. 680.

²³⁵ Idem.

²³⁶ Ibidem.

e em 1993 ultrapassaram todos os demais formatos com quase 500 milhões de unidades vendidas..²³⁷

Enquanto os CDs se transformavam no novo formato de mídia fonográfica, outra estratégia impulsionou a venda dos produtos musicais: o videoclipe. Tratava-se de expor a música fora de seu ambiente natural, ou seja, os aparelhos sonoros e, assim, ampliar seu alcance e estímulo comercial. E a televisão era notadamente o alvo, considerando seu já alto poder de inserção domiciliar. O sucesso desta empreitada foi referendado através da criação de um canal de TV exclusivo de música, a MTV. Por sua vez, a indústria cinematográfica “rapidamente reconheceu as vantagens promocionais possibilitadas do então chamado *trailer musical*”,²³⁸ considerando que “através de divulgação de referências de um filme, os videoclipes estabeleceriam uma conexão natural entre o filme e a música”,²³⁹ gerando tanto uma nova forma de entretenimento como um estímulo para ver o filme e comprar o disco. Cabe ressaltar que “enquanto os produtores de filmes e os distribuidores continuavam a ser as ‘jóias da coroa’ dos conglomerados de entretenimento, a indústria musical emergira como o mais lucrativo segmento do mercado midiático”.²⁴⁰

Retomando a questão da integração e da sinergia, os anos 1980 concretizaram amplas oportunidades a partir da oferta de mais alternativas de entretenimento e de negócios para os conglomerados de comunicação, profundamente inter-relacionados e estrategicamente interdependentes:

“A integração de *hardwares* e *softwares* não apenas reduziram os riscos financeiros, mas também criaram diversas possibilidades de lucros a partir de uma única propriedade intelectual. [...] Por exemplo, *Sleepless in Seattle* foi financiado pela Tri-Star Pictures, da Sony, distribuído pela Sony Pictures Corporation e, por fim, em algumas áreas do país [– Estados Unidos –], exibido em cinemas da Sony. Depois de completar seu circuito de exibição, o filme foi subsequenteiramente distribuído pela Tri-Star Home Video, onde pôde ser exibido através de um aparelho de videocassete Sony ou de um televisor Sony. O filme também gerou uma trilha sonora de sucesso para a Eppic Soundtrax, subsidiária da CBS Records [da Sony], que

²³⁷ SMITH. Op. Cit., p. 200.

²³⁸ Idem.

²³⁹ Ibidem.

²⁴⁰ Idem. P. 186.

poderá ser executada em um toca-fitas ou *CD player* da marca Sony”.²⁴¹

Esta significativa movimentação marcou, a partir de então, a relação do cinema com os demais instrumentos midiáticos e com o caráter corporativo da indústria cinematográfica, que transcendeu a mera divulgação para ser uma forma de pensar e produzir o próprio filme, como parte de um sistema muito mais amplo e profundo – e que está relacionado diretamente com outro fenômeno daquela época, o filme *high concept*. Definitivamente, tratou-se de um momento novo, rico em oportunidades, mas com um aprendizado a ser realizado, até para que o objetivo destas mudanças se cumprisse, ou seja, a potencialização de um produto midiático, explorado em todas as suas possibilidades.

2.1.3 *High concept* – a produção cinematográfica orientada para o mercado e para o lucro

O foco comercial perseguido arduamente pelos estúdios a partir dos anos 1970 teve, como uma de suas primeiras conseqüências, o filme *blockbuster*, ou seja, uma produção voltada à alta bilheteria e amparada por um esquema de marketing, capaz de vender produtos derivados do filme, como a trilha sonora, cópias em vídeo, direitos autorais, licenciamento de marca, *merchandising*, dentre outros. E é através da experiência com a produção de *blockbusters* – e com a disponibilização de fatores tecnológicos, estéticos e comportamentais, além da configuração contextual dos conglomerados de comunicação – que alguns produtores passaram, nos anos 1980, a focar no que pode ser considerado como uma orientação para que os filmes cumprissem as expectativas mercadológicas da indústria cinematográfica: o *high concept*.

O filme *high concept* mantinha “laços fortes com o marketing”,²⁴² ou, como na visão de Thompson & Bordwell, tratava-se do “marketing comandando a produção dos filmes”.²⁴³ Isto porque a influência desta orientação no fazer filmes não se restringia ao roteiro ou ao gênero capazes de gerar altas bilheterias, mas a detalhes que facilitariam o “provimento dos ícones, das imagens e descrições telegráficas da

²⁴¹ SMITH. Op. Cit., p. 192.

²⁴² WYATT. Op. Cit., p. 65.

²⁴³ THOMPSON & BORDWELL. Op. Cit., p. 684.

trama, utilizados não só como ganchos de marketing nas diversas mídias, mas, também, para a criação de produtos conexos”.²⁴⁴

Assim, o sentido de sinergia quando inserido nesta estrutura de produção, mais que um alinhamento a partir de um filme, tratava do pensar na origem do projeto em como gerar intencionalmente maior penetração, familiaridade estética e temática, considerando, inclusive, intervenções na própria obra, para o atingimento de resultados através de produtos que fossem desenvolvidos e comercializados a partir do mesmo filme, uma vez que

“[...] o que distingue o filme *high concept* é sua perfeita adequação estética ao cenário econômico-mercadológico atual. Embora não seja necessariamente um *blockbuster* (e vice-e-versa: nem todo *blockbuster* é um *high concept*), ajusta-se prontamente à idéia da extraordinária concentração de recursos num único filme. E isso se dá, precisamente, porque sua conformação estética o habilita a explorar com desenvoltura as possibilidades sinérgicas (de marketing e vendas) do mercado multimidiático contemporâneo”.²⁴⁵

Em outras palavras, a idéia residia em pensar a obra a partir de seu potencial midiático, onde a espetacularização e a fragmentação planejada dos elementos da narrativa do filme permitiam tanto o alinhamento com a experiência dos espectadores como o aproveitamento destas partes para vender produtos derivados do filme. A orientação mercadológica e financeira do filme em âmbito multimidiático, marcadamente pós-1975, trouxe consigo a interpretação de uma “ruptura com a velha Hollywood e o cinema *hollywoodiano* clássico [...] [que tinha] como motivação uma pressão inédita, tanto quantitativa quanto qualitativamente, do econômico sobre o estético”.²⁴⁶

A partir de um enredo simples, envolvente e permeável a uma larga parcela de espectadores, o estilo *high concept* se manifestava através de alguns elementos essenciais: “a aparência visual, a *performance* das estrelas – ou, como Wyatt denomina, atuação excessiva –, a música, o personagem e o gênero cinematográfico”.²⁴⁷ Vale ressaltar que os filmes não apresentavam, necessariamente, todos estes elementos juntos, ficando a decisão pelo conjunto que

²⁴⁴ MASCARELLO. Op. Cit., p. 338.

²⁴⁵ Idem. P. 349.

²⁴⁶ Idem. P. 337.

²⁴⁷ MASCARELLO. Op. Cit., p. 350.

melhor representasse o “seu estilo particular [integrado] às ações de marketing,”²⁴⁸ além das expectativas de resultados pelos estúdios e do público para o qual o filme estava direcionado.

Por sua vez, são estes elementos característicos do filme *high concept* que estabeleceram referenciais específicos de parte da produção filmográfica dos anos 1980 e das décadas posteriores. Por exemplo, a iluminação resgata a “contraluz, o esquema de cores mínimo, tendendo ao preto e branco, e uma cenografia *high tech* derivada do cenário industrial contemporâneo”,²⁴⁹ como encontrado nos filmes *Fama* e *Nove semanas e meia de amor*, ou como nos “apartamentos refrescados pelo néon e os armazéns revitalizados para jovens lares *yuppies*”²⁵⁰ no filme *O primeiro ano do resto de nossas vidas*.²⁵¹ Por sua vez, a atuação dos astros *hollywoodianos* “procura maximizar sua condição de estrelas, distinguindo-se pela interpretação ostentatória”,²⁵² como aconteceu com Jack Nicholson e sua interpretação do personagem Coringa no filme *Batman*.²⁵³

O terceiro elemento característico é a música, “talvez o mais significativo em termos do marketing e dos negócios conexos, em virtude da *juvenilização* do público no circuito primário de exibição”.²⁵⁴ Ressalta-se que, antes dos filmes *high concept* era possível encontrar “diferentes formas de integração entre música e filme”.²⁵⁵ Em *A primeira noite de um homem*,²⁵⁶ a trilha sonora de Simon & Garfunkel “não apenas [comentava] a ação, mas também [a indicava] através de sugestivas interpretações das imagens [...] [onde as canções foram usadas também] para desenvolver a narrativa e a percepção dos espectadores”.²⁵⁷ Por outro lado, em *Loucuras de Verão*, quarenta e uma canções de rock “[criaram] o sentido de verossimilhança, e ainda que as canções [parecessem] bastante separadas da narrativa, [tornaram-se] principalmente uma âncora de um período histórico específico”.²⁵⁸ Por outro lado, os filmes *high concept* continham “verdadeiras ‘explosões musicais’ momentâneas,

²⁴⁸ Idem.

²⁴⁹ Ibidem.

²⁵⁰ WYATT. Op. Cit., p. 30.

²⁵¹ Título original: *St. Elmo's Fire*. Direção de Joel Schumacher. EUA, 1985.

²⁵² MASCARELLO. Op. Cit., p. 351.

²⁵³ Título original: *Batman*. Direção de Tim Burton. EUA, 1989.

²⁵⁴ MASCARELLO. Op. Cit., p. 351.

²⁵⁵ WYATT. Op. Cit., p. 39.

²⁵⁶ Título original: *The graduate*. Direção de Mike Nichols. EUA, 1967.

²⁵⁷ WYATT. Op. Cit., p. 40.

²⁵⁸ WYATT. Op. Cit., p. 40.

diretamente relacionadas à estética videoclipe”²⁵⁹ e ao potencial mercadológico da trilha sonora, integrada ao conceito do filme, que também traduzia outros elementos como o estilo, além de reforçar elementos de ligação entre cenas. Desta forma, na estruturação do filme *high concept*, o aspecto comercial da música ficava evidente, fosse por seu papel de impulsionador do enredo – este que poderia incluir cenas justificadas exclusivamente para a exibição das canções –, como produto a ser comercializado separadamente ou como instrumento de divulgação. *Os Embalos de sábado continuam*,²⁶⁰ *Purple Rain*,²⁶¹ *Flashdance* e *Footloose* são exemplos de filmes *high concept* direcionados pela música.

O quarto elemento estilístico, os personagens, trazia em si uma fórmula que potencializava a aceitação do filme em larga escala: “tipos definidos por um número mínimo de atributos, com destaque para a aparência física”,²⁶² o que era feito, então, de forma mais acentuada, como o personagem John, interpretado por Mickey Rourke em *Nove semanas e meia de amor*, por exemplo, um *yuppie* charmoso e enigmático, de quem nada se sabe além do que é demonstrado ostensivamente na tela através de seu comportamento e de seus bens – como, por exemplo, uma foto dentro de uma gaveta mostra uma mulher com ele, sem que se explique se ela faz parte do seu presente ou do seu passado.

Por fim, o quinto elemento, o gênero cinematográfico, não mais se colocava como uma representação de um conjunto de características comuns, capazes de gerar identificação com determinado perfil de espectadores. Devido a seu direcionamento mercadológico, preferencialmente mais amplo na capacidade de gerar lucros, a limitação não seria lógica frente a esta expectativa. Logo, os filmes *high concept*, por vezes, emprestaram elementos constitutivos de outros gêneros distintos como forma de potencializar a identificação de espectadores de diferentes gêneros em um mesmo filme, ampliando, assim, suas fronteiras. O filme *Ruas de fogo* é um “claro exemplo desta estratégia [...] [trabalhando com] personagens e convenções específicas de *westerns* e de filmes *noir*, em um proposital e vago mundo contemporâneo”.²⁶³

²⁵⁹ MASCARELLO. Op. Cit., p. 351.

²⁶⁰ Título original: *Staying Alive*. Direção de Sylvester Stallone. EUA, 1983.

²⁶¹ Título sem tradução no Brasil. Título original: *Purple Rain*. Direção de Albert Magnoli. EUA, 1984.

²⁶² MASCARELLO. Op. Cit., p. 352.

²⁶³ WYATT. Op. Cit., p. 55.

É interessante observar que, se por um lado, a orientação mercadológica dos filmes *high concept* consideravam fortemente estratégias de marketing e de divulgação publicitária como alavancas para os resultados que geravam, por outro, os próprios elementos da estética publicitária eram adotados por eles como forma de referencialização com o momento e com o contexto sócio-econômico dos anos 1980 – quando a propaganda também se apresentava como uma representação de um modo de viver, “em boa parte assimilada à estética publicitária (que transforma ‘visões cotidianas banais’ num espetáculo ‘impactante’), [...] a aparência *high concept* também [objetivava] a criação de uma identidade consistente para o filme produto”.²⁶⁴ Além disto, música, estilo videoclipe, fragmentação da narrativa e recursos técnicos – edição e montagem –, por exemplo – aproximaram estes filmes da estética publicitária. “As qualidades da imagem da propaganda – a perfeição física, que serve para vender tanto um produto como um estilo de vida – [estavam alinhadas] ao estilo dos filmes *high concept*”,²⁶⁵ onde está inserido o fator social, “uma abordagem para a vida ou um modo de viver [...] os quais, quando não se colocavam como questões utópicas, certamente refletiam algo superior, como o estilo de vida prometido em muitos anúncios”.²⁶⁶ Inseria-se, aqui, de forma contundente e implícita, a promessa de progresso, de evolução, de sucesso através da referencialização oferecida pelo consumo e da respectiva identificação com grupos sociais, espelhada na “percepção do mundo e [na] percepção de si mesmo”,²⁶⁷ que, por sua vez, é parte da essência da propaganda. Portanto, é evidente que “a conexão entre o estilo dos filmes e o estilo da propaganda não [podia ser considerada uma] coincidência”.²⁶⁸

Comprova-se, assim, que a reconfiguração do mercado de entretenimento em grandes conglomerados, com foco na obtenção da lucratividade horizontalizada, concretizou na década de 1980 a orientação mercadológica na produção de filmes – como exemplificado pela configuração *high concept* e pelos produtos derivados e planejados simultaneamente para obterem vida independente e gerarem resultados financeiros. E que, com isto, novas relações entre representações midiáticas, a

²⁶⁴ MASCARELLO. Op. Cit., p. 351.

²⁶⁵ WYATT. Op. Cit., p. 26.

²⁶⁶ Idem. P. 25.

²⁶⁷ ROCHA, Rose de Melo. “Imagens que encantam, mas também podem aterrorizar: cultura da visualidade e discurso pós-moderno.” In *Revista da ESPM*, Volume 14, ano 13, edição nº 4. São Paulo: Editora Referência, julho/agosto de 2007, p. 100.

²⁶⁸ WYATT. Op. Cit., p. 26.

exploração do aspecto comportamental dos espectadores e o alinhamento de filmes a referências externas ao cinema tornaram-se fontes de análise importantes para a compreensão dos rumos tomados pela indústria cinematográfica a partir de então. Com especial importância para o gênero musical, a partir das seguintes premissas relacionadas diretamente à música, um de seus elementos constitutivos, com a capacidade de fazer emergirem sentidos que se alinhavam às expectativas dos estúdios: a visualidade requintada era influenciada pela estética videoclipe; a explosão musical destacava o valor inestimável da música; e a *juvenilização* dos espectadores aproximava o recurso da explosão musical do filme musical para um público que poderia não ser, necessariamente, o mais interessado no gênero. Algumas destas características vigoram até hoje, ainda que com outra roupagem, “ajustadas ao tempo” ²⁶⁹ e como resposta estética contextualizada, para garantir “filmes mais populares e comercialmente orientados”.²⁷⁰ Onde a sintonia com seu tempo – e as respectivas influências temáticas, estéticas e técnicas – é fonte importante para a elaboração deste tipo de estratégia pela indústria cinematográfica, tal como aconteceu nos anos 1980.

²⁶⁹ WYATT. Op. Cit., p. 202.

²⁷⁰ Ibidem.

2.2 INFLUÊNCIAS ESTILÍSTICAS E CONCEITUAIS NA PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NORTE-AMERICANA NOS ANOS 1980.

2.2.1 O cinema e a idéia de progresso pessoal.

O cinema adentrou no ambiente da Modernidade com a possibilidade de registrar e de reproduzir a vida de uma forma mais contemporânea que a fotografia ou a pintura – estáticas, sem a convulsão do movimento que já marcava a vida nas maiores cidades de então – e oferecendo uma dimensão mais ampla para o conhecimento. “Surgia uma nova percepção do mundo [...] transformada em percepção visual com o auxílio direto do cinema, única mídia capaz de reproduzir a sensação de velocidade”,²⁷¹ o que o fez representar sensorialmente a concretude das inovações na transição dos séculos XIX e XX.

A trajetória do cinema rumo à massificação traz em sua narrativa uma estratégia que falou fundo nos corações e nas mentes de seus espectadores e que também foi oportuna para tantos que buscaram o que a Modernidade oferecia, ou seja, a possibilidade de evolução e melhoria em suas vidas: a promessa de progresso pessoal atrelado ao progresso social, econômico e tecnológico. Através do cinema, esta promessa criou uma identificação mais profunda e agiu como forma de reconhecimento dos desejos e expectativas do espectador, com sentidos específicos para cada tempo, local e grupo social, posto que “já tendo o indivíduo uma concepção de si próprio como sujeito, ele é capaz de reconhecê-la em uma representação”.²⁷² Esta possibilidade interagiu com o pensamento racional, vigente àquela época: a lógica cartesiana seria o local do reconhecimento – penso, quero, posso, sou, por exemplo – e onde aconteceria a associação do sujeito com a mensagem do filme. E até hoje ainda permanece como modo, caminho e forma.

A idéia de progresso no cinema tem como premissa a possibilidade de assumir contornos e formas diferentes. Cabe, pois, ressaltar que ela adquire sentido na narrativa, por exemplo, quando suporta uma ação de superar dificuldades no campo individual ou coletivo, uma atitude de conquistar ou um processo de

²⁷¹COSTA, Flávia Cesarino. *O primeiro cinema – espetáculo, narração e domesticação*. Rio de Janeiro: Azougue, 2005, p. 59.

²⁷²BORDWELL. Op. Cit., p. 33.

crescimento espiritual, afetivo, profissional, social ou financeiro. Em outras palavras, ela se insere em fatos como, por exemplo, vencer os apaches na ocupação do Oeste norte-americano, casar-se com um milionário, freqüentar lugares luxuosos como as casas noturnas *El Morocco* e *Copacabana*, fazer viagens exóticas para a África ou para o Brasil, adquirir bens de consumo como automóveis conversíveis ou encantadoras decorações de casa, amar e ser retribuído neste afeto, entrar na universidade, articular uma política vencedora, experimentar o bem estar, vencer adversidades como Carlitos fazia ou questionar o *status quo*.

Por exemplo, no filme *O nascimento de uma nação*,²⁷³ D. W. Griffith apresenta uma peculiar idéia de progresso para aquela nação e também para duas famílias durante a Guerra de Secessão. No aspecto de estruturação dos personagens, o progresso se apresenta na atitude que os faz perseverar, ainda que nas adversidades: superam a guerra, perdas, perigos e têm um final digno porque acreditam que estão construindo algo melhor, amparados por valores associados possivelmente a um caminho para a evolução, exemplificados pela atitude, devoção e honra.

Efetuar uma reflexão sobre representações de progresso no cinema passa, necessariamente, pela obra de Charles Chaplin. De origem muito humilde e conturbada – pobre, com pai alcoólatra que abandonou a família e a mãe com problemas mentais –, o cineasta utilizou muito de sua vivência pessoal para criar seu mundialmente famoso personagem Carlitos. Ele mesmo fora “um pequeno vagabundo de nove anos que se esgueirava pelos muros de Kensington Road, vivendo, tal como escreve em suas Memórias, ‘nas camadas inferiores da sociedade’ ”.²⁷⁴ Em outras palavras, Chaplin se aproximava da massa, reduzindo a “grande diferença, não apenas cultural, mas biográfica, entre as pessoas que fazem os filmes e as que a eles assistem”.²⁷⁵ Esta sensibilidade e sua história estão presentes em uma das marcantes características de Carlitos que é a de que “tudo

²⁷³ Título original: *The birth of a nation*. Direção de D. W. Griffith. EUA, 1915.

N.A.: Adaptação do romance *The Clansman*, de autoria de Thomas Dixon. Filmado em 1914 e lançado nos EUA (Los Angeles) em 8 de fevereiro de 1915. Contou com um orçamento de US\$110,000 – exorbitante para aquela época. Este filme outorgou a D. W. Griffith a “paternidade” da narrativa clássica do cinema.

²⁷⁴ TRUFFAUT, François. “Prefácio”. In BAZIN, André. *Charlie Chaplin*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006, p. 09.

²⁷⁵ Idem. P. 08.

tem solução”.²⁷⁶ Por conhecer profundamente as mazelas humanas, Chaplin consegue, com seus filmes e *gags*, transmitir a esperança no indivíduo, que age como força motriz para o movimento de ir adiante, de solucionar problemas e de buscar melhores condições de vida. No filme *Em busca do ouro*,²⁷⁷ um oponente se transforma em seu sócio e o faz milionário por reconhecimento a sua amizade e esforços. Em *O garoto*,²⁷⁸ Carlitos e o menino terminam juntos, lado a lado em uma estrada deserta que os levará para um futuro com menos adversidades e onde o amor de um pelo outro será a base para sua sobrevivência. Todavia, também adotou em alguns de seus filmes a crítica ao modo como o ser humano se submetia à vida moderna, aos próprios impulsos e às suas ambições, assim esquecendo primordialmente de sua essência e do que é fundamental para sua felicidade. A contraposição se fazia na medida em que criticava a caracterização simbólica de sucesso e seu conseqüente efeito nefasto na sociedade, como no filme *A busca do ouro*, em que o alvo é a ganância desmedida que expõe o homem a riscos absurdos e ao seu próprio limite.²⁷⁹ Ou em *Tempos modernos*,²⁸⁰ que foca a mecanização e as relações advindas da industrialização – como “a ambientação, o controle interno e a desumanidade capitalista”²⁸¹ – e seu impacto sobre o homem. E que em *O grande ditador*,²⁸² são o imperialismo e a perda da humanidade.

Portanto, é correto afirmar que para Chaplin o progresso fundamental a ser representado é o da condição humana, do ser sobre o ter, da essência mais que a exteriorização, e fundamentalmente na questão da atitude, como André Bazin pondera ao analisar *Tempos modernos*: “embora Chaplin nele afirme claramente estar do lado do homem, contra a sociedade e suas máquinas, essa afirmação não se situa no plano contingente da política ou da sociologia, mas apenas no da moral, e sempre por meio do estilo”.²⁸³ E que se configura também na conquista da liberdade, tantas vezes expressa através do pontapé para trás do personagem

²⁷⁶ BAZIN, André. *Charlie Chaplin*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006, p. 14.

N.A.: Charles Chaplin costumava dirigir seus próprios filmes, tais como os citados abaixo.

²⁷⁷ Título original: *The Golden Rush*. Lançado nos EUA em 1925.

²⁷⁸ Título original: *The Kid*. Lançado nos EUA em 1921.

²⁷⁹ Citações das cartelas iniciais do filme: “Durante a grande febre do ouro no Alaska, os homens vinham aos milhares de todas as partes do mundo, e ignoravam os sofrimentos que lhes aguardavam: o intenso frio, a falta de comida, caminhadas através de regiões cheias de gelo e neve [...]”.

²⁸⁰ Título original: *Modern Times*. Lançado nos EUA em 1936.

²⁸¹ BRILHARINO, Guido. *Clássicos do Cinema Mudo*. Uberaba/MG: Instituto Triangulino de Cultura, 2003, p. 141.

²⁸² Título original: *The great dictator*. Lançado nos EUA em 1940.

²⁸³ BAZIN. Op. Cit., p. 23.

Carlitos, que se tornou “capaz de exprimir mil nuances, desde a vingança despretensiosa até a expressão lépida do ‘enfim livre [...]’ ”.²⁸⁴

De modo menos questionador – pode-se dizer, até, apaziguador de espíritos humanos – a ostentação e o luxo concretizaram um auspicioso casamento com a música e a dança no gênero musical, fato que propiciou mais uma das importantes formas de representação de sucesso e progresso pessoal no cinema. O contexto gerado pela convulsão do *Big Crash*²⁸⁵ e pela *Grande Depressão* norte-americana – quando um “incontável número de trabalhadores perdeu seu emprego, bancos quebraram em nível recorde, fazendas foram abandonadas, a produção industrial declinou [...]”,²⁸⁶ seguido pelo *New Deal*²⁸⁷ do Presidente Franklin Roosevelt –, fez com que estes filmes “se [tornassem] o meio de entretenimento perfeito para aqueles tempos difíceis [e] desafiadores [...]”.²⁸⁸ Ainda que as dificuldades financeiras impossibilitassem parte da população em pagar para ir ao cinema, e que o preço do ingresso tenha sido reduzido de um dólar para 25 centavos de dólar em alguns locais de exibição, a mágica estabelecida pelos filmes associada ao “romantismo e a idealização fílmica desse período – que impregnaram o gênero [...] até fins da década de 1950”²⁸⁹ reuniram uma química extremamente oportuna para aqueles tempos. Mais que uma simples diversão, estabeleceram uma referência de vida que a maioria dos espectadores não podia ter acesso e com a qual sonhava – as sementes iniciais de um modelo estereotipado e idealizado de vida, cristalizado em viagens, itens de conforto, fraques e vestidos de baile.

Desta forma, estabeleceu-se uma relação peculiar entre a diversão e a projeção emocional dos espectadores, onde os elementos do filme representavam parte dos anseios e desejos pessoais do indivíduo. Cenários ricamente decorados, ambientes luxuosos, vestuário sofisticado, facilidade para realizar qualquer coisa – como voar para locais exóticos –, festas e romance tangibilizavam o clima de tranqüilidade que só podia ser vivenciado naquela sala de exibição. Oferecia-se, assim, a visualização de uma vida que havia de voltar a ser factível, tal como antes,

²⁸⁴ TRUFFAUT. Op. Cit., p. 19.

²⁸⁵ **N.A.:** Quebra da Bolsa de Valores de Wall Street, Nova York/EUA, em 29 de outubro de 1929.

²⁸⁶ THOMPSON & BORDWELL. Op. Cit., p. 191.

²⁸⁷ **N.A.:** Plano de recuperação dos Estados Unidos, implementado pela gestão do Presidente Franklin D. Roosevelt, após a quebra da Bolsa de Valores de Wall Street (Nova York), em outubro de 1929.

²⁸⁸ COHEN. Op. Cit., p. 15.

²⁸⁹ BRILHARINO, Guido. *O Filme Musical*. Uberaba/MG: Instituto Triangulino de Cultura, 2006, p. 11.

nos agitados anos 1920, ou, antes ainda, no início da Modernidade e sua lógica capitalista, na qual quem trabalhasse com afinco, poderia ter sucesso e melhores condições de vida.

Retomando a análise realizada nesta dissertação sobre o gênero musical, pode-se perceber que, nas primeiras décadas do século XX, estes filmes continham a idéia de progresso traduzida na configuração de conquistas materiais e da paz que esta estabilidade aferia aos indivíduos, funcionando “como escapismo à deprimente situação econômica, valendo de contraponto e derivativo ao que continha de momentaneamente amargo”²⁹⁰ e tinham emocionalmente o sentido balsâmico para almas cansadas pelas negativas oferecidas pela vida, que desapareciam no escuro e na fumaça dos cinemas por pouco mais de uma hora.

Neste gênero, determinados detalhes técnicos podiam assumir sentidos importantes. Por exemplo, números musicais grandiosos exigiram novos ângulos de câmeras no filme *Rua 42* – sua coreografia com grupos de coristas e de artistas era extremamente elaborada e sincronizada; adquiria contornos geométricos e, por vezes, uniformes. Estas tomadas, além da beleza e do apuro visual, da perfeição de formas e do equilíbrio, estimulavam através do seu caráter sensorial, o papel de agente tranqüilizador baseado na visualização da ordem, da simetria e da repetição. Cabe lembrar que, em 1935, a cineasta Leni Riefenstahl adotou a mesma estratégia visual no filme *O triunfo da vontade*,²⁹¹ baseada na ordem e simetria para garantir, a uma Alemanha deprimida, que um novo caminho de progresso estava por vir.

A personificação da elegância e do *glamour* através dos seus astros e estrelas teve importante papel na projeção individual dos espectadores. Duplas que, ao dançarem, suavizavam as dificuldades como quando deslizavam magistralmente em pistas de danças ou em inusitados sets. Beleza e confiança eram comprovados através de passos simultâneos e idênticos em *timing* e ritmo. O sonho transpunha a tela pelo som do sapateado, nas mãos dadas em saltos arriscados – onde o vestido e a gravata mantinham-se intactos – e nas locações exóticas ou sofisticadas. Assim, Fred Astaire e Ginger Rogers – dentre outros – prometiam a todos a possibilidade de conquistar aquele mundo idealizado, não dançando propriamente como eles, mas se deixando embalar, acreditar e fazer parte, ou melhor, fazendo a sua parte no mundo

²⁹⁰ BRILHARINO. *O Filme Musical*. Op. Cit., p. 11.

²⁹¹ Título original: *Triumph des Willens*. Direção de Leni Riefenstahl. Alemanha, 1936.

N.A.: Filme que documenta o Congresso Nacional Socialista Alemão, ocorrido em 1934.

exterior. A confiança dos parceiros da tela representava também a fé que era necessária para se atingir os objetivos e seu progresso pessoal, ainda que se deparasse com adversidades.

E é a partir desta relação entre a superação e a fé para atingir objetivos pessoais – que se torna fundamental colocar lado a lado o papel inovador do cinema –, cuja tecnologia ratificava o caráter de progresso tecnológico – e a mensagem inspiradora inserida nos filmes desde seus primórdios e ao longo do século XX, a qual traduziu estados de espírito e expectativas diferentes condizentes à cada época: tecnologia e mensagem que, além de serem compreendidos à luz do progresso, estavam amparadas por uma base de pensamento que permeia a cultura norte-americana, estreitamente relacionada com os fundamentos religiosos e liberais que erigiram aquela nação, os quais adquiriram contornos específicos.

2.2.2 O sentido de progresso pessoal para a sociedade norte-americana na era Reagan

Ronald Reagan, ex-ator de Hollywood, é eleito presidente dos Estados Unidos em 1980, no bojo de um ambiente propício ao conservadorismo onde “a representação dos interesses da Nova Direita, a flexibilização no controle dos negócios e o afastamento dos programas sociais dos anos 1960”²⁹² se tornaram sua indelével marca. O explícito estímulo aos negócios que deveriam “ser fortalecidos para criarem empregos e aumentarem a riqueza nacional; [...] [reforça que] a iniciativa privada é o melhor caminho para o sucesso e para a produção de uma sociedade forte”.²⁹³ O importante é que esta atitude delineou uma percepção de força e de pujança – ainda que persistissem problemas institucionais, sociais e econômicos convivendo durante o mesmo período, como explica Leandro Karnall:

“Neoliberalismo foi a resposta das elites econômicas e políticas à crise dupla que emergiu nos anos 1970. Primeiro, o capitalismo americano enfrentou uma “crise de acumulação”, isto é, a diminuição das taxas de lucro obtidas depois da Segunda Guerra Mundial. Segundo, os movimentos sociais dos anos 1960 ameaçaram os

²⁹² THOMPSON & BORDWELL. Op. Cit., p. 679.

²⁹³ KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru/SP: EDUSC, 2001, p. 80.

detentores do poder. Empresários e políticos criaram então um consenso político, no fim dos anos 1970, compartilhado por democratas e republicanos e apoiado intelectualmente por fundações, *lobbies*, e por institutos educacionais de direita e grandes setores da mídia, centrado na privatização de muitos serviços públicos, na retirada do Estado de muitas áreas de previdência social e na desregulamentação da indústria”.²⁹⁴

O discurso conservador sugeria poder, grandiosidade e superioridade, sendo tangibilizado por incentivos e medidas governamentais, direcionados aos cidadãos trabalhadores, seguindo à risca a cartilha que pregava que “a vida é dura, e só os mais preparados sobrevivem e prosperam”.²⁹⁵ Residiria na superação dos limites e na conquista de objetivos a possibilidade para a diferenciação e para o sucesso – o que resgata uma base consistente da própria formação deste povo: a religião. Não à toa, “em 1980, mais de 70 milhões de americanos se descreveram como ‘cristãos renascidos’, quase um terço da população total, [...] [o que possibilitava acolher] o imperialismo americano, a economia livre e a autonomia nas políticas locais”²⁹⁶ e evidenciar uma relação de profundas raízes históricas:

“A perseguição religiosa era uma constante na Inglaterra dos séculos XVI e XVII. A América seria um refúgio também para esses grupos religiosos perseguidos. [...] Ainda a bordo do navio que os trazia, o *Mayflower*, esses peregrinos firmaram um pacto estabelecendo que seguiriam leis justas e iguais. [...] Os ‘pais peregrinos’ são tomados como fundadores dos Estados Unidos. Não são os pais de toda a nação, são os pais da parte *WASP* dos EUA. [...] Os ‘puritanos’ (protestantes calvinistas) tinham em altíssima conta a idéia de que construíam uma ‘nova Canaã’, um novo ‘povo de Israel’: um grupo escolhido por Deus para criar uma sociedade de ‘eleitos’. [...] A idéia de povo eleito e especial diante do mundo é uma das marcas mais fortes na constituição da cultura dos Estados Unidos”.²⁹⁷

Por acreditar no papel de escolhidos por Deus, é difícil não perceber o que esta visão colaborou para a instalação de uma atitude discriminatória – entre este grupo especial reunido através da fé e os demais, e de onde é possível pinçar

²⁹⁴ KARNAL, Leandro, *et alii*. *História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI*. São Paulo: Contexto, 2007, p. 258.

²⁹⁵ KELLNER. Op. Cit., p. 80.

²⁹⁶ KARNAL. Op. Cit., p. 269.

²⁹⁷ Idem. Pp. 46/47.

valores como o serviço, a dedicação e o poder. Um olhar mais provocativo poderia sublinhar aqui um possível traço de superioridade, talvez de prepotência, o qual seria exteriorizado em anos posteriores, pelos Estados Unidos através do expansionismo e da força de sua máquina de guerra, por exemplo. Tudo isto, entretanto, se tornava lícito sob a ótica de quem teria recebido um direto desígnio divino. Em momentos históricos diferentes, este traço ficou mais evidente. Por exemplo, na década de 1980, conforme análise de Douglas Kellner sobre o filme *Ases indomáveis*, observa-se que no

“[...] universo *reaganista*, só a elite tem sucesso, e os tímidos devem ficar à margem, privados do sucesso e da honra reservada aos melhores e maiores na competição mortal por riqueza e poder, na qual só os vencedores levam vantagem, e todo o resto é um bando de perdedores.”²⁹⁸

Ainda acerca da questão religiosa, um aspecto importante da relação da sociedade norte-americana com a influência do pensamento protestante – desde sua mais tenra formação –, é a confluência entre a fé e o trabalho que gera dinheiro. Entretanto, não se trata de uma relação que esteja baseada no “capitalismo como sistema econômico ou do modo de produção [mas] sim, [no] capitalismo enquanto ‘espírito’, isto é, cultura – [...] vivenciado pelas pessoas na condução metódica da vida de todo dia”.²⁹⁹ Por exemplo, a lógica calvinista preconizava que a existência do homem e do mundo tinha por objetivo glorificar e, com isso, fazer crescer esta fé no cumprimento de seus mandamentos. Inclusive, no que tange ao trabalho posto a serviço da glória de Deus de forma quase sacerdotal, onde o amor ao próximo se expressa, em primeiro lugar, no cumprimento da missão vocacional-profissional. Então, ganhar dinheiro, a partir da visão puritana, seria uma contingência da relação de obediência a um chamado de Deus:

“Se Deus vos indica um caminho no qual, sem dano para a vossa alma ou para outrem, *possais ganhar* nos limites da lei *mais* do que num outro caminho, e vós o rejeitais e seguis o caminho que vai trazer ganho menor, então *estareis obstando um dos fins do vosso*

²⁹⁸ KELLNER. Op. Cit., p. 107.

²⁹⁹ PIERUCCI, Antonio Flávio. “Apresentação”. In WEBER, Max. *A ética protestante e o “Espírito” do Capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004, p. 7.

*chamamento (calling), estareis vos recusando a ser o administrador de Deus (stewart) e a receber os seus dons para poderdes empregá-los para Ele se Ele assim o exigir. Com certeza não para fins de concupiscência da carne e do pecado, mas sim para Deus, é permitido trabalhar para ficar rico. [...] Quando porém ela advém enquanto desempenho do dever vocacional, ela é não só moralmente lícita, mas até mesmo um mandamento”.*³⁰⁰

A partir dos cânones do pensamento religioso vigente já na origem da sociedade norte-americana, e também da crença dos primeiros colonos na sua superioridade – posto que foram eleitos por Deus –, são plantadas as sementes do que, no século XX – com o *New Deal* e com o advento do mercado de consumo após a Segunda Guerra Mundial –, começou a ser definido e representado pelo conceito de *American way-of-life*: um modelo padronizado de vida, idealizado, onde há espaço para quem trabalha e quem quer progredir, usufruindo de todas as vantagens advindas da modernidade, especialmente em termos de bens de consumo. Neste mundo idealizado moldava-se o desejo de evolução e progresso de grupos daquela sociedade, na representação ofertada por conquistas e produtos adquiridos resultantes do processo de ascensão econômica e social, evidenciado através da

“[...] imagem dos anos 1950, na memória coletiva, [como aquela centrada] na prosperidade econômica e na estabilidade familiar. Nessa visão, todo mundo na época tinha emprego estável e ampla oportunidade de mobilidade social. A televisão, o cinema e a literatura de grande público destacaram famílias harmoniosas: pai trabalhador, mãe dona-de-casa e alguns filhos morando nos crescentes subúrbios em casas com quintais próprios e suas indefectíveis cercas brancas”.

³⁰¹

Torna-se evidente que a âncora desta simbologia fora o consumo, que permitira a visibilidade e os sinais exteriores de riqueza. E sem o sentimento de culpa, posto que tudo isto fora abençoado e protegido pela própria fé. Há um poder vocacional inserido nesta relação, que, se por um lado, confere legitimidade àqueles que coadunam com ele, por outro, marginaliza quem não coopta com ele. Desta

³⁰⁰ WEBER. Op. Cit., p. 148.

³⁰¹ KARNAL. Op. Cit., pp. 230/231.

forma, a questão que se apresenta é sobre a posição dos indivíduos que não queriam ou não conseguiam ter a atitude e a ambição necessárias para deterem este tipo de poder, superior e calcado em símbolos de riqueza e ostentação. Tratava-se de uma proposta de tudo ou nada, marginalizante na medida em que valoriza apenas quem é o vencedor. A contundência desta ocorrência foi percebida, inclusive, em um dos expressivos recantos de maior expressão do pensamento moderno, a Antropologia, como explicado por Thomas Hylland Eriksen ao apontar que:

“[...] os anos 1980 trouxeram desdobramentos políticos domésticos que deixaram descontentes muitos acadêmicos da área das ciências sociais e humanas. [...] A competição e o individualismo foram proclamados das tribunas e instituídos nas universidades. Depois da vida acadêmica expansiva, agressiva dos anos 1970, os anos 1980 pareciam contidos: claustrofóbicos ou ensimesmados”.³⁰²

Se, ao não ser bem sucedido ou ao não ter a atitude necessária para tal alojava o indivíduo na desconfortável posição de *loser*,³⁰³ por outro lado, vencer era uma tarefa árdua – muitas vezes possível –, mas somente através da sublimação de ideais próprios que permitissem assumir valores propostos pela sociedade. Este antagonismo foi explorado por inúmeros filmes na década de 1980, muitos dos quais colocavam lado a lado amigos oriundos de uma mesma turma, onde o questionamento transitava entre ser bem sucedido e o preço a ser pago por isso, cristalizado em dramas e em personagens de certa forma estereotipados. Em *O reencontro*, o conflito acontece a partir do funeral de um dos integrantes de um grupo de amigos, que ali se encontram – alguns anos após sua formatura – e decidem passar um final de semana juntos. Pouco a pouco os elementos que caracterizavam a evolução de cada personagem são desnudados pelos sentimentos que foram suprimidos na trajetória escolhida por eles. Por exemplo: o sucesso profissional impedindo a maternidade e a maternidade como impedimento de carreira; ou, o ganho de dinheiro de forma questionável e a solidão. Em outro filme, *O primeiro ano do resto de nossas vidas*, sete jovens recém-graduados se

³⁰² ERIKSEN, Thomas Hylland & NIELSEN, Finn Sivert. *A História da Antropologia*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2007, p. 163.

³⁰³ **N.A.:** Tradução: perdedor. Considerada uma grave ofensa pessoal e xingamento na sociedade norte-americana.

antagonizam na maior ou menor aderência ao sistema e nas suas relações pessoais, onde determinadas escolhas profissionais darão sentido ao futuro que querem construir e surgem, figurativamente, como um escritor *underground*, um músico descompromissado, um advogado e um futuro político, dentre algumas alternativas.

Apesar das situações apresentadas acima eclodirem a partir da experiência de grupo, ainda assim, elas sugerem que ser vitorioso era matéria solitária, fruto de uma estratégia exclusiva e individual. A competitividade isolou o indivíduo que passou a carregar consigo sua força, suas dúvidas e um espaço interno de conflito que permitiu a reprodução deste sistema com o estímulo constante e interminável de modelos através da comunicação. Pode-se inferir que, quando não havia a possibilidade de compartilhar – um caminho gerador de vulnerabilidade –, o indivíduo tinha o recurso de fechar, passando a buscar, então, na representação do almejado, a confirmação de suas próprias escolhas. Como no filme *Peggy Sue seu passado a espera*, em que a protagonista – uma típica dona-de-casa – passa mal durante uma festa de reencontro da turma de escola e acorda em seu próprio passado podendo refazer suas escolhas, inclusive a de seu casamento, que estava praticamente falido.

Entretanto, não se pode esquecer que a sociedade norte-americana coadunava e clamava por estes valores. Estes modelos estandardizados, quando inseridos na mídia, estimulavam a própria atitude que retroalimentava este sistema, notadamente por interesse de seus detentores, amparados pela afirmativa de que

“[...] a sociedade também precisa de jovens competitivos para impulsionar a economia e levá-la a atingir novos cumes, e o elogio da competição e da vitória como valor supremo, feito pelo filme, ajuda na propaganda de valores sociais apropriados (ao capitalismo), ao mesmo tempo em que perpetua o mito do sonho americano”.³⁰⁴

Se “nos anos 60, o dinheiro era irrelevante para os jovens; [e] nos anos 70 era um problema; nos anos 80 [se tornou] uma oportunidade”.³⁰⁵ E exibir o resultado do

³⁰⁴ KELLNER. Op. Cit., p. 114.

³⁰⁵ Da agência de propaganda Ogilvy & Mather: apresentação do Projeto Badge - “Articulation of contemporary O&M London global beliefs about how advertising works”, 1988. In SAMPSON, Anthony. *O toque de Midas*. São Paulo: Best Seller, 1989, p. 206.

dinheiro era tão ou mais importante que efetivamente o ter. Numa sociedade notadamente marcada pelo consumo tem-se, naquele momento, sensíveis alterações no seu próprio sentido, colocando-se, inclusive, como representação “do nível social, porque o que cada um [...] de nós acredita ser seu gosto é determinado pelo lugar que ele ocupa na sociedade e sua tendência de subir ou de descer, de forma que o consumo aparece estreitamente determinado pelo *status* social”.³⁰⁶ Portanto, o poder vocacional para progredir – de inspiração divina – passa a ser representado mais fortemente nesta década pelo sucesso que advém das conquistas materiais, profissionais e pessoais do indivíduo.

Com a idéia de sucesso simbolizando o objetivo do indivíduo, retomamos aqui a questão anteriormente colocada sobre o antagonismo das personificações de vitorioso e de perdedor. É através dela que se oportuniza para o cinema o espaço de desenvolvimento de representações características e icônicas deste poder dominante, ou seja, da riqueza ou das suas possibilidades. Este espaço dentro de um sentido definido por Kellner como a cultura da mídia,

“[...] ajuda a estabelecer a hegemonia de determinados grupos e projetos políticos. Produz representações que tentam induzir anuência a certas posições políticas, levando os membros da sociedade a ver em certas ideologias, ‘o modo como as coisas são’, [...] [através de] discursos e figuras, conceitos e imagens, posições teóricas e formas simbólicas. Tal expansão do conceito de ideologia obviamente abre caminho para a exploração do modo como imagens, figuras, narrativas e formas simbólicas [começam] a fazer parte das representações ideológicas de sexo, sexualidade, raça e classe no cinema e na cultura popular”.³⁰⁷

Portanto, “são as representações que ajudam a constituir a visão de mundo do indivíduo, o senso de identidade e sexo, consumando a visão de mundo e modos de vida”.³⁰⁸ Representações que, como aponta Gilles Lipovetsky, são justificadas através da “transformação dos estilos de vida ligada à revolução de consumo que permitiu esse desenvolvimento dos direitos e desejos do indivíduo, essa mutação na ordem dos valores individualistas”,³⁰⁹ os quais, especificamente nos anos 1980,

³⁰⁶ TOURAINE, Alain. *A modernidade em crise*. Petrópolis/RJ: Vozes, 1994, pp. 151/152.

³⁰⁷ KELLNER. Op. Cit., pp. 81/82.

³⁰⁸ Idem. P. 82.

³⁰⁹ LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazío – ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Barueri/SP: Editora Manole, 2005, p. XVII/XVIII.

podem ser personificados na figura icônica do *yuppie*, cuja imagem – constituída por jovens profissionais agressivos, oriundos de grandes centros urbanos como Nova York e Los Angeles, com carreiras ascendentes no mercado de valores, marketing e propaganda – ³¹⁰, servia de modelo para outros profissionais nem tão jovens e nem tão ricos, nem necessariamente norte-americanos. “[...] O ultra-individualismo dos *yuppies* propagandeava o absoluto paraíso privado”,³¹¹ o que contribuiu tanto para sua mitificação comportamental como para a indústria de consumo de massa, ao transformar marcas de produtos em verdadeiros ícones – automóveis BMW, a revista *General Quarterly*, as *griffes* Ralph Lauren e Giorgio Armani, por exemplo. Sem esquecer que esta representação do *dinheiro novo* também se caracterizou por sua associação a tendências de consumo – como a comida japonesa; a tecnologia através dos (ainda primitivos) aparelhos celulares e computadores pessoais; o culto à beleza e à juventude, com produtos, suplementos e dietas; o conforto em apartamentos tipo *loft* reunindo tendências consideradas modernas, como o minimalismo e o resgate dos estilos *Memphis* e *art-decò*, onde o *designer* Philip Stark era ovacionado como gênio criativo do momento e luminárias com luz *néon* acrescentavam certo toque *noir*. Neste mundo era fundamental ser reconhecido, ver e ser visto. Amir Labaki definiu de forma contundente que “todo *yuppie* é um onanista e todo onanista é um *voyeur*”,³¹² e torna-se, portanto, “generalizada a impressão de que os anos 80 não foram vividos, mas assistidos”.³¹³ Pode-se afirmar, então, que a “a personalização sob medida da sociedade corresponde [a] uma personalização do indivíduo que se define pelo desejo de sentir ‘mais’, de planar, de vibrar ao vivo, de ter sensações imediatas, de ser colocado em movimento integral numa espécie de *viagem* sensorial e pulsante”.³¹⁴ Indivíduos que, assistidos pela sensação de velocidade e pelo ritmo intenso das procuras pessoais, mitificavam a necessidade de transparecer o sucesso, refletido pelas novas tecnologias que ressaltavam um estilo próprio e personalista.

³¹⁰ N.A.: Para melhor visualização e compreensão do que representava este estilo de vida, o filme *O psicopata americano* (Título origina: *American Psycho*. Direção de Mary Harron. EUA, 2000.) reproduz não só o estereótipo em si, como critica o vazio existencial do período e o arquétipo das imagens citadas neste parágrafo.

³¹¹ LABAKI, Amir. Op. Cit., p. 10.

³¹² Ibidem.

³¹³ Idem. P. 11.

³¹⁴ LIPOVETSKY. Op. Cit., p. 7.

Possuir e conquistar, pois, adquiriram o sentido de inclusão a um seletivo grupo: daqueles que souberam vencer, que foram bem sucedidos, sob as bênçãos de Deus. Sucesso e progresso se fundiram numa mesma idéia, que incorporou a imagem de *status* – onde progresso pessoal e ascensão financeira assumiram uma representação característica dos anos 1980. Tratava-se do encontro entre a era Ronald Reagan e o ideário protestante que ressaltava a vocação divina na utilização de dons pessoais a serviço da glória de Deus. Tratava-se do casamento do otimismo e da exaltação nacionalista, na contradição explorada pela propaganda entre o ser, o ter e o parecer. Onde a mídia e a publicidade adquiriram papéis fundamentais, oferecendo mais oportunidades de representações para o cinema.

2.2.3 Algumas representações da promessa de progresso no cinema dos EUA nos anos 1980.

A relação entre a estética publicitária e a promessa de sucesso adquiriu especiais representações nos anos 1980. É pertinente afirmar que o *universo reaganista* oferecia um pacote mais restrito de alternativas, onde o ápice era fazer ou não parte do sistema. A questão atingia graus mais elevados se resgatada a base religiosa do pensamento norte-americano – que legitimava a busca por caminhos que levassem ao progresso pessoal, onde a riqueza também adquiria o sentido de presente de Deus. Como ser bem sucedido e a que preço? Como se preservar e ter acesso ao que o mundo moderno poderia oferecer através dos mais novos bens de consumo apresentados insistentemente pela publicidade? Kellner afirma que

“[...] os anos 1980 constituíram um período sem precedentes de conflitos de classe, com movimentação maciça da riqueza dos setores de classe média e classe trabalhadora para as classes altas, bem como um período de medo do desemprego, de descer na escala social e de crise para as classes trabalhadoras. [...] Nos filmes da década, [...] o foco recaiu nas famílias e nos indivíduos pertencentes às classes médias e altas”.³¹⁵

³¹⁵ KELLNER. Op. Cit., p. 165.

Encontra-se aqui outro aspecto interessante, presente neste sugerido antagonismo entre sucesso e felicidade: a mesma fundamentação religiosa que permitia a busca pelo progresso material cobrou a reflexão de valores envolvidos no processo de ascensão para que dinheiro e atitude ética caminhassem juntos. Não obstante, as narrativas dos filmes colocaram a questão, por exemplo, sob a forma de questionamentos morais e éticos, na introspecção para a busca da resposta mais verdadeira para o indivíduo, o confronto entre o novo e o velho, carregado de perdão e autoconhecimento. Afinal, o progresso é lícito desde que coadune com as verdades humanas e espirituais. Esta dinâmica e o conflito foram representações importantes para o cinema, ao reproduzir a promessa de sucesso através de elementos comportamentais da estética publicitária.

*Wall Street – poder e cobiça*³¹⁶ talvez exemplifique emblematicamente a relação entre poder e dinheiro, ética e valores pessoais. Nele, transitam um especulador poderoso – Gordon Gekko (Michael Douglas) e Bud Fox (Charlie Sheen), este um ambicioso e jovem corretor de ações. A sedução do poder – estimulada por sinais externos de riqueza, como computadores pessoais, aparelhos celulares, limusines, Rolls-Royces e iates – é posta em xeque quando a vida do pai do jovem corre risco devido a situações criadas por ele na sua escalada rumo ao poder. O antagonismo é reforçado por falas conservadoras, como “produza ao invés de ganhar dinheiro às custas dos outros” e “as coisas boas levam algum tempo” – e ainda por outras, agora de cunho mais prepotente, como “levou anos de genética, diploma de Yale e um alfaiate certo”, “o poder ou nada” e “não existe mais nobreza em ser pobre, pai”. O contraponto já se prenuncia na abertura do filme que mostra Manhattan – símbolo do poder e do *status* –, plasticamente registrada em uma tomada de cena grandiosa de uma manhã de sol e, na seqüência, o metrô cheio – inclusive com o protagonista – além das pessoas comuns caminhando espremidas pelas avenidas até os seus escritórios – tudo ao som de Frank Sinatra. Esta sugestão otimista e promissora pode ser sentida tanto no caminhar esperançoso da multidão, como no formato quase publicitário de vender tudo que representava o sucesso. Entretanto, o resultado de atividades ilícitas no jogo da Bolsa de Valores é a prisão dos dois personagens, sendo que Bud Fox obtém sua redenção ao se reconciliar com seu pai e entender que a prisão faria parte do processo. Do seu

³¹⁶ Título original: *Wall Street*. Direção de Oliver Stone. EUA, 1987.

processo de sucesso – não mais em Wall Street – resta a proximidade com o que realmente importa para sua vida. Para ele, havia o benefício da escolha.

A ambição pessoal também é questionada através da promessa de ascensão social que acontece em *Uma secretária de futuro*.³¹⁷ No filme, Tess McGill (Melaine Griffith) é uma secretária ambiciosa que estuda o mercado de ações. Uma de suas idéias é roubada por Katherine Parker (Sigourney Weaver) – uma diretora de investimentos um tanto heterodoxa – de quem Tess a resgata com o auxílio de Jack Traine (Harrison Ford) – um executivo do mercado de ações. A trama expõe o estilo de vida, a ocupação profissional e bens de consumo comumente desejados, senão idolatrados, por aqueles que não os possuem – talvez a maior parte da população: helicópteros, casacos de *vison*, *tailleurs* elegantes e escritórios confortáveis. O filme ainda conta, inclusive, com a elevação da ambição ao patamar contemplativo nas primeiras cenas, com Carly Simon cantando *Let the river run*,³¹⁸ enquanto a barca leva Tess de seu bairro de subúrbio modesto para o coração de Manhattan. Tudo sob a inconfundível luz da manhã, o *skyline* da metrópole e a esperança que grita sua possibilidade. Trata-se da ascensão social construída pela ótica de Tess, que ilustra o processo com a frase: “pode-se mudar as regras depois de subir as escadas, mas não enquanto se está chegando ao topo”. Da conquista final da protagonista – o filme apresenta duas cenas particularmente interessantes para análise: a primeira, no desfecho da trama, quando Katherine é desmascarada na frente de todo o escritório e Tess beija Jack, com todos comemorando – talvez na esperança de que, perante a possibilidade de se conquistar algo melhor, tal atitude talvez fosse realmente factível para todos, e de igual maneira sentida. E a segunda cena, a final, ápice da mudança da personagem, apresenta Tess instalada em seu novo escritório, contando detalhes para as amigas ao telefone – enquanto a câmera, posicionada fora do prédio, se afasta e revela outras salas com outras pessoas, até sua janela se perder no mosaico dos prédios. A mensagem aqui era explícita: havia, sim, um modo de sobressair e vencer em meio àquela massa humana de profissionais dispostos a tudo. Mas, desde que a conquista fosse obtida através de trabalho duro, integridade e crença em sua própria capacidade pessoal – fórmula para a receita do sucesso que seria paulatino, consistente e, com certeza, em linha ascendente.

³¹⁷ Título original: *Working Girl*. Direção de Mike Nichols. EUA, 1988.

³¹⁸ Ganhadora do Oscar® de Melhor Canção em 1989.

Com abordagem inversa, a contradição entre a ambição profissional e a felicidade pessoal é colocada no filme *Presente de grego*.³¹⁹ Nele, J. C. Wiatt (Diane Keaton) é uma executiva fria e ambiciosa que redescobre sua afetividade ao receber a guarda de uma sobrinha órfã, com menos de um ano de idade. Incapaz de cuidar do bebê e manter sua vida profissional exigente e agitada, ela sai da empresa após ter sido preterida para um grande projeto e decide morar no campo. Sua veia executiva a faz criar uma fábrica de comidas caseiras para bebês [alimentação infantil], que em pouco tempo faz estrondoso sucesso. Seu antigo empregador, então, intermedia a compra da empresa de J. C. para um de seus clientes, que faz uma oferta profissional incluindo sua volta a Manhattan em grande estilo – com mordomias invejáveis –, sendo que ela terá de abrir mão do controle da empresa e ficar longe do novo amor conquistado na pequena cidade em que passou a viver. Mas, o que realmente faz sentido para ela? O que representa mais o seu sucesso: a carreira emblemática na grande corporação, onde teria participação mais limitada; ou, no controle de sua própria empresa e na cidade que adotou para morar, com sua sobrinha-filha e seu namorado, um veterinário local? Felicidade e sucesso se reúnem na segunda alternativa, a clara opção feita por J. C., e que também representam importantes aditivos para o discurso publicitário.

Portanto, o sucesso profissional e o progresso pessoal também podem assumir representações personalistas e baseadas no crescimento do indivíduo, muitas vezes caracterizado por sentimentos, como o amor. Em *A força do destino*,³²⁰ Zack Mayo (Richard Gere) é um jovem que entra para a Marinha americana e se depara com um ambiente hostil em relação ao que desejava para si. Durante seu árduo treinamento para piloto, enquanto amadurece e se transforma em um oficial, ele avalia sua capacidade de amar Paula (Debra Winger). Ter tudo para ele era algo que o amedrontava. E tudo, ou melhor – seu sucesso pessoal –, estava representado pela carreira militar, por Paula e quem sabe por uma família e estabilidade. E o sonho termina por se realizar na clássica cena em que Zack – fardado com o dólmen branco – literalmente retira Paula do chão da fábrica onde trabalhava, enquanto todas as demais operárias aplaudem, choram e assobiam.³²¹ Alguém havia novamente conseguido mudar sua vida, e aí residia a possibilidade

³¹⁹ Título original: *Baby Boom*. Direção de Charles Shyer. EUA, 1987.

³²⁰ Título original: *An Officer and a Gentleman*. Direção de Taylor Hackford. EUA, 1982.

³²¹ **N.A.:** Esta cena final parece ter inspirado uma das cenas do filme *Uma secretária de futuro*.

para que todos progredissem. Afinal, o amor também “liberta” e pode ser uma forma de evolução.

A promessa de progresso e de sucesso – seja pessoal, seja profissional, está marcadamente presente no cinema da década de 1980. Tal análise poderia se estender muito mais caso fossem incluídas, por exemplo, comédias juvenis, como *Negócio arriscado*.³²² Neste filme, a solução encontrada pelo adolescente Joel (interpretado por Tom Cruise, em seus primeiros papéis) para pagar os estragos feitos por ele no Porsche de seu pai – durante a ausência do mesmo –, leva-o a cogitar um empreendimento que, no caso, relacionava-se com uma mulher que ele conheceu – Lana, e seu ofício – a prostituição. O usufruto do conforto e o desejo de ampliar suas conquistas materiais são o principal foco de Joel, que tem de decidir entre o progresso rápido e a vida que certamente lhe reservaria melhores oportunidades futuras. Sob um olhar mais crítico, observa-se, também, que

“[...] em uma década marcada pelo consumismo e pela obsessão nacional com a riqueza, *status* social e sucesso material, [este filme] oferece uma visão um pouco satírica de como o capitalismo permeou a vida americana contemporânea, em especial, o sistema de valores dos jovens”.³²³

Entretanto, como delimitado anteriormente por este trabalho, o objetivo principal não é o de esgotar o tema, mas, sim, compreender algumas das representações que a idéia de progresso adquiriu no cinema com o uso de elementos da estética publicitária. Onde a simbologia exterior de poder, de sucesso e de *status* se chocava com os valores pessoais, morais e afetivos, com sentidos mais específicos. Onde a “necessidade de *status* e [de] estima relaciona-se com o reconhecimento dos outros e até o próprio reconhecimento de valor”,³²⁴ agindo como contraposição à “necessidade de reconhecimento [que] seria o nível mais elevado, em que o indivíduo procurará desenvolver suas potencialidades, seu autoconhecimento”.³²⁵ E, desta forma, puderam embalar os sonhos e as frustrações de muitos americanos.

³²² Título original: *Risky Business*. Direção de Paul Brickman. EUA, 1983.

³²³ TROPANO. Op. Cit., p. 170.

³²⁴ GIGLIO, Ernesto. *O comportamento do consumidor*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002, p. 63.

³²⁵ Ibidem.

2.2.4 Estética publicitária: aspectos técnicos, aspectos comportamentais e sua relação com consumo e sucesso.

Desde seus primórdios e, em especial, a partir do século XX, a propaganda descortinou aos indivíduos infindáveis possibilidades de consumo. Por consumo, entenda-se não apenas o saciar das necessidades básicas, mas também os desejos que representam projeções pessoais, a referencialização e o pertencimento a grupos sociais. O crescente desenvolvimento das mídias possibilitou a penetração cada vez maior das mensagens publicitárias em lares e em mentes, estabelecendo um modo familiar para sua mensagem. O caráter massivo que a televisão assumiu, a partir dos anos 1970 nos Estados Unidos, consolidou alguns elementos que podem ser considerados constitutivos desta forma de comunicação de origem técnica e comportamental. Com ela, construiu a atividade de oferecer bens que significam mais do que suas características funcionais, ou seja, instâncias sociais e emocionais – muitas vezes relacionadas à idéia de sucesso. A questão do progresso pessoal como direito e oportunidade é um marco fundamental da sociedade norte-americana, baseado no mérito das pessoas que se esforçam e que cumprem os *desígnios de Deus*, inclusive o de prosperar a partir de seus dons. E suas representações vão além da propaganda, ou melhor, do que é ofertado através dela, mas pode ser encontrado em diversos produtos midiáticos, como uma estratégia intencional que reflete uma particular linguagem, cujas imagens “imperam nos anúncios publicitários, novelas e filmes que [entravam] diariamente na vida do telespectador”.³²⁶

É importante compreender que até a década de 1950, o mercado de consumo esparramou produtos num sôfrego movimento de atender a uma demanda extremamente reprimida. Como estímulo ao consumo, modelos de vida e de padrões sociais passaram a ser apresentados na comunicação, cujo foco residia em apresentar o produto e associá-lo à capacidade de diferenciar e qualificar seu

N.A.: Há muita confusão no uso dos termos publicidade e propaganda. Entretanto, ortodoxamente – e como serão utilizados nesta dissertação –, **propaganda** é a forma de divulgação de uma empresa, produto ou serviço através de espaços comprados pelo anunciante nos veículos de comunicação, enquanto **publicidade** é a divulgação espontânea em veículos de comunicação, normalmente oriunda do trabalho de assessoria de imprensa ou de relações públicas, pela qual o anunciante não paga diretamente pelo espaço, mas, sim, pelo trabalho destas empresas.

³²⁶ ALONSO, Sílvia Leonor. “Encontros entre imagens e conceitos: reflexões sobre a temporalidade em psicanálise”. In BARTUCCI, Giovanna (org.). *Psicanálise, cinema e estéticas de subjetivação*. Rio de Janeiro: Imago, 2000, p. 187.

possuidor, desenvolvendo um simbólico movimento de entrar nas casas das pessoas. Posteriormente, no contexto do pós-Segunda Guerra Mundial, estabeleceram-se as bases para as relações sociais e de consumo que caracterizaram, progressivamente, o restante do século XX: o novo contingente de trabalhadoras e os avanços sociais, as transformações político-econômicas, a moldagem do caráter individualista da sociedade norte-americana – fruto da dura realidade vivenciada há não muito tempo –, e a busca primordial da realização de objetivos e metas. Sem contar que a indústria precisava dar uso à máquina de guerra, então desativada como tal. Foi preciso oferecer algo a mais para este consumidor, menos vulnerável às abordagens adotadas até então. A resposta mercadológica veio através da segmentação da oferta a partir de traços marcantes de grupos sociais devidamente identificados – com forte vigor através de pesquisas. *Possuir* passava a ter tanta importância quanto atender necessidades básicas. E, como já mencionado, refletia em um ambiente mais competitivo o pertencimento deste indivíduo a um determinado grupo social. Coube à propaganda sinalizar o pertencimento deste indivíduo a um determinado grupo ou estilo de vida, a partir do que usava, possuía e comprava, sugerindo uma movimentação de dentro para fora das casas, de ganhar o mundo – assim como o refrigerante Pepsi-Cola clamava à época com o *slogan* “*be sociable*”.³²⁷ Por sua vez, o início do século XXI consolidou, em termos mercadológicos, uma alta concorrência entre marcas de bens e produtos, o esfacelamento de parte da população em tribos – resultante dos rigores da segmentação – e a ampla e profunda disseminação da tecnologia da comunicação, onde o aspecto comercial passou a explorar a experiência que advém de seu contato midiático com os objetos de desejo e de consumo.

Portanto, é a transformação ocorrida a partir de meados do século XX que consolidou a atitude comportamental da propaganda contemporânea, calcada na construção de realidades projetivas e de simulações de algo melhor. Onde em “cada anúncio vendem-se, significativamente, mais estilos de vida, visões de mundo, sensações, emoções, relações humanas, sistemas de classificação do que [os] bens de consumo efetivamente anunciados”.³²⁸ E tudo o que antes era de foro interno da casa, passou a ser externo, o que era a apresentação de um modelo

³²⁷ **N.A.:** Tradução: “Seja sociável!”

³²⁸ ROCHA, Everardo. *Representações do consumo – Estudos sobre a narrativa publicitária*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio/Mauad, 2006, p. 16.

comportamental passava a ser uma sugestão de pertencimento social – agregando mais sentido à representação destas simulações de vida idealizada e de projeção pessoal. Esta “associação entre consumo e estilo de vida é uma forte marca da lógica do capitalismo, [...] [deste período] quando o sistema se orienta cada vez menos para a produção e mais para a esfera do consumo”.³²⁹ Parte fundamental no processo mercadológico, a propaganda, por sua vez, desenvolveu – em campanhas promocionais para as marcas por ela vendidas – uma bem sucedida estratégia de “associar à essência do produto a emoção que existe no imaginário coletivo”.³³⁰ E esta emoção também está calcada na representação do que este indivíduo busca para se sentir melhor, mais inserido em seu ambiente, com os códigos do tempo e do lugar onde vive, sendo “capaz de revelar valores que indicam práticas sociais”,³³¹ em que um produto ou uma marca significam mais que suas funcionalidades. E que estará representada a partir da escolha feita e pelo sentido embutido no objeto adquirido, os quais “criam uma identidade social que é comunicada aos outros”,³³² como apontado por Douglas Kellner:

“Assim como ocorre com as narrativas da televisão, pode-se dizer que a publicidade também põe à disposição alguns equivalentes funcionais do mito. Do mesmo modo que os mitos, as propagandas freqüentemente solucionam contradições sociais, fornecem modelos de identidade e enaltecem a ordem social vigente. [...] A publicidade forma sistemas textuais com componentes básicos inter-relacionados de tal maneira que apresentem o produto sob luzes positivas”.³³³

É perceptível que esta relação se estenda para uma configuração além do indivíduo, inserindo o ambiente social como a área onde a representação do que foi adquirido assume, simultaneamente, um poder discriminador e, outro, aglutinador – que diferencia o indivíduo enquanto que o relaciona diretamente ao grupo ao qual pertence. Os grupos que referenciam os indivíduos atribuem à imagem projetada uma “posição central na cultura veiculada pela mídia e na vida cotidiana do período,

³²⁹ ENNE, Ana Lúcia S. “À perplexidade, a complexidade: a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas”. In **Comunicação, Mídia e Consumo – Revista do Programa de Mestrado em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)**, v. 3, n. 7. São Paulo: ESPM, 2006, p. 22.

³³⁰ MARTINS, José. *A natureza emocional das marcas*. São Paulo: Negócio Editora, 1999, p. 21.

³³¹ ROCHA. Op. Cit., p. 16.

³³² SOLOMON, Michael R. *O comportamento do consumidor – comprando, possuindo e sendo*. Porto Alegre/RS: Bookman, 2002, p. 145.

³³³ KELLNER. Op. Cit., pp. 299/300.

no sentido de que a imagem, a aparência e o estilo pessoais foram se tornando cada vez mais importantes na constituição da identidade individual”.³³⁴ Assim, a representação de um modelo de vida que simbolize algo a mais, uma mudança ou um progresso é importante para a publicidade, que faz uso deste recurso ao caracterizar o que se quer ser a partir do estilo de vida comprado. Ao alimentar “o poder de consumo do homem, ela coloca diante [dele] o objetivo de uma casa melhor, de roupas melhores, de comida melhor para si e para a sua família. Ela estimula o esforço individual e a produção maior”.³³⁵ Promete-se algo melhor, mediante sua atitude. Promete-se um avanço, um progresso, aquele que é seu direito legítimo, de acordo com o modelo fomentado pela sociedade norte-americana.

Do ponto de vista técnico, a propaganda estabeleceu um estilo de comunicação particular. A partir das limitações encontradas em cada mídia, precisava vender um produto, uma boa idéia sedutora e uma associação com o estilo de vida ou projeção comportamental do público-alvo desta ação. Tendo em vista a importância crescente da televisão nos Estados Unidos, a partir dos anos 1960 e com o recurso do videotape, os comerciais foram padronizados em secundagens que precisavam dar conta do que era necessário ser vendido. Para tal façanha, a relação entre comportamento e recursos técnicos foi essencial, como, por exemplo, para demonstrar em detalhes, elementos de cena ou uma música referencializada por um grupo social ou por uma projeção pessoal. Cabe ressaltar que este recurso não era novidade, posto que o cinema, em si, já trabalhava da mesma forma. Contudo, a novidade e o desafio se deram a partir do exíguo tempo para realizar esta tarefa na propaganda televisiva, introduzindo uma linguagem fragmentada, que adotava – e ainda adota – cortes rápidos, planos em detalhes, maior rapidez na montagem e na edição.

A televisão, por sua vez, permitiu a disseminação deste padrão estético, o qual se tornava cada vez mais familiar desde os anos 1970. Não coincidentemente, na década seguinte, outro modelo estético também começou a adotar a fragmentação narrativa, a ênfase visual e a valorização da edição e da montagem de cenas – muitas em detalhes: o videoclipe. Responsável pela introdução de “uma nova estética que consistia em uma estilização atraente [de onde sobressaíam

³³⁴ KELLNER. Op. Cit., p. 16.

³³⁵ OGILVY, David. *Confissões de um publicitário*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993, p. 170.

cores, ritmo e plasticidade visual] e no acelerado modo de editar a partir da música”,³³⁶ o videoclipe foi devidamente popularizado a partir de 1982, com o lançamento do canal de televisão MTV. Logo, publicitários à época perceberam tal poder e oportunidade, e intencionalmente se apoderaram de elementos da estética publicitária e “começaram a produzir comerciais com o mesmo estilo característico [...]”.³³⁷ Assim, em pouco tempo, esta influência “pode ser vista na televisão em séries [...] e em filmes, particularmente dirigidos a adolescentes, os quais focavam a mesma audiência do canal de música”.³³⁸ Como exemplo, o seriado *Miami Vice*,³³⁹ que se colocava

“[...] na vanguarda da produção de imagens e som desde o começo, a série exibiu um estéreo de quatro pistas e usava *rocks* populares para criar ambiente, [...] reproduzindo a forma de videoclipe da MTV. O uso que faziam da iluminação, dos ângulos de câmera, dos cortes, do som e do exotismo [...] criava uma riqueza de imagens ressonantes que seus produtores às vezes transformavam, com sucesso, em espetáculos estéticos intensos, fascinantes e sedutores”.³⁴⁰

No cinema, uma das mais claras representações desta influência estética é o filme *Nove semanas e meia de amor* – cujo diretor, Adrian Lyne, não coincidentemente, também era renomado no meio publicitário. O filme narra a relação intensa e erótica entre Elizabeth e John – Kim Basinger e Mickey Rourke, respectivamente –, personagens estereotipados de uma elegante, caótica e *yuppie* Nova York dos anos 1980. Já em sua abertura, o ritmo da música, as amplas tomadas abertas de câmera, a iluminação, as cenas e a montagem caracterizavam rapidamente o *modus vivendi* dos protagonistas apresenta forte semelhança com um comercial publicitário. Como, por exemplo, quando John apresenta à Elizabeth seu *closet* repleto de ternos pretos ao estilo Giorgio Armani, impecavelmente arrumados e simétricos; ou, quando a plasticidade dos videoclipes é resgatada na cena em que o jogo sensual do casal acontece diante de uma geladeira aberta, “que

³³⁶ TROPIANO. Op. Cit., p. 198.

³³⁷ Idem.

³³⁸ Ibidem.

³³⁹ Seriado para TV lançado nos EUA em 1984 e exibido até 1989. Direção geral de Michael Mann.

³⁴⁰ KELLNER. Op. Cit., p. 305.

esteticamente não se distingue de um comercial [...]”,³⁴¹ com luz indireta e a multicolorida sucessão de cores dos alimentos sob o compasso de uma canção. Sem contar o icônico *strip-tease* da protagonista atrás de uma persiana à meia-luz, ao som da voz rouca do cantor Joe Cocker interpretando *You can leave your hat on*. Era cinema e era um retrato da estética publicitária.

Na galeria de filmes mais representativos desta linguagem, *O fundo do coração* ocupa um destaque especial. Considerado “como um marco decisivo da produção americana contemporânea [ao] recuperar e elevar a um nível superior a equação fantasia-realidade, sua importância [...] [reside] em apontar para novos caminhos”,³⁴² por provar que chegara “a hora de voltar a encarar o sonho, só que com outros olhos”.³⁴³ E com que olhos! Com grande força visual, angulações ousadas e profusão de cores e luz – o próprio diretor, Francis Ford Coppola esclareceu ser “um filme sobre o *néon*” –³⁴⁴ é a imagem que o torna forte e simbólico, cuja paleta colorida carrega sentidos específicos para os personagens Hank (Frederick Forrest) e Frannie (Teri Garr), assim como para as situações onde o drama deste casal se desenrola, durante um feriado de 4 de Julho. O enredo simples, carregado de emoções, dá a vez para a plasticidade visual tornar-se parte integrante da narrativa.

Antes, ainda no início daquela década, *Gigolô americano*³⁴⁵ já ensaiava um flerte do cinema com a estética publicitária – sob o ponto de vista da técnica, associada à música, onde “as informações sobre a narrativa estão bastante concentradas no [momento da abertura do filme] [...] como um exemplo exato desta estratégia”.³⁴⁶ As primeiras cenas apresentam o personagem Julian (Richard Gere) – um requintado e caro garoto de programa de Los Angeles – através de seu estilo de vida: automóvel Mercedes-Benz conversível, litoral californiano, ternos elegantes e boas lojas. Tudo isso ao som da vigorosa trilha de Giorgio Moroder, que compõe tomadas de câmera abertas, fechadas, rápidas, dos detalhes que representam a composição e a diferenciação de Julian. Prenúncio da linguagem de videoclipe – fragmentada e carregada de simbolismos –, onde o “significante [é] liberado, e a

³⁴¹ KEHL, Maria Rita. “Nove e meia semanas de amor”. In LABAKI, Amir (org.). *O cinema dos anos 80*. São Paulo: Brasiliense, 1991, p. 215.

³⁴² COUTO. Op. Cit., p. 66.

³⁴³ Idem. P. 67.

³⁴⁴ Idem. P. 69.

³⁴⁵ Título original: *American Gigolo*. Direção de Paul Schrader. EUA, 1980.

³⁴⁶ WYATT. Op. Cit., p. 41.

imagem tem precedência sobre a narração, visto que certas imagens estéticas contundentes de grande artificialidade, [...] se transformam em centro de fascinação [e] de prazer sedutor [...]”.³⁴⁷

2.2.5 O fenômeno MTV e a estética videoclipe.

“O dia 1º de agosto de 1981 marca o início de uma nova era nos anais da cultura popular norte-americana. Naquela manhã [...] a imagem de um foguete sendo lançado, seguido de uma segunda tomada do módulo lunar da Apollo 11 na lua, foi transmitida para oitocentos mil aparelhos de TV nos Estados Unidos. Como o locutor declarou, ‘senhoras e senhores, *rock and roll*, houve um corte para uma terceira cena, com o astronauta Neil Armstrong parado na lua, próximo á bandeira que ele plantara na superfície lunar. Mas, ao invés de estrelas e listras, a bandeira mostrava a logomarca do primeiro canal de música do país, a MTV.”³⁴⁸

Do ponto de vista mercadológico, é incontestável a importância do canal MTV na história da comunicação contemporânea, mormente na década de 1980. Esta afirmação pode ser sustentada, por exemplo, através do rápido crescimento de seu alcance – já no ano de 1983, dois anos após seu lançamento, atingia cerca de 17 milhões de residências nos Estados Unidos,³⁴⁹ e com o seu bem sucedido direcionamento a um perfil jovem de telespectadores, especialmente os adolescentes. Além disto, o “canal também estabeleceu os videoclipes tanto como uma forma popular de entretenimento como uma ferramenta de marketing para promover novos discos de artistas e de grupos”.³⁵⁰

Esta proposta de sinergia realiza-se quando cinema, rádio e televisão, lado a lado, se encontraram nas transmissões da MTV. As trilhas sonoras passaram a ser, visualmente, instrumentos de marketing no sentido de gerar interesse em um filme, muitas vezes antecipando seu lançamento no circuito exibidor. Como parte de um

³⁴⁷ KELLNER. Op. Cit., p. 301.

³⁴⁸ TROPIANO. Op. Cit., p. 197.

³⁴⁹ Idem. P. 198.

³⁵⁰ Idem.

“esquema de *cross-marketing*,³⁵¹ a MTV se juntou ao rádio como um importante espaço para a promoção de músicas dos filmes assim como dos filmes em si”.³⁵² E, é este “momento de crescimento da MTV, que [aconteceu] paralelamente à [considerada] era de ouro do filme juvenil”,³⁵³ que colaborou definitivamente para a concretização de interesses comuns entre estas mídias.

O canal MTV contribuiu também para a consolidação de referências estéticas daquele momento. A denominada “estética do videoclipe, de forte fragmentação da unidade espacial e/ou temporal [...] [e] a produção de módulos estanques (extraíveis para a divulgação do filme e do álbum com a trilha sonora) [...]”,³⁵⁴ além de aspectos técnicos como a velocidade de edição, a montagem e sua relação direta com a música executada, passaram a ser encontrados em filmes musicais que “capitalizaram a habilidade da MTV de fazer circular as cenas e as músicas de filmes, direcionando-os para a audiência jovem,”³⁵⁵ tais como *Flashdance*, *Footloose* e *Top Gun*. Da mesma forma, a propaganda, também naquela década, adotou largamente estes recursos técnicos associados à música como metalinguagem para emocionar e persuadir consumidores.

Como decorrência, estrategicamente, os estúdios “começaram a incluir canções populares como música de fundo durante o filme ou durante os créditos finais”,³⁵⁶ cujos videoclipes eram exibidos na MTV. Tal referência se tornou tão evidente que *Flashdance* foi considerado “virtualmente feito para a MTV [...] [assim como] sua estrutura modular [...] a qual pôde ser adaptada para o formato de videoclipe”³⁵⁷ e, portanto, um exemplo em termos de atratividade visual, estilo e estrutura narrativa próprias para a autopromoção através desta, então, *nova linguagem*.

Diante destas questões, não é demais afirmar que o canal MTV, além de ser um veículo de comunicação, tornou-se um ícone da década de 1980, por seu poder midiático, pela capacidade de divulgação convergente e por sua referência estética. Fatos que, associados à estética publicitária e às exigências comerciais da indústria

³⁵¹ **N.A.:** Termo oriundo do marketing e que significa ações que (1) interligam meios ou de comunicação diferentes; ou (2) ações que reúnem marcas diferentes em uma mesma forma de comunicação.

³⁵² TROPIANO. Op. Cit., p. 186.

³⁵³ Idem. P. 198.

³⁵⁴ MASCARELLO. Op. Cit., p. 351.

³⁵⁵ SMITH. Op. Cit., p. 187.

³⁵⁶ THOMPSON & BORDWELL. Op. Cit., p. 686.

³⁵⁷ SMITH. Op. Cit., p. 201.

cinematográfica, foram evidenciados em filmes que marcaram aquela década. Dois deles – *Fama* e *Flashdance* – serão alvos de análise no próximo capítulo.

CAPÍTULO III:

FAMA E FLASHDANCE – UMA ANÁLISE FÍLMICA.

3. FAMA E FLASHDANCE: UMA ANÁLISE FÍLMICA

O objetivo deste capítulo será analisar dois filmes referenciados da década de 1980 – *Fama* e *Flashdance* –, a partir de elementos, representações e sentidos estabelecidos anteriormente nesta dissertação, com ênfase na análise do gênero musical e em características que marcaram transformações estilísticas, estéticas e narrativas de filmes naquele período. Portanto, a escolha destes filmes é resultado dos seguintes critérios: são reconhecidamente musicais norte-americanos, foram produzidos nos anos 1980, introduziram orientações estéticas e temáticas que caracterizaram esta época e, apesar de apenas três anos separarem seus lançamentos, mantém diferenças oriundas de *Fama* se situar no meio do processo de transição e de *Flashdance* representar o ápice destas influências e orientações.

O percurso da análise destes filmes será feito através das relações que se estabelecem entre os **elementos constitutivos do gênero** – música, canções e coreografia; os **elementos temáticos e dramáticos** – promessa de sucesso, símbolos de poder e consumo, ritos de passagem, questão utopia *versus* realidade, dentre outros; os **elementos estéticos e a linguagem publicitária** – estética videoclipe, estilo *noir*, iluminação *néon*, tipo de edição e enquadramentos, maior ou menor diegese de música e dança; e as **configurações embasadas pelo conceito de *high concept*** – os produtos derivados do filme, o apuro visual específico, a potencialização do elenco, o exagero interpretativo (*overacting*), a força da música e a mistura de elementos de gêneros fílmicos diferentes. Desta forma, será possível compreender a força de tais representações e os sentidos por elas adquiridos na década que consolidou um novo modo de encarar o cinema em meio ao ambiente multimidiático que apenas começava sua jornada.

3.1 FAMA

*Fama*³⁵⁸ poderia ser percebido como muitos filmes – musicais ou não –, que traduziram na película os dramas e conquistas de jovens que buscavam seu lugar

³⁵⁸ A ficha técnica deste filme consta em Apêndice I.

ao sol, e nos quais as questões sociais e pessoais permeavam as relações que se estabeleceram entre os personagens e seus respectivos objetivos.

Entretanto, o filme do diretor Alan Parker constrói um mosaico de vidas que expõe discriminação social, permanência em guetos – por etnia, origem financeira-social e religião –, aspectos aspiracionais e projetivos de melhora no modo de viver, o que, em algumas vezes, parece oferecer mais drama que musical, resgatando, talvez, certa influência de filmes musicais da década de 1930 – tais como *Rua 42* e *A melodia da Broadway*, em que o pano de fundo era a produção de um espetáculo musical cercado por problemas de ordem pessoal e profissional –, que em *Fama* se apresenta, na explicação de Thomas Hischak, como “um desconcertante e realista olhar sobre o *show business* e um romântico musical no estilo ‘vamos fazer um *show*’”.³⁵⁹

O filme é ambientado na *High School of the Performing Arts* de Manhattan, e acompanha a duração do curso de um grupo de jovens alunos “cheios de esperança [que] batalham através de audições, aulas, ensaios, atrasos, problemas familiares e ansiedade sexual, e [às vezes] repentinamente para a música e a dança em todos os lugares, da rua para a cafeteria”.³⁶⁰ Seu núcleo fílmico é estruturado em três eixos diferentes e complementares: “(a) condição e problemática pessoal dos protagonistas; (b) o desenvolvimento do curso; (c) o segmento propriamente musical”.³⁶¹

A trama se divide entre diferentes questões de seis principais personagens e, diferente do “antigo vezo *hollywoodiano* de instrumentalização da estória como mero veículo ou pretexto musical [...], a dramatização do contexto humano é tão importante quanto a música”.³⁶² A entender: Doris Finsecker (Maureen Teefy), a jovem judia controlada pela mãe; Raúl Garcia (Barry Miler), ou como o personagem se apresenta, Ralph Garcy, que nega sua origem porto-riquenha pobre; Leroy Johnson (Gene Anthony Ray), que oscila entre sua vida de gangue e a de dançarino; Montgomery MacNeil (Paul McCrane), filho negligenciado de uma atriz e que tenta assumir sua homossexualidade; Coco Hernandez (Irene Cara), jovem negra que esconde sua origem humilde; e Bruno Martelli (Lee Curreri), que busca

³⁵⁹ HISCHAK, Thomas. *The Oxford Companion to the American musical*. New York/USA: Oxford University Press, 2008, p. 232.

³⁶⁰ Idem. Pp. 232/233.

³⁶¹ BRILHARINO. *O filme musical*. Op. Cit., p. 176.

³⁶² Idem.

seu espaço entre a ortodoxia musical e os instrumentos eletrônicos, driblando os excessos de seu orgulhoso e afetivo pai ítalo-americano. O senso de equilíbrio entre o modo de expor as problemáticas dos personagens acontece, também, de forma particular: Coco e Bruno expõem mais suas questões através das execuções – ela canta e ele toca – e das situações onde se inserem três das sete canções do filme; enquanto os outros quatro personagens são mais expostos através de diálogos e situações dramáticas – inclusive Montgomery, que canta uma das canções, *It's okay if I call you mine*.

O percurso dos personagens rumo ao seu amadurecimento e aos objetivos que os levam àquela escola é conduzido pelo roteiro através de sua estrutura que respeita e evidencia progressivamente – inclusive com cartelas que delimitam a passagem de tempo – as etapas do curso, a entender, *auditions* (testes), *freshman year* (primeiro ano), *sophomore year* (segundo ano), *junior year* (terceiro ano) e a graduação, nas quais, respectivamente, surgirão questões como a superação e a promessa de conquistar sonhos e projetos, o lidar com limites pessoais e a quebra do encanto inicial, as descobertas interiores, a consolidação das relações pessoais e as experiências com a realidade de se tornar profissional. Com isto, é pertinente afirmar que se trata de um filme ritualístico e com forte foco comportamental.

3.1.1 Análise dos elementos constitutivos do gênero

Música e dança são os elementos fundamentais para a compreensão de filmes do gênero musical. A trilha sonora de *Fama* apresenta sete canções originais, que se dividem entre endossar a cena como “um constante fundo para a ação principal, sem as integrar diretamente à estória”³⁶³ e expressar sentimentos envolvidos na narrativa, “não apenas para comentar a ação, mas também para conduzir a ação através de interpretações sugeridas das imagens”,³⁶⁴ o que explica o fato de cinco delas serem integralmente diegéticas.

A música *Red light* pontua a etapa do processo de seleção dos alunos, logo no início do filme. Desta forma, ela experimenta tanto momentos de diegese, com as cenas dos testes de dança, como de não-diegese ao ser a música de fundo das

³⁶³ WYATT. Op. Cit., pp. 39/40.

³⁶⁴ Ibidem.

provas de interpretação e das tomadas das filas de espera dos alunos. Em especial, a letra desta música, de conteúdo sensual, se ajusta bem à dança lasciva que garante a vaga do personagem Leroy Johnson naquela escola. E, tal como uma lembrança deste momento em contraponto aos posteriores, será diversas vezes utilizada ao longo da narrativa como música incidental.

“*Dogs in the yard*”, a única música não-diegética do filme, evidencia a felicidade e a perspectiva de uma vida melhor para os personagens aprovados. E os conduz desde o recebimento da aprovação até seu primeiro dia de aulas.

A atriz e cantora Irene Cara, que interpreta o papel de Coco, canta três das canções de *Fama*. O personagem Bruno Martelli – seu sugerido, mas não explicitado par romântico – será seu parceiro nestas músicas, seja na contra-actuação das cenas, seja como compositor. Por exemplo, *Hot lunch Jam*, que executam juntos, ilustra o típico almoço na cafeteria da escola e os seus tipificados alunos, servindo como um *début* aos calouros. A canção-título do filme – *Fame* –, gera uma explosão de energia na tela ao expor os sonhos de estrelato de todos os alunos, que deixam suas aulas para dançarem no meio da rua – na cena, o orgulhoso pai de Bruno torna a ação possível através de um toca-fitas e de alto-falantes colocados no teto de seu táxi, que interrompe o trânsito parado à porta da escola. E em *Out here on my own*, que traz Coco cantando e Bruno ao piano em um palco solitário e escuro, consolida tanto a intimidade que os une como o amadurecimento experimentado por todos no terceiro ano do curso.

Paul McCrane, que interpreta Montgomery, assume o seu amor platônico por Ralph Garcy cantando *It's okay if I call you mine* – em cena em que ele está só em seu apartamento, iluminado por *néons* da Broadway. E *I sing the body electric*, que encerra o filme – interpretada, executada e coreografada pelos personagens durante a colação de grau –, resgata o desejo inicial por diferenciação, aceitação e conquistas ao projetar um futuro auspicioso.

Cabe ressaltar que a trilha sonora conquistou um prêmio Oscar®, e *Fame* ganhou tanto o Oscar® como o Globo de Ouro³⁶⁵ como “melhor canção original”. As canções *Fame*, *It's okay if I call you mine* e *Out here on my own* tiveram carreiras bem-sucedidas nas emissoras de rádio da época.

³⁶⁵ **N.A.:** Prêmio concedido pela Associação de Correspondentes Estrangeiros de Hollywood (Foreign Press Association) desde 1944 para produções de cinema e televisão. Nome original do prêmio: Golden Globes Awards.

Ao analisar a coreografia do filme, observa-se que as canções que emolduram situações onde a dança explode – isto acontece de forma contextualizada –, inserida diegeticamente na narrativa. As audições para dançarinos acontecem ao ritmo da música *Red light* – executada pelo aparelho de som da sala; os ensaios de balé têm uma professora ao piano. A sessão de extravasamento de energia durante um almoço na cafeteria, onde alunos dançam diferentes coreografias sobre as mesas, conta com Bruno e Coco – piano e voz, respectivamente, em *Hot lunch Jam* –, além de outros estudantes de música nos seus próprios instrumentos. *Fame* – através do sistema de som acoplado ao táxi do pai de Bruno – afere certa verossimilhança à performática coreografia na rua, sobre carros, à frente da escola. E na colação de grau, todos os personagens principais ou de apoio participam da orquestra, canto, coro e dança da música *I sing the body electric*. Pode-se perceber, pois, que o caráter e a importância da relação diegética entre música e dança enfatizam a verossimilhança necessária à narrativa que busca explorar, sobretudo, a problemática e a evolução pessoal dos personagens.

3.1.2 Análise dos elementos temáticos e dramáticos:

A proposta de *Fama* é ancorada em rituais de passagem. Sua narrativa tem início nas audições para novos alunos e termina com a formatura, delimitando claramente as etapas do curso, ano a ano, enquanto seus personagens enfrentam seus medos e desejos, e amadurecem e encontram suas próprias respostas, compondo um painel social e aspiracional da vida em uma metrópole norte-americana no final dos anos 1970. Por se tratar de uma escola pública, a reunião de personagens com origens diferentes possibilita a construção deste painel, rico em conteúdo e antagonismos – um porto-riquenho pobre, um afro-descendente marginalizado, um homossexual rico, uma judia sufocada pela mãe, um músico autocentrado e uma pobre cantora sonhadora. E, desta forma, expõe criticamente problemas mais amplos daquela sociedade como a falta de perspectivas e a exclusão social. Além de remeter ao sentido de ser bem sucedido, num país que cultua culturalmente o sucesso e o poder.

Se a espinha dorsal da narrativa são os quatro anos do curso, neste trajeto, os rituais de passagem dos personagens acontecem não necessariamente no mesmo momento. Leroy continua vivendo no gueto mas aos poucos percebe-se a mudança em seus interesses e até em sua exposição de afetos – como o apoio que dá para sua professora, Mrs. Sherwood (Anne Meara), prestes a perder o marido (justamente para ela, com quem o aluno estabeleceu grandes confrontos desde o primeiro momento na escola). Ralph, que vive o luto pela ausência de seu pai e pela impotência diante do modo de viver de sua mãe, enquanto suaviza seu sarcasmo e compreende seu próprio estilo de atuar esperando menos adoração e mais reconhecimento por seu talento. Doris liberta-se aos poucos de sua mãe – sem cortar os vínculos –, mas agindo conforme seus próprios desejos, inclusive negando emocionalmente sua origem com a – artisticamente justificável – mudança de nome. Coco percebe que seu talento é grande, mas que seu sonho de estrelato necessariamente não é uma via de fácil acesso – o filme retrata um exemplo de falso agente de talentos que comete assédio à personagem. Montgomery assume sua homossexualidade, embora sem se livrar da auto-mortificação causada e sem conseguir concretizar seu amor platônico por Ralph. E Bruno conquista seu amadurecimento e espaço ao aprender tudo o que os instrumentos eletrônicos não permitiam, mantendo um pouco da introspectiva arrogância que o caracteriza.

Alguns personagens secundários também pontuam o amadurecimento pessoal do decorrer da narrativa. Por exemplo, Lisa (Laura Dean) começa o filme buscando seu sucesso através da dança – para a qual não tem talento – e, ao ser expulsa desta disciplina, descobre seu caminho no canto. E Hilary (Antonia Franceschi), rica, esnobe e solitária, envolve-se com Leroy – numa nítida atitude de agressividade à hipocrisia que reina em sua família – e finda por optar por sua carreira quando engravida e faz um aborto, embora continue só.

A visão ritualística do curso de artes dramáticas através de seus personagens é possível porque existe como parâmetro, na sociedade norte-americana, a promessa de progresso. O ritual de passagem é o processo pelo qual pode-se obter metáforas para este progresso, como evolução e sucesso – ou, como o título do filme antecipa, a fama. Além disto, entrar para uma escola profissionalizante é, na ótica de uma construção profissional, o caminho para atingir tais objetivos. Logo, ser aceito naquela escola já concretiza parte da promessa, mas, como os personagens

descobrirão, não será fácil e não haverá garantias – no início do filme, a canção *Dogs in the yard* fala de alegria e de esperança e, no final, *I sing the body electric* fala da esperança do *vir a ser*, o estar preparado. Talvez seja esta uma importante demonstração do amadurecimento dos personagens frente à questão do progresso: o preconceito e a incerteza anterior, a formação obtida na escola que os diferencia de seus meios e problemas de origem para, depois, partir em busca pelo sucesso na rudeza do mundo adulto e exterior. Sob esta ótica, fazer a escola e estar mais próximo da conquista de seus sonhos é a representação máxima que o filme oferece, coadunada pela ótica comportamental, ou seja, a mudança que se processa nos personagens.

Ainda sobre a questão da promessa de progresso, que se antagoniza à falta de perspectivas vivida por aquela geração de jovens – contextualizada pela crise financeira que se abateu nos EUA entre os anos 1970 e 1980 –, observa-se, por diversas vezes em *Fama*, a representação da relação entre *inclusão* e *exclusão* social. Coco finge entrar em um prédio elegante para que Bruno e seu pai não saibam onde mora. Ralph diz em uma aula que “Deus é porto-riquenho” e Doris, em outra, afirma “eu odeio o Brooklin”.³⁶⁶ Doris, por sinal, protagoniza uma importante cena quando, durante uma sessão do *cult* filme *The Rocky horror picture show*, surpreende Ralph ao tirar a blusa e cantar no palco com outros espectadores performáticos, sugerindo, assim, sua adesão ao ambiente artístico, ainda que de forma folclórica, ao romper com o aspecto contido de sua vida familiar. E Leroy fala à Mrs. Sherwood sobre o convite recebido para ingressar na companhia de dança Alvin Allen, tentando negociar sua aprovação escolar.

Uma relação importante que se estabelece no filme é a de utopia *versus* realidade. Por vezes, a sensação de entrar na escola e a aprovação mitificam a promessa do futuro melhor, futuro este que não acontece necessariamente no filme. Se, ao ser aprovado, Ralph vibra sobre os escombros no terreno baldio onde suas irmãs brincam e a mãe de Doris, ao receber a notícia, exclama “nós entramos!”, não à toa, no primeiro dia de aulas, parte do encanto é quebrado por professores que explicam o que significa estar naquela escola, que não se trata apenas de dançar, cantar ou atuar, e que terão de estudar e se esforçar muito – “não pensem que talento é suficiente para que tenham sucesso,” afirma um deles. Nota-se que o filme

³⁶⁶ **N. A.:** Bairro da cidade de Nova York, situado fora da ilha de Manhattan, e que concentra parte dos imigrantes italianos e da comunidade judaica.

sugere saídas e alternativas, mas não retrata nada de concreto – não há um contrato de trabalho, uma aprovação em uma universidade ou algo parecido – legando a sensação de que a utopia fica restrita às paredes da escola. Portanto, se o olhar recair apenas no ideário do sucesso da cultura norte-americana, tudo isto faria mais sentido se houvesse alguma representação de poder ou de ascensão financeira, independentemente da evolução e do amadurecimento dos personagens, isto, sim, fatos concretos. E assim ser compreendido como um eco dos questionamentos que marcaram os anos 1960 e 1970 e que antagonizavam o *ser* e o *ter*.

Outro elemento temático, a nostalgia, pode ser percebido de duas formas. Primeiro, mais introspectivamente, através das perdas e das carências dos personagens, que relevam idealizações acerca de um modelo de família – que se contrapõe, por exemplo, ao pai ausente de Ralph, à mãe distante de Montgomery, ao controle obsessivo da mãe de Doris e à indiferença da família de Hillary. E, de modo mais contundente, através das muitas incertezas diante do sistema social em que eles vivem, onde se revela a saudade pela segurança de um tempo que não existe mais ou de um tempo idealizado e estetizado pela própria mídia. Cabe ressaltar que o país atravessava uma crise à época, o que, em termos práticos, dificultava que usufríssem de seu direito legítimo ao progresso, gerando expectativas e pressões próprias ou de seus meios de origem – por exemplo, para o pai de Bruno, a prosperidade se traduzia no consumo, a ponto de afirmar que “a mãe de Elton John tem seis casacos de pele”.

3.1.3 Análise dos elementos estéticos e da linguagem publicitária:

Fama é resultado de um momento de transição da indústria cinematográfica. Em determinados momentos, demonstra influências tradicionais do gênero musical, como a grandiosidade de cenas coreografadas – como nas canções *Fame* e *Hot lunch Jam* – ou a intimidade romântica expressa em versos – como nas canções *It is okay if I call you mine* e *Out here on my own*. E também já incorpora, ainda que de forma precursora e tímida, elementos que caracterizariam o cinema norte-americano

nos anos 1980, tais como a estética publicitária, o padrão visual do videoclipe, o resgate do estilo *noir*, um pequeno uso do *néon*, além da configuração *high concept*.

O padrão videoclipe ainda não estava totalmente consolidado, fato que aconteceu após o lançamento da MTV em 1982. Entretanto, a forma como os números musicais eram apresentados em programas de televisão já continham um pouco desta linguagem, que evoluía pouco a pouco. E em *Fama*, percebe-se a convivência de um modo tradicional de mostrar música e dança com tentativas de trazer as experiências dos primeiros videoclipes. Por exemplo, em *I sing the body electric*, a coreografia e a ordenação dos cantores e dos músicos não apresentam mudanças significativas na forma de se construir um musical – apesar da contemporaneidade da fusão de estilos musicais e da influência do balé moderno – explorando muito as tomadas de cena mais longas e nos planos mais abertos. Por outro lado, em *Hot lunch Jam* há certa experimentação na edição, com cortes um pouco mais rápidos, aumentando a sucessão de tomadas, o que naturalmente acelera a sensação de assistir à cena. E em *Red light*, o exercício recai no uso desta canção para costurar diversas situações do processo seletivo dos candidatos à escola, desde a marcação de tempo até as etapas dos testes; e para servir diegeticamente apenas à apresentação do personagem Leroy – resultando numa clara influência na velocidade de edição e em uma ainda pequena fragmentação narrativa, por exemplo.

Por sua vez, a iluminação adota duas propostas que marcaram filmes dos anos 1980: o *néon* e o *noir* – esta com maior predominância. Dentro da escola, há forte influência do *noir*, com a contraluz e a luz indireta, tons sóbrios mesclando o cinza e o sépia, aliados à construção antiga do prédio que a abriga. Tal recurso cria o ambiente propício para a introspecção dos personagens, adquirindo sentido de intimidade para permitir seu amadurecimento. Embora em menor escala, a influência da luz *néon* acontece sempre fora da escola, onde diversas cenas capturam os letreiros luminosos da Broadway – e tem como ápice o reflexo colorido dos luminosos no apartamento de Montgomery, quando ele interpreta a canção *It is okay if I call you mine*. Ficam delimitados, desta forma, os dois mundos que os personagens vivem – a escola e sua promessa de progresso *versus* as ruas e a dura realidade de concretizar seus sonhos. É importante ressaltar que ainda se trata de

uma utilização tímida da luz *néon*, quando comparada a filmes produzidos poucos anos depois, como *O fundo do coração* ou *Nove semanas e meia de amor*.

Em termos de estética publicitária, a primeira questão que se apresenta é a referencialização do indivíduo através da imagem projetada pela conquista de sonhos e de um futuro promissor, esta que talvez seja o fator mais característico. A promessa de progresso pessoal é a essência do filme, traduzido no esforço dos personagens em alcançar, além das metas profissionais, uma vitória sobre suas próprias histórias pessoais. Apesar da simbologia aspiracional utilizada na propaganda, que foca a relação entre ser percebido como bem sucedido e o consumo, em *Fama* ela adquire o sentido, muitas vezes, de crítica social – diferente do que acontece em peças publicitárias – ao expor as dificuldades de se sair de guetos e redomas psicológicas ou familiares para ter acesso ao que deveria ser direito de qualquer cidadão norte-americano, ou seja, a garantia de uma vida melhor – como, por exemplo, as músicas *Dogs in the yard*, *Fame* e *I sing the body electric* que se incumbem de explorar a projeção e o desejo. Desta forma, o desejo sempre é caracterizado primeiro pela evolução pessoal, depois pelos testes e pelos convites. Simbolicamente, parte desta projeção já traz em seu bojo a melhoria financeira, mola propulsora do consumo, uma vez que ser uma estrela do *show business* pressupõe também a posse de bens que legitimem este *status quo*, de forma personalizada, guiada “pelas motivações e desejos [...] [e pela] realização pessoal”.³⁶⁷ Conclui-se que o aspecto aspiracional passa pela representação que, antes, deve ser referencializada através das mudanças e dos resultados por elas geradas – como, por exemplo, sair do gueto e do jugo familiar para se lançar ao seu futuro e ao seu novo mundo.

A segunda questão que envolve a referência publicitária é baseada em aspectos técnicos, largamente difundidos através de comerciais exibidos na televisão. Como descrito neste capítulo, percebe-se em algumas músicas o exercício de edição mais vigorosa e rápida, explorando detalhes, entremeados em planos mais amplos, como que numa busca pelo que se consagraria, em breve naquela década, por estética videoclipe, associada à fragmentação da imagem para gerar mais estímulos e maior identificação através dos detalhes captados. Ainda no aspecto técnico, outro exercício – este na iluminação – está em sintonia com um

³⁶⁷ LIPOVETSKY. Op. Cit., p. XVII.

estilo que começava a se tornar mais evidenciado e referenciado então – o *néon*, a luz difusa e a contra-luz – gerando a sensação de contemporaneidade e de familiaridade com outras representações através da mídia, comprovando que “a conexão entre o estilo dos filmes e o estilo da propaganda não é uma coincidência”.³⁶⁸

3.1.4 Análise dos elementos que caracterizam um filme *high concept*:

Como já apontado, *Fama* é um produto gerado em momento de transição na forma de se fazer filmes, particularmente devido à rapidez com a qual inovações surgiram e foram incorporadas ao processo produtivo do cinema. Havia novas tecnologias, influências estéticas e, sobretudo, uma real e alta expectativa de faturamento financeiro – não apenas para o filme – mas para os demais produtos conexos oriundos do mesmo projeto, confirmando a orientação da indústria cinematográfica para a sinergia.

Lançado em 1980, o sucesso de sua trilha sonora ultrapassou os prêmios conquistados – o Oscar® e o Globo de Ouro –, levando às rádios canções como *Fame* e *Out here on my own*, e estimulando, assim, a vendagem dos discos e fitas. Por sinal, “*Fama* foi um dos primeiros filmes a empregar áudio digital na sua trilha sonora, [...] dois anos antes do lançamento dos CD’s”,³⁶⁹ garantindo uma qualidade superior, com vistas ao futuro que se aproximava.

Ainda sob a ótica de um produto comercial, *Fama* gerou um seriado para a TV com o mesmo título, que estreou em 1982 e cuja primeira temporada teve dezesseis episódios e foi premiada com o Emmy³⁷⁰ e o Globo de Ouro. Em termos de roteiro, a série manteve a mesma temática – inclusive revisitando resumidamente partes do filme original – e personagens – inclusive “apresentando vários integrantes do elenco [original]”,³⁷¹ que “repetiram seus papéis”,³⁷² como é o caso de Leroy (Gene Anthony Ray) e Bruno (Lee Curreri).

³⁶⁸ WYATT. Op. Cit., p. 26.

³⁶⁹ HISCHAK. Op. Cit., pp. 232/233.

³⁷⁰ N.A.: Prêmio concedido pela Academy of Television Arts & Sciences para produções de televisão.

³⁷¹ PARKINSON. Op. Cit., p. 65.

³⁷² HISCHAK. Op. Cit., pp. 232/233.

Fama foi produzido em um momento de transição na indústria cinematográfica, o que fica evidente numa reflexão acerca das características de um filme *high concept* que tenha adotado. Decerto, há produtos derivados do filme – a série para TV e a trilha sonora, por exemplo. Entretanto, outra das características, a potencialização da imagem de artistas reconhecidos e famosos não acontece, posto que o filme não inclui estrelas em seu elenco. Muito ao contrário, *Fama* foi o responsável pelo lançamento ou pela consolidação de carreiras – Irene Cara, Paul McCrane e Gene Anthony Ray, por exemplo. Complementando a lista de características, não existe a atuação excessiva e intencionalmente maximizada dos atores, como decorrência da configuração dos personagens e da exigência do roteiro, que se colocam de modo equilibrado entre si; não são adotados personagens enigmáticos, posto que as histórias pessoais que fundamentam o roteiro são desvendadas uma a uma; e há o rigor na exploração do aspecto visual, valorizando a iluminação, como já tratado, com influência estética do *noir* e do *néon*.

O efeito de explosão musical – assim batizado por Justin Wyatt, criador do conceito de *high concept* – é uma das características mais marcantes, não apenas por se tratar deste gênero fílmico, mas pela relação precursora que se estabelece entre os números musicais, o novo estilo videoclipe e a estética publicitária, além de sua importância “em termos de marketing e os negócios conexos, em virtude da *juvenilização* do público no circuito primário de exibição”.³⁷³ E que, versando sobre a potencialidade comercial, uma “trilha *pop* não precisa ser escrita inteiramente neste estilo, mas ela deve usar músicas *pop* como ponto estilístico central”.³⁷⁴ Como resultado, a execução da música *Red light* compassa os testes e, além de sua vibrante batida, traz em sincronia como primeira tomada de cena um *close-up* das “fartas ancas” da companheira do personagem Leroy. E o brilho da cena final não é resultado apenas da esperada emoção da colação de grau, mas por reunir em uma única canção – *I sing the body electric* –, diferentes execuções, do *pop* ao erudito e ao *gospel*, em cantos solos e em coral, incluindo a dança moderna – fato que reflete o estado de espírito dos jovens que conseguem parte de sua promessa de progresso e que envolve o espectador na mesma frequência. Mas é com a música *Fame*, e sua coreografia urbana, que a energia explode na tela sintonizada com o

³⁷³ MASCARELLO. Op. Cit., p. 351.

³⁷⁴ SMITH. Op. Cit., p. 5.

estilo musical da nova década – os anos 1980 –, com características reconhecidas do gênero, como grandes tomadas de cena.

Fama é reconhecidamente um filme musical. Entretanto, se observado pela importância da abordagem dramática de seu enredo – e suas respectivas representações ao longo do filme – poderia ser eventualmente apontado como um drama musical, considerando o reduzido número de danças e de músicas – apenas sete –, todos verossímeis por se encontrarem inseridas na temática espacial de uma escola de artes. Todavia, independentemente da origem da análise que possa defender ou não esta hipótese, confirma-se, sim, outra característica de um filme *high concept*, que é a mistura de gêneros – o que, neste caso, propicia a convergência de elementos dos filmes *noir*, do drama e do musical.

Como conclusão, reafirma-se o caráter inovador de *Fama*, que permitiu a convivência de características já estabelecidas dos filmes musicais com novas linguagens e influências que caracterizaram os anos 1980. Estes elementos não tornam este filme o mais representativo exemplo de *high concept*, entretanto, exemplifica questões importantes como a mistura de representações de gêneros cinematográficos, as explosões musicais que configuravam aspectos estéticos que viriam a marcar o padrão videoclipe em breve, a valorização dada ao aspecto visual através da iluminação e a consolidação de produtos derivados do filme. Trata-se, portanto, de uma obra representativa, indicando um importante passo da indústria cinematográfica orientada para as novas exigências daquele momento.

3.2 FLASHDANCE

*Flashdance*³⁷⁵ é um dos filmes musicais mais citados pela recente bibliografia publicada sobre o gênero musical. Ele exemplifica reconhecidamente o forte apelo jovem e os recursos estéticos em voga então – como a orientação *high concept* – cujo estilo “alcançou seu apogeu nos anos 1980 com [ele (1983) e outros filmes como] [...] *Footloose* (1984) e *Dirty dancing* (1987), os quais eram mais dramas com intervenções musicais do que essencialmente musicais”.³⁷⁶

Por outro lado, há romance em *Flashdance*, que ressalta o aspecto feminino que o filme imprimiu. Por exemplo, Thomas Hischak – no livro *The Oxford companion to the American musical* – explica *Flashdance* como “um história de Cinderela para os anos 1980”,³⁷⁷ chamando a atenção para a estrutura romântica contemporânea. Opinião, esta, compartilhada por Pauline Kael – no livro *1001 noites no cinema* –, que o descreve como “um musical embalante [...] vendendo aquele tipo de estória romântica [...] [cuja heroína em] seus sonhos, é uma bailarina, recebe buquês, como uma princesa”.³⁷⁸ E Justin Wyatt, por sua vez, resgata a compreensão de um dos produtores do filme, Jerry Bruckheimer,³⁷⁹ de que “o apelo mais importante [era voltado] às platéias jovens e femininas, e a estória, o conceito, o desenvolvimento e o marketing foram inicialmente feitos para [...] este público”.³⁸⁰

Entretanto, além das características juvenis, femininas, românticas e musicais, *Flashdance* marcou sua época por trazer às telas o casamento entre a então nova estética videoclipe e a influência da linguagem publicitária. Estruturado dentro de padrões que o classificavam como *high concept*, o enredo é simples e gira em torno da protagonista Alex Owens (Jennifer Beals), “uma heroína operária católica, de dezoito anos [...] [que,] é soldadora durante o dia e dançarina numa boate à noite”,³⁸¹ e da sua trajetória rumo à almejada carreira de bailarina,

³⁷⁵ A ficha técnica deste filme consta em Apêndice II.

³⁷⁶ PARKINSON. Op. Cit., p. 65.

³⁷⁷ HISCHAK. Op. Cit., p. 246.

³⁷⁸ KAEL, Pauline. *1001 noites no cinema*. São Paulo, Companhia das Letras, 1994, p. 188.

³⁷⁹ Entrevista pessoal realizada por Justin Wyatt, por telefone, em Los Angeles/EUA no dia 26/10/1987. Citada em seu livro *High Concept* (2005).

³⁸⁰ WYATT. Op. Cit., p. 97.

³⁸¹ KAEL. Op. Cit., p. 188. **N.A.:** O referido livro cita a idade de 18 anos, entretanto, no filme, a personagem tem vinte anos – fato comprovado na cena em que ela escreve o formulário de inscrição para os testes na Pittsburgh Dance and Repertory Company.

caracterizada com o curso que sonha fazer na tradicional e exclusiva Pittsburgh Dance and Repertory Company. Há a sugestão de uma origem humilde, embora, por sua relação com a dança, Alex consiga ter uma atitude diferenciada das demais colegas que com ela se apresentam à noite na boate *Mawby's*, sugerindo algum tipo de preparo cultural que poderia ser associado ao seu interesse pela dança clássica – ela também lê revistas especializadas em dança e cultura, bem como assiste a espetáculos de balé na TV. E é através desta atitude que Alex consegue exacerbar sua sensualidade sem cair na vulgaridade.

Na *Mawby's*, também trabalham dois amigos de Alex: a garçonete Jeanie Szabo (Sunny Johson), que almeja ser patinadora; e Richie Blazik (Kyle Heffner), que quer ser comediante. Outra importante personagem amiga de Alex é Hanna Long (Lilia Skala), uma ex-bailarina idosa, com quem compartilha a paixão pela dança e o afeto, e de quem recebe o maior incentivo para não desistir da dança. Dois outros personagens complementam e estabelecem entre si um necessário antagonismo na trama – construída sobre a tensão entre buscar objetivos ou se acomodar: Nick Hurley (Michael Nouri) é o par romântico de Alex, dono da siderúrgica onde ela trabalha, que desejou mudar seu destino e sair do bairro onde nasceu. Neste percurso, ele se casou com uma mulher rica, descasou, recomeçou sua vida de baixo e, com esforço, conseguiu o que queria; enquanto Johnny C. (Sunny Long) é o mau-elemento, marginal de pequena monta – não há evidências de algo grave na sua folha corrida –, mas que ficou no bairro, ali se estabeleceu e ascendeu financeiramente, ainda que através de negociatas e exploração de mulheres. O antagonismo entre Nick e Johnny evidencia a relação entre sair do bairro atrás dos objetivos – e que molda o caráter corajoso e vencedor de quem tenta –, relegando, àquele que permanecer, a pecha de acomodado e de *loser*, ainda que possua dinheiro e bens. Insere-se, pois, a representação do ser bem sucedido através de uma positiva ascensão social e de seu oposto, representado por uma paralisante mediocridade. Novamente, a questão do sucesso esbarra na referencialização externa e na estereotipização.

Fruto de seu tempo, *Flashdance* trabalha com estrutura dramática em meio a números musicais, alguns complementares à narrativa, outros nem tanto. O desenvolvimento da trama acontece entremeado por música vibrante e coreografias interessantes e bonitas. Esta característica comprova a fragmentação narrativa

explicada e pontuada por autores como Wyatt e Smith, mais orientada para o recorte de trechos do filme que terão outras responsabilidades – como a composição de um videoclipe ou como material de divulgação. Nestas cenas, percebe-se que os diálogos poderiam ter acontecido em qualquer outro lugar, sem que a sua relação direta com a música ou com a dança se fizesse necessária. O diretor Adrian Lyne constrói, na verdade, um grande videoclipe – segundo Kael, “basicamente, o filme é uma série de vídeos de rock” –,³⁸² reforçando os recursos que agregaram, à época, extrema sinergia às outras manifestações de comunicação – como o impacto visual, o tipo de música e as relações apresentadas no enredo, nos quais é possível encontrar elementos oriundos de sua experiência com a propaganda.

3.2.1 Análise dos elementos constitutivos do gênero

A relevância do papel ocupado por música e dança em *Flashdance* é inquestionável. Wyatt afirma que se trata de um “dos mais óbvios exemplos de filmes *high concept* dirigidos pela música”.³⁸³ Neste filme, dez canções principais são costuradas ao enredo, que conta também com algumas outras músicas incidentais em cenas específicas – como as curtas seqüências de balé, por exemplo. E cinco tipos de coreografias diferentes dão vida a parte destas músicas.

O repertório musical é calcado em canções populares, interpretadas por cantores e bandas pouco conhecidos. E é interessante observar a forma como são executadas, alternando a relação diegética entre música e dança. Por exemplo, três canções servem como base para as coreografias exibidas no palco do bar *Mawby's* – *He's a dream*, *Imagination* e *Romeo* –, todas diegéticas tanto na execução musical, como na dança; e que servem de claro exemplo da influência do videoclipe na produção deste filme. *Maniac* marca um ensaio caseiro de Alex e conta com cortes de cena em vigoroso compasso de videoclipe – e onde a dança se coloca diegeticamente, ao contrário da execução musical, cuja origem não é explicada na cena. Por sua vez, *I love rock'n'roll* é um videoclipe propriamente dito, com fundo

³⁸² KAEL. Op. Cit., p. 188.

³⁸³ WYATT. Op. Cit., p. 41.

branco e inspiração *high key*³⁸⁴ e tomadas de câmera que privilegiam partes dos corpos das dançarinas, que se exercitam sem o recurso da coreografia e a música não é diegética. *Gloria* é a canção de fundo da coreografia sobre o gelo de Jeanie, e que apresenta música e dança de forma diegética. Duas canções – *Lady, lady, lady* e *I'll be there where the heart is* – colocam-se incidentalmente para aferir emoção à relação de Alex e de Nick, logo, de forma não diegética e sem coreografia, ao contrário de *Seduce me tonight*, que é executada em parte durante a cena em que Alex resgata Jeannie da boate de *strip-tease* de Johnny. Parte de uma das canções, *It's just begun*, embala a cena no parque em que dançarinos demonstram passos de *street dance*³⁸⁵ – considerada criticamente por Kael como “a única dança verdadeira do filme”.³⁸⁶ E, por fim, mas não menos importante, a canção-título, *Flashdance – What a feeling*, que emoldura a abertura do filme, surge como trilha incidental de determinadas cenas e assume relevância ao ser a escolhida de Alex para seu teste na Pittsburgh Dance and Repertory Company – e é nesta cena que a canção adquire, pela única vez, o seu caráter diegético, tal como a coreografia que a acompanha. E, por fim, sem ser menos importante, nenhuma das canções do filme é interpretada pelos personagens – não há canto no filme, apenas execuções musicais.

Cabe ressaltar, como já mencionado, que um dos aspectos valiosos do filme, enquanto musical, é reunir tipos de coreografia diferentes. Há apresentações coreografadas no gelo, além de balé clássico, *break dance*, dança moderna e coreografias sensuais.

Portanto, os ventos das mudanças estéticas que marcaram os anos 1980 demonstram em *Flashdance* o caráter que música e dança passaram, mais e mais, a assumir nos filmes que se seguiriam, comprovando que o padrão musical não precisaria ser uniforme, posto que esta fragmentação do musical e do coreográfico estava consoante à estética do videoclipe, cuja principal função era a de envolver e de gerar experiências sinérgicas e familiares a seus espectadores. Impossível não passar incólume.

³⁸⁴ **N.A.:** Termo oriundo da fotografia, que explica a composição de fundo branco, alta intensidade de luz branca e que pode conter elementos de cores mais fortes contrastando.

³⁸⁵ **N.A.:** Estilo de dança moderna e urbana, que emerge com mais intensidade a partir do final dos anos 1970.

³⁸⁶ KAEL. Op. Cit., p. 188.

3.2.2 Análise dos elementos temáticos e dramáticos:

A correlação do enredo de *Flashdance* a um conto de fadas, como citado anteriormente, demonstra inspiração romântica e, também, projetiva de sonhos e de ideais. Tais representações da promessa de progresso marcaram o cinema não apenas a década de 1980, entretanto são fortemente resgatadas nesta época e concretizadas, por exemplo, na relação entre utopia e realidade e nos rituais de passagem. Pistas podem ser encontradas nos antagonismos que marcam a narrativa de *Flashdance*. Para Alex, a dança é o sonho e o trabalho na metalúrgica é a realidade – ao que, visualmente, a suavidade dos passos se contrapõe ao fogo do forno que derrete o aço. Como concretização de um sonho, a dança aparece caracterizada pelo balé clássico, associado no filme ao ambiente refinado, ao qual Alex não tem acesso senão como espectadora. Pelo menos até conhecer Nick. Em outras palavras, a própria dança se coloca em extremos quando se sugere que a coreografia moderna – exibida no *Mawby's* – está mais próxima de quem não tem acesso ao mundo sofisticado e vencedor do balé clássico – e assume o lugar utópico da realização do sonho, capaz de fazer Alex esquecer das frustrações e das dificuldades cotidianas. Tanto que, ao se decidir pelo teste na Pittsburgh Dance and Repertory Company, ela vai ao bar para pegar seus pertences, colocando a impossibilidade de coexistência dos dois mundos e modos de dançar. A utopia, assim, ganha contorno mais delineado frente à composição desta personagem.

Outros antagonismos também revelam os estereótipos enraizados na trama, como a postura de Rick, vencedor, e de Johnny, perdedor; um bom e um mau; ambos com dinheiro, mas um com requinte e o outro *cafona*. Viver entre o bem o mal, por exemplo, coloca para Jeanie duas alternativas: ser bem-sucedida nos patins ou dançar seminua na boate de Johnny. E Ritchie, que para ser comediante precisa largar Pittsburgh e ir para Los Angeles, o que significa a diferença entre continuar cozinheiro e seguir sua carreira. Tal caracterização, tão marcante, pode ser compreendida pelo uso de extremos como estratégia que facilita a construção rápida de personagens em meio à fragmentação e à rapidez de uma narrativa nos moldes do padrão videoclipe.

Por sua vez, os ritos de passagem constituem-se em sinais de mudança dos personagens, seja por amadurecimento ou por retrocesso. Por exemplo, para Alex, a

morte de sua amiga Hanna Long, fato por si só carregado de simbolismos e uma transição factual, impulsiona-a a assumir as rédeas de sua vida e tentar seguir seus desejos – no caso, o de ser bailarina e, para tal, tentar uma vaga na escola de balé. Em contraponto, Jeanie, após cair no gelo, decide pelo que parecia mais simples e fadado a acontecer – dançar e ganhar dinheiro num *strip-bar*, até que Alex a ajuda. Tentar a sorte em Los Angeles é o caminho de Ritchie – que larga o emprego, viaja para tentar uma carreira como comediante que não dá certo e o traz de volta. Manter-se no *Mawby's* é o comodismo que acena para a infelicidade de algumas dançarinas do local. E Nick refaz sua vida, com sucesso, duas vezes. E é consciente disso ao explicar a Alex, em uma cena, seu processo: “[No início] foi o caminho mais fácil. Quando entendi isso, foi mais fácil fazer o que devia [...]. Esquecer. Começar de novo. Descobrir o que eu queria e tentar fazê-lo”. Mais uma vez, a decisão sinalizada como positiva e madura é o fator de maior proximidade com a vitória e com o sucesso, tanto quanto acreditar nos sonhos e levá-los a termo de modo honesto e determinado.

Como visto, é constante a presença da promessa de progresso pessoal. O mito da Cinderela por si só já o representa. Fazer parte do mundo que se quer, por ser justo ou maduro, é uma maneira de explicar o direito divino a uma vida melhor – e que depende do indivíduo, quase que unicamente. De forma maniqueísta, Rick teve que cair para perceber que o sonho estava errado e se reerguer. Alex teve que abandonar sua atitude auto-suficiente e aceitar a ajuda de Nick para garantir seu lugar no balé. Entretanto, Jeanie erra ao desistir fácil e Ritchie por sua infantil arrogância – ante o que, no filme, fica aberta a possibilidade de que, no futuro, possam conquistar seus sonhos. E esta representação da conquista do sucesso, ou melhor, a fórmula para o obter, fica explícita nos versos da canção *Flashdance – What a feeling*, tais como “ser é acreditar”, “faça a sua vida acontecer” e “use sua paixão e faça acontecer”.

E ao mencionar o sucesso, cabe avaliar aqui como são representados os símbolos de poder e de consumo. Para tanto, tomem-se os já citados antagonismos: o automóvel Porsche de Nick e o Fusca de Ritchie; o balé *versus* o *Mawby's*. E também há os restaurantes caros. Como há Alex que, apesar de ser uma soldadora,

mora num velho armazém transformado em *loft*,³⁸⁷ que, mesmo caracterizado de forma simples, à época, era um dos sonhos de consumo da geração de *yuppies*. Entretanto, há uma emblemática cena que explicita tal representação de poder: quando Alex vai ao Pittsburgh Dance and Repertory Company pela primeira vez para se informar sobre os testes e, na calçada, salta de sua bicicleta e olha a escadaria e a imponência do tradicional prédio, revelando certo sentimento de pequenez ante tal força e opulência. Trata-se do peso da batalha a ser travada contra aquele sistema que mentia sobre o espaço a que todos teriam direito, especialmente quando não se possuíam meios para uma justa concorrência.

Ainda sobre a análise dos elementos dramáticos, capazes de gerar sentidos e presença, *Flashdance* oferece algumas cenas antológicas para o cinema contemporâneo, todas protagonizadas por Alex. A coreografia sensual no *Mawby's* em que ela joga água sobre si; o sutiã que é tirado por debaixo da blusa, enquanto conversa naturalmente com Nick; o jeito lascivo de comer pedaços de lagosta com as mãos, deixando Nick excitado; e o teste final na Pittsburgh Dance and Repertory Company, quando sua coreografia e paixão geram entusiasmo na sisuda banca examinadora.

3.2.3 Análise dos elementos estéticos e da linguagem publicitária:

Flashdance é um dos filmes norte-americanos produzidos nos anos 1980 que melhor reflete as influências estéticas oriundas do videoclipe e da publicidade. Música e dança dominam a estrutura do filme, embora parte de suas execuções não pareçam essenciais para o desenvolvimento da narrativa – apesar de que o espetáculo que geram por si só as justificasse. Com isto, as cenas musicais assumem responsabilidades – ainda inovadoras à época – como a possibilidade de seu recorte para serem transformados em vídeos promocionais independentes, ao que Wyatt explica ser como uma característica *high concept* do filme, posto que “o excesso criado pela junção de música e imagem cria um módulo separado da narrativa, trabalhando contra a seqüência estrutural do filme”,³⁸⁸ mas que é

³⁸⁷ **N.A.:** Imóvel sem divisórias, ampliando o espaço visual e integrando as áreas internas. Pode ser um apartamento ou uma casa, e, no exemplo do filme, trata-se de um velho armazém.

³⁸⁸ WYATT. Op. Cit., p. 40.

importante quando o compreende como produto multimidiático, que representa objetivos comerciais mais amplos da indústria cinematográfica, além do fato de sinergicamente entender e respeitar o modo como espectadores eram influenciados pela comunicação fora de uma sala de cinema. Não à toa, Smith afirma que *Flashdance* é um dos filmes que mais “capitalizaram a habilidade de misturar imagens e sons [...] e de direcionar isto para uma platéia jovem”.³⁸⁹

Entretanto, entender a estética do videoclipe apenas através da fragmentação da narrativa é minimizar muito sua contribuição para o modo de fazer filmes. O padrão videoclipe, quando está aliado à linguagem publicitária, bastante familiar à sociedade norte-americana através dos milhões de televisores instalados em seus lares, valoriza o tempo e afere maior objetividade às explicações do que acontece na tela, posto que segundos contam muito, especialmente sob o ponto de vista financeiro. Logo, quanto mais rápida for a compreensão da mensagem e a sedução do que é exibido, melhor. Com isto são valorizadas, por exemplo, as tomadas de cena com detalhes intencionalmente selecionados à serviço de uma rápida descrição de algo específico, com cortes rápidos, montagem mais intensa, cenas mais curtas e diálogos trocados por imagens, além de seqüências instigantes compostas por várias cenas cadenciadas por uma trilha musical marcante. Em dado momento, Alex está sentada ao lado de um trator, almoçando e lendo. Somente metade do veículo é enquadrado no canto esquerdo da tela, referendando antagonismos e o fato de que ela está na siderúrgica. O resultado é uma cena plasticamente bonita – à qual poderia ser lida como Alex, moça e bela, vestida de operária, comendo em meio à poeira de uma fábrica, elegante ao lado de um trator, introspectiva em sua leitura e sonhos.

Cabe pontuar que o uso da iluminação, ao resgatar a estética *noir*, auxilia na composição dramática e intimista dos conflitos dos personagens de *Flashdance*, e cria a sensação de familiaridade com outras expressões midiáticas, tais como filmes e editoriais de moda daquela época, que notadamente buscavam associação com aspectos comportamentais para referenciar produtos comercializados. Assim, o *loft* de Alex, a casa de Hanna, o camarim do *Mawby's*, a siderúrgica, o balé e o Pittsburgh Dance and Repertory Company ganham contornos especiais – ora

³⁸⁹ SMITH. Op. Cit., p. 187.

introspectivos, ora elegantes, mas, sobretudo, contemporâneos – com o uso da penumbra, do contra-luz e dos tons sóbrios e variantes de cinza.

Por sua vez, como elemento de cena, a iluminação constrói em *Flashdance* uma interessante contraposição: o *noir* trabalha consoante às esperanças e às relações estabelecidas pelos personagens; enquanto a luz *néon* caracteriza quase que exclusivamente o ambiente do bar *Mawby's* – na fachada, no palco e nas coreografias exibidas –, onde as dançarinas se apresentam e vivem, pelo menos naquelas noites, o sonho do sucesso e do seu lugar ao sol. Assim, colocam-se paralelamente uma luz expressando aspectos psicológicos internos – projeção, desejo e esperança; e, outra, os externos – exibição, concretização e limites.

Este jogo intencional da iluminação favorece uma cena que pode ser considerada clássica para o gênero musical: no *Mawby's*, Alex coreografa a canção *He's a dream*, criando um semi *strip-tease*, envolta por um deslumbrante jogo de luz – que mistura a meia-luz do bar, a contra-luz azul dos refletores e os filetes de *néon* que emolduram o palco. Sentada numa cadeira e vestindo um corpete sensual, ela recebe um jorro de água que cai do alto, cena em que são percebidos um leve *slow-motion* e várias tomadas diferentes e superpostas, com ênfase nos detalhes. Por sinal, em *Flashdance*, a opção pelo *néon* evidencia-se já na abertura do filme: sobre o fundo preto, letras em vermelho vibrante criam esta referência, enquanto cresce em compasso a execução da música-tema *Flashdance – What a feeling*.

3.2.4 Análise dos elementos que caracterizam um filme *high concept*:

A partir da afirmação de Jeff Smith de que “*Flashdance* foi virtualmente produzido para a MTV”,³⁹⁰ é possível perceber a força do caráter multimidiático que envolvia a indústria cinematográfica na década de 1980. O filme era – e é – um produto comercial, com força calculada para gerar outros produtos dele derivados, capazes de sustentar investimentos de empresas que compunham os conglomerados de comunicação. E foi bem sucedido nesta empreitada, fornecendo um “modelo inicial de *cross-promotion* tanto para filme como para vídeos

³⁹⁰ SMITH. Op. Cit., p. 201.

musicais”.³⁹¹ Por exemplo, ao exibir o videoclipe da música *Maniac* na MTV quatro semanas antes do lançamento do filme – que não mostrava nenhuma cena do próprio intérprete da canção, Michael Sembello, mas somente partes do filme. Justificava-se, pois, uma das respostas às exigências da indústria cinematográfica, a narrativa modular – esta criticada por fragmentar o filme –, “o visual atraente [...] e a ênfase na dança e no sexo”,³⁹² que são, na verdade, fatores que ajudavam na adaptação para o formato de videoclipe. Enquanto produto comercial, *Flashdance* apresentou resultados satisfatórios ao faturar “cerca de US\$185 milhões em bilheteria e [vender] mais de 700 milhões de cópias da trilha sonora”.³⁹³ Sem contar com a consolidação de um modelo maduro de produção e de estratégia a ser adotada pelos estúdios.

Como filme *high concept*, seus traços mais marcantes talvez sejam o cuidado com o aspecto visual, a explosão musical e a estética de videoclipe. A iluminação, como já discorrido, constrói um interessante jogo de diferentes influências – a resposta imagética à batida do rock, o resgate do *noir* e a efervescência da luz *néon*. Por exemplo, a já citada cena de abertura do filme comprova o arrebatamento por exibir cartelas pretas e letras vermelhas que são substituídas para um típico amanhecer urbano, embalada pela música-título da trilha sonora, em tom crescente e envolvente, talvez como uma promessa do que há por vir. Em outra cena, dançarinas se exercitam ao som de *I love rock'n'roll*, com a valorização dos detalhes de cada personagem e partes de seus corpos em meio à malhação – o que realmente fica literalmente registrado, com maior ênfase, a partir do uso de fundo branco brilhante e de iluminação que sugere certa plasticidade às imagens captadas. Em alguns momentos, a alternância de ambientes internos e externos – respectivamente com toque *noir* e com luz clara diurna – relaxa os sentidos diante de tamanha excitação causada pelo ritmo impresso pelo filme, evitando o cansaço gerado pelo excesso. As apresentações no *Mawby's* representam bem este apuro visual, pois contam com os recursos estéticos da iluminação e com músicas e coreografias vibrantes. Com isto, observa-se que a luz, o som e a forma de apresentá-los encontram-se interligados e é neste resultado que se estabelece um dos valores de *Flashdance* como reflexo de seu tempo.

³⁹¹ Idem. P. 200.

³⁹² Idem. P. 201.

³⁹³ SMITH. Op. Cit., p. 201.

De outro modo, duas outras características de um filme *high concept* não são adotadas neste filme. Uma delas é a potencialização da imagem de artistas famosos que não acontece, especialmente, por se tratar de um elenco principal composto por atores pouco conhecidos – talvez Michael Nouri (Nick) tenha maior peso, embora mais inclinado a papéis em produções para a TV. A outra característica que não acontece de modo contundente é a exacerbação da atuação de algum dos personagens, sejam protagonistas ou antagonistas – muito pelo contrário –, mantendo-se em certo equilíbrio, até mesmo pelas demandas do tipo de enredo. Observa-se, entretanto, que as cenas já citadas – em que Alex explode em atitudes estimulantemente ousadas – como tirar o sutiã ainda de blusa na frente do futuro namorado ou a de sorver uma pata de lagosta enquanto bolina Nick por baixo da mesa com o pé –, podem ser percebidas como um esforço maior para sensualizar a personagem, que se coloca desde o princípio do filme de forma conservadora por sua religiosidade e algo rude por seu afinco e defesa em um ambiente de trabalho eminentemente masculino. Esta hipótese coincide com a crítica de J. Hoberman, para quem *Flashdance* é “[uma versão] erotizada de filmes femininos para mulheres cafonas”.³⁹⁴

Ainda sobre os personagens, a construção de seus perfis ao longo da trama mantém certo enigma, característica possível em um *high concept*. Por exemplo, Alex conta que nasceu em Altoona, Pensilvânia, e que seu pai a inspirou a “fechar os olhos e ver a música”,³⁹⁵ e nada mais. Nick conta seu processo de amadurecimento e de escolhas, mas não explica ou fica explícito, de alguma forma, a origem de seu dinheiro. Sugere-se apenas que ele e Johnny eram da mesma região da cidade, e que ele conseguiu sair de lá – assim como as representações que acompanham tal mudança. Hanna, a bailarina aposentada, é amiga de Alex, porém não são explicadas a forma como se aproximaram e a sua história – esta novamente apenas sugerida através de porta-retratos e pôsteres de espetáculos dos quais participou. Igualmente Ritchie e Jeanie não são explicados em maiores detalhes, apesar desta personagem ser a única que possui e que mostra sua família. Percebe-se que, devido à necessidade de dar velocidade e ritmo à narrativa, os personagens apresentam-se de modo telegráfico, ou seja, através de recortes que

³⁹⁴ HOBBERMAN, J. “The other, woman”. In HOBBERMAN, J. *The vulgar modernism – writing on movies and other media*. Philadelphia/USA: Temple University Press, 1991, p. 247.

³⁹⁵ N.A.: Texto original do filme.

compõem parte de um diálogo, da menção a um familiar ou a um fato marcante: por uma foto ou uma lembrança. Não há tempo ou espaço para um aprofundamento maior, posto que a proposta é gerar identificação urgente e posterior envolvimento e credibilidade com o maior número de espectadores possível, de perfis e origens diferentes. Talvez a emoção das palavras e das verdades implícitas ao roteiro tenha dado espaço para a emoção de música e dança, ou ainda, dos estereótipos de largo espectro, capazes de estimular sentimentos sem profundidade, oriundos do entretenimento. Cabe ressaltar que este aspecto remete, em muito, ao modo como a publicidade estabelece os vínculos entre marcas e consumidores. Diferentes linguagens e abordagens, mas com sentidos afinados.

Por fim, *Flashdance* é um filme musical, não adotando a última característica de um *high concept*, que é o uso de elementos de outros gêneros fílmicos ostensivamente, apesar da influência das experiências com o *noir*, do flerte com o romance e com o drama leve. Entretanto, Wyatt sugere certo risco na caracterização deste filme exclusivamente como um musical: “os espectadores [podem] esperar momentos extremos, nos quais os personagens estão aptos a transcender as circunstâncias mundanas através da música e da dança [...] [pois nisto] *Flashdance* é similar aos musicais clássicos”.³⁹⁶ Mas, o problema se dá na comparação com outras formas de excessos existentes em um musical clássico – tais como situações de música e dança sem que sejam diegeticamente justificadas, da montagem que acompanha o compasso proposto pela trilha musical e pelo enredo, dentre outras. A saída proposta por Wyatt é a esperança que, “de alguma forma, o excesso da música e a produção em módulos possam se reconciliar através da experiência anterior dos espectadores com musicais”.³⁹⁷ Em outras palavras, o foco e o centro de toda a problemática era – e é – a experiência prévia do espectador, assim como aquela a ser gerada nele pelo novo filme através da familiaridade, seja com o gênero em si, seja através de elementos que conversam com demais impactos midiáticos que fazem parte do seu cotidiano. Ali residiriam o sentido a ser dado, a possibilidade de fidelização e a resposta desejada pela indústria – no caso, a compra de outros produtos derivados do filme, além de grande bilheteria.

³⁹⁶ WYATT. Op. Cit., p. 40.

³⁹⁷ Ibidem.

3.3 *Fama e Flashdance*: semelhanças e diferenças.

Interessante é a questão dos gêneros cinematográficos. Por mais que possa ser criticada, e desde que não seja um fator limitador e totalizante, permite uma análise específica do desenvolvimento de filmes que compõem uma mesma orientação. E assim, de forma mais clara, é possível perceber que os filmes de um determinado gênero podem assumir diferentes representações a partir da tecnologia, das demandas comerciais dos estúdios, dos contextos que os possibilitaram e, sobretudo, da familiaridade – e por que não dizer, da intimidade que estabelecem com os espectadores, enquanto entretenimento, adquirindo sentidos particulares e especiais. *Fama* e *Flashdance* se encaixam nestas considerações. Ambos são filmes musicais, foram lançados nos anos 1980 – num espaço de três anos entre um e outro – e assumem representações distintas para, inclusive, tratarem de temáticas baseadas na promessa de progresso pessoal.

Sob a ótica contextual que marcou a era Reagan e o pragmatismo da formação dos conglomerados de comunicação – em resumo – *Fama* é fruto da transição e *Flashdance* é a própria consolidação destas transformações que marcaram a indústria cinematográfica naquela década. Como já tratado nesta dissertação, os primeiros exemplos de filmes orientados para maiores resultados de bilheteria e de negócios conexos aconteceram a partir de meados dos anos 1970 – com *Tubarão* e *Guerra nas estrelas* e onde se encaixaram musicais como *Embalos de sábado à noite*, *Grease – Nos tempos da brilhantina* e *Fama*. Como processo evolutivo, a orientação de filmes *high concept*, no auge dos anos 1980, gerou dramas com toques musicais como *Ases indomáveis*, *Nove semanas e meia de amor* e *Uma secretária de futuro* e musicais propriamente ditos como *Footlose*, *Flashdance*, *Purple rain*, *Dirty dancing – ritmo quente* e *Os embalos de sábado continuam*.

Portanto, cabe resgatar na história do gênero musical o conceito de drama musical,³⁹⁸ para que seja confrontado com uma das características dos filmes *high concept* – a mistura de elementos constitutivos de gêneros diferentes. Para que não se estabeleça, então, uma confusão entre estes dois modos de entender a produção

³⁹⁸ Lembrete: um filme musical com forte inclinação dramática, onde necessariamente a coreografia não era utilizada e a música/canção assumia a correlação com o gênero, posto que a ênfase repousa no enredo de tom mais dramático que performático, e que sugeria maior verossimilhança na inserção das canções como parte da narrativa.

fílmica, o drama musical é um filme musical que costura uma relação entre os elementos constitutivos do gênero musical – especificamente, a música/canção e a dança – e um enredo dramático, sem prejuízo ao arrebatamento que o musical pode oferecer aos seus espectadores. Por sua vez, a orientação *high concept* não é exclusiva do gênero musical, embora a música ocupe um espaço fundamental na sua constituição – seja como elemento gerador de explosões musicais, seja pela estética influenciada pelo videoclipe, seja pelo uso dos videoclipes como forma de divulgação do filme e de produtos dele derivados. Portanto, é correto afirmar que *Fama* possui maior equilíbrio entre drama e musical, podendo ser compreendido como um filme musical dramático, onde a música e a dança dividem o peso de conduzir o enredo; e *Flashdance* explora com total força seu aspecto de espetáculo musical com a roupagem dos anos 1980 – parte do corolário *high concept* – somado a uma abordagem romântica contemporânea.

A questão da promessa de progresso pessoal – ou sucesso –, em ambos os filmes traduz o sonho americano de sucesso em contraponto ao fantasma de ser um perdedor. Neles, as tramas convergem para a formação dos personagens como um passaporte para suas almeçadas conquistas – *Fama* tem a *High School of the Performing Arts* e *Flashdance*, o Pittsburgh Dance and Repertory Company. Por sua vez, as origens humildes ou problemáticas dos personagens principais servem como base de comparação para as futuras melhorias em suas vidas, as conquistas e o sucesso. Em *Fama*, a narrativa apresenta este processo de forma mais ritualística do que em *Flashdance*, talvez como um modo de alinhar os diferentes personagens e suas histórias pessoais. Mas, em nada a ausência da marcação evidente do ritual de passagem diminui a importância do desejo e da atitude da protagonista de estudar na academia de balé – ele está implicitamente presente no caminho percorrido por Alex.

Como os dois filmes são musicais é importante pontuar a forma como se estabelece a inserção de músicas/canções e dança nos filmes: a influência da referencialização pessoal diante de um grupo ou de uma projeção de vida idealizada, tão presente nas representações fílmicas e em outras formas midiáticas, sugere a necessidade de maior proximidade com os espectadores, com o que acontece na vida fora do cinema. Priorizam-se as inserções musicais e as coreografias diegéticas, como vinha acontecendo desde a segunda metade da

década de 1970: *Flashdance* não tem nenhuma canção interpretada pelos personagens e *Fama* insere todas as coreografias em situações passíveis de acontecer dentro de uma escola de artes. Por fim, a narrativa estabelece maior condução em *Fama* através da música, enquanto que em *Flashdance* isto acontece mais através da coreografia – não minimizando a explosão musical, mas evidenciando a importância da visualidade.

Desta forma, recai-se na influência da estética videoclipe, que é apresentada vigorosamente em *Flashdance* – inclusive com músicas estrategicamente colocadas apenas para o impacto desejado e para o mais puro prazer estético-visual. Esta estratégia remete à questão da fragmentação da narrativa, que acontece tanto pela inserção de números musicais que necessariamente não narram a estória – apenas a emolduram esteticamente –, como pela opção técnica de montagem, cortes de cena e de edição, buscando obsessivamente os detalhes que servem para dar mais agilidade à identificação e à referencialização – e cujo resultado final é a vibração e a associação ao estilo de se fazer musicais na TV – respaldados pelo padrão advindo da MTV. Com *Fama* é diferente, pois este filme adota os recursos dos musicais mais tradicionais do gênero no modo de executar suas músicas e danças, como o uso de planos mais contínuos, mesclando planos abertos e fechados, formas de enquadramentos, enfim, tal como um filme musical em que a familiaridade com o gênero cuidava de facilitar a criação de sentidos.

As visualidades de *Fama* e *Flashdance* coincidem no resgate do *noir*, que serve de fundo para ambientes internos ou que estivessem ligados a intimidade, a introspecção ou a momentos de transformações dos personagens. Como se a penumbra favorecesse o privado ou a reflexão. Da mesma forma, a luz vibrante aparece em ambos quando as cenas acontecem no lado externo das edificações. Seria uma promessa de luz, de respostas, de atitudes tomadas ou a serem postas em prática? Não obstante esta hipótese, a luz *néon* surge em compasso a seu uso estilístico na moda e na decoração de ambientes dos anos 1980. Em *Fama*, ainda timidamente, quase restrita aos luminosos da Broadway; enquanto em *Flashdance*, em todas as apresentações das dançarinas e na ambientação da boate *Mawby's*.

Enquanto produto midiático, ambos os filmes foram bem sucedidos. Embora *Fama* se coloque mais próximo do *cult*³⁹⁹ que de um *blockbuster*, conseguiu se perpetuar em uma série para a TV. A vendagem das trilhas sonoras dos dois filmes foram bem sucedidas. E *Flashdance* obteve maior distribuição e bilheteria, com visibilidade amplificada através de vídeos promocionais intencionalmente preparados para a MTV.

Diante de todas as questões apontadas acima, é pertinente afirmar que esteticamente *Flashdance* é mais publicitário e *Fama* é mais *noir*. E, também, que *Flashdance* desenvolve mais o romance e que *Fama* flerta mais com o drama; e que *Flashdance* se orienta pelo visual, enquanto *Fama* o faz pelo ritual. Ambos, porém, constroem suas narrativas baseadas na promessa de progresso pessoal, embora com representações diferentes. E cada qual, a seu jeito e forma, busca estabelecer pontes evidentes com um espectador mais jovem – alvo recém-descoberto pela indústria do entretenimento na década de 1970 – que possuía fortes influências oriundas da televisão e do rádio. E que, sobretudo, *Fama* e *Flashdance* são produtos de um momento fundamental da indústria cinematográfica, cujo foco comercial dado aos produtos midiáticos havia de respeitar, para além de todas as demais instâncias de gestão desta máquina, uma simples premissa do cinema e, em especial, do gênero musical: o arrebatamento e o prazer de um envolvente entretenimento.

³⁹⁹ **N.A.:** Filmes que se tornam populares entre um grupo de espectadores, muitas vezes com interesses afins.

CONCLUSÃO

CONCLUSÃO

O cinema é fruto de seu tempo, ou melhor, de seus tempos, desde o dia 28 de dezembro de 1895, quando se deu a primeira exibição pública do primeiro filme dos irmãos Lumière. Os filmes traduzem na película, formas de linguagem particulares a cada momento de sua história, através de representações que adquiriram sentidos para quem vive a experiência por elas gerada. Este percurso foi, de certa forma, descrito nesta dissertação, a qual manteve, subliminarmente, três instâncias que permitem melhor entender a experiência do cinema: enquanto entretenimento, enquanto espaço midiático e enquanto produto comercial. Todas elas versando com ênfase sobre o cinema musical norte-americano, em especial, na década de 1980.

Para falar das instâncias acima indicadas, antes, porém, é necessário reiterar que entreter e criar um vínculo capaz de fazer fruir a idéia do filme e obter a correspondência do espectador está diretamente associado ao sentido que o filme adquire para aquele indivíduo que o assiste, tal como o modo como isto se estabelece e a sua relação com o momento e com o meio que o exhibe. Em concordância com Gumbrecht, que afirma ser necessário indagar sobre “as condições de possibilidade de emergência das estruturas de sentido”,⁴⁰⁰ é pertinente concluir, por mais evidente que seja, que instâncias como a emoção, a projeção de sonhos e a diversão carregam em si uma força capaz de estimular sentidos, estes que foram gerados a partir de estruturas pensadas, de estratégias ou de intenções de fazer com que determinadas respostas ao que se passa na tela possam surgir. Implícito está que, mais que definir, sugere-se o caminho do sentir.

Portanto, o cinema musical, enquanto entretenimento, já contempla através da própria natureza dos seus elementos constitutivos – música e dança –, a capacidade de envolver pelo enlevo e pelo prazer visual e sonoro que geram, tornando-se fonte para a emergência de sentidos particulares a cada espectador. Somam-se a este fato, e neste papel, também, aspectos técnicos e comportamentais dos filmes musicais, como, por exemplo: as tomadas de câmera de Busby Berkeley, em *Rua 42*; a sintonia com os anseios pessoais e sociais que envolveram os anos pré e pós-Segunda Guerra Mundial, e que foram personificados

⁴⁰⁰ GUMBRECHT. Op. Cit., p. 147.

antagonicamente pelas coreografias de Fred Astaire e de Gene Kelly; a explosão musical e o apurado visual dos filmes ancorados na estética videoclipe, como *Flashdance*; e os rituais de passagem como fator de identificação pessoal, como em *Fama*. E, especificamente, frente ao modo de pensar da sociedade norte-americana, a implícita promessa de progresso pessoal em personagens que se destacam ou que conquistam objetivos, através de representações deste progresso, como, por exemplo, a sensação de exclusão ou de pertencimento, os momentos de transição em suas vidas e os sinais exteriores de melhoria financeira ou de consumo, ainda que possam ser vistos criticamente como “simulacros de estilos de vida”.⁴⁰¹ Tudo isto, mantidas as respectivas perspectivas de cada período em que se inseriam, posto que o sentido está atrelado às experiências vividas pelo indivíduo e por seu grupo social, sujeitos à interferências da tecnologia e aos contextos sócio-político-econômicos de seu tempo.

E, por sua vez, o cinema musical enquanto espaço midiático encontra eco na sinergia adotada pela indústria cinematográfica, num movimento que concretizou a intertextualidade,⁴⁰² mais do que nunca, necessária para estimular a familiaridade entre diferentes formas de comunicação às quais o espectador está exposto, facilitando sua escolha e fidelização. Um olhar simplista resgataria, por exemplo, a influência da estrutura narrativa e de aspectos técnicos dos musicais da Broadway em diferentes momentos do gênero musical. Todavia, um olhar mais profundo, poderá perceber que a intertextualidade está presente no uso de uma fragmentação narrativa conduzida enfaticamente através da propaganda televisiva – além da exploração de seus aspectos aspiracional e de pertencimento; ou com a adoção da jovialidade e da energia do videoclipe, traduzida em músicas encontradas em álbuns ou CD's nas lojas e em sucessos nas emissoras de rádio, além dos próprios vídeos exibidos na MTV. O diálogo entre meios – não necessariamente com as mesmas características em todos eles – favorece o sentido gerado pelo filme e permeia a relação pessoal de cada espectador com cada mídia. Em outras palavras, a música, da forma como era explorada no musical com estética videoclipe, pode atrair um fã não ardoroso do gênero, ou um espectador de TV, sentindo-se mais confortável

⁴⁰¹ ROCHA, Rose de Melo. Op. Cit., p. 103.

⁴⁰² **N.B.:** “Termo [...] que designa a relação que diferentes enunciados entretêm entre si. A teoria literária do século XX, no rastro de Mikhail Bakhtin e de sua noção de ‘dialogismo’ (pluralidade de vozes narrativas em uma mesma obra), considerou, de fato, com frequência, que um texto novo se relaciona com obras anteriores, em modos variáveis[...]”. In AUMONT & MARIE. Op. Cit., pp. 170/171.

vendo um filme musical que lhe remeta a representações que ele comumente assiste em comerciais publicitários. E aqui se coloca a relevância que o meio mais e mais assumiu neste processo, pois a experiência gerada pelo filme estava diretamente relacionada a outras, geradas por outros produtos midiáticos e pelos meios que os construía, interferindo na forma como estes produtos eram concebidos – não apenas uma música de impacto, mas também um visual primoroso e uma construção narrativa que seja familiar aos programas de TV e às revistas. Num ir e vir de linguagens que, muitas vezes, não permitia identificar a origem de uma determinada influência. É pertinente afirmar que, neste caso, a intertextualidade torna-se um importante instrumento à favor do *cross-marketing*.

Na posição de produto comercial, um filme musical era entendido pela sua capacidade de vender entradas para suas sessões nas salas de exibição, de vender discos de sua trilha sonora, de vender cópias em VHS e de vender merchandising, dentre outras possibilidades. Para a indústria cinematográfica, àquele momento inserida num contexto mais amplo e complexo dos conglomerados de entretenimento, um filme – mais que uma obra – era lucro que não se encerrava em si, mas em tudo o mais dele derivado. Tratavam-se de projetos intencionais que passavam por identificar audiências e tendências, de interferir na produção e na narrativa do filme – como a narrativa modular –, de ajustar linguagens para que pudessem gerar um mesmo sentido. Como a *juvenilização* cinematográfica, consolidada nos anos 1980, ou seja, “[...] uma forma decorrente da articulação de uma cultura juvenil-adolescente com um processo de industrialização e diversificação material, [chamado de] intercambialidade entre os meios e produtos”,⁴⁰³ onde a intertextualidade está associada aos objetivos mercadológicos desta indústria para alinhar e criar familiaridade entre diferentes representações. Tome-se o exemplo de um espectador jovem, vivendo o auge de seus ritos de passagem, que preferia *rock* ou música *pop* – ao que ele assistia encantado em videoclipes na MTV –, e que tinham algo em comum com a propaganda que, ao mesmo tempo, o estimulava a consumir, para que pudesse ter mais sucesso em suas empreitadas. Para ele, encontrar parte destes elementos num filme musical ajudou, sobremaneira, a minimizar eventuais resistências deste público frente ao

⁴⁰³ BUENO, Zuleika de Paula. “Quando os mocinhos se rebelam”. In LYRA, Bernadette & SANTANA, Gelson (org.). *Cinema de bordas*. São Paulo: Editora do Autor, 2006, p. 178.

gênero musical – este que agora poderia ser mais *cool*,⁴⁰⁴ com filmes como *Purple rain*, *Footloose* e *Flashdance*.

Ainda sobre o aspecto comercial dos filmes musicais, a partir dos parâmetros estabelecidos pelo conceito *high concept*, este gênero foi – e ainda é – favorecido por ele. Afinal, a música é um dos elementos fundamentais de tal orientação fílmica – mencionada através do recurso da explosão musical, perpetuada em trilhas sonoras compostas por intérpretes populares e nos videoclipes – ao mesmo tempo em que é um dos seus elementos constitutivos. O intercâmbio de elementos entre gêneros e a importância que a música assumiu nas narrativas dos filmes nos anos 1980 estimularam, inclusive, a denominação de alguns deles como dramas musicais – como o filme *Nove semanas e meia de amor*, do mesmo diretor de *Flashdance*, Adrian Lyne, que é um drama que transborda em explosões musicais, interpretadas em parte por diversos artistas consagrados. Portanto, uma vez que, segundo Bernadette Lyra e Gelson Santana “alguns filmes estão mais próximos de uma produção de presença, tanto por razões culturais externas quanto pela configuração de suas formas, enquanto que outros se aproximam mais de uma condição de produção de sentido junto ao intelecto dos espectadores”,⁴⁰⁵ não é demais afirmar que, para os filmes musicais, a aproximação aconteceu mais pela emoção e pelo caráter sensorial, pelo menos àquela época.

E sobre a questão de gênero, é fato que o cinema musical adotou nos anos 1980 diversos elementos temáticos, estéticos e técnicos como estratégia intencional dos estúdios. Esta junção de elementos, além de oferecer inovações aos espectadores deste tipo de filmes, buscava na sinergia gerada pelas diferentes mídias a possibilidade de atrair mais pessoas, inclusive novos públicos. Um destes elementos temáticos merece especial destaque: a promessa de progresso. Presente no ideário da cultura norte-americana e, por sua vez, há muito no cinema, ela estabeleceu uma ponte consistente com o contexto dos anos 1980 e com os espectadores de então, particularmente com o público jovem, alvo importante de Hollywood. A resposta para dificuldades ou limitações residia na crença do direito que cada indivíduo tem – desde que lute e que não desperdice seus dons e talentos – para conquistar seus objetivos, seu lugar ao sol e seu progresso.

⁴⁰⁴ **N.A.:** Tradução: a palavra pode se referir a algo considerado “legal”, atual, que está na moda e/ou é atraente.

⁴⁰⁵ LYRA, Bernadette & SANTANA, Gelson (org.). *Cinema de bordas*. São Paulo: Editora do Autor, 2006, p. 12.

Para o público espectador e, em especial, para os jovens, vale ressaltar a riqueza dos rituais de passagem para a vida adulta, que é um forte ingrediente para os roteiros dedicados à esta faixa etária até hoje, os quais funcionam como um aceno de que a vida tem solução e que pode melhorar. Molda-se, assim, uma forma de representar a concretização do sucesso, reflexo direto da promessa de progresso pessoal. Por exemplo, *Fama* escancara esta dinâmica ao dissecar o processo de amadurecimento dos alunos durante seu curso, o que talvez tenha adquirido mais consistência ao terminar o filme na colação de grau, sem mostrar o que de fato aconteceu depois com cada personagem. *Flashdance*, por sua vez, já consegue explorar os sinais exteriores das conquistas da protagonista, que abrem um leque de possibilidades positivas, como o namorado rico e apaixonado por ela e a aprovação na escola de balé.

A consolidação dos grupos empresariais de entretenimento, por sua vez, possibilitou uma visão, senão mais madura, pelo menos mais ajustada à dimensão dos problemas estruturais enfrentados pela indústria cinematográfica desde os anos 1960. Um filme era mais que apenas um filme e passava a ser, definitivamente, um produto comercial, cujo valor estava atrelado aos produtos dele derivados. Da mesma forma, o cinema musical buscou alternativas ao integrar linguagens, referenciais estéticos e elementos técnicos, permitindo, assim, a emergência de sentidos. Através da quebra de paradigmas com a intensificação de uso de cantores e músicas populares em suas trilhas, com a inovação do videoclipe, com o repertório herdado da propaganda de massa que associava o consumo ao progredir e ao pertencer. Para os críticos deste gênero, os filmes com esta configuração eram “essencialmente dramas com interlúdios musicais que contribuíram mais para a evolução da promoção do *pop* do que a preservação do gênero que estava em declínio”.⁴⁰⁶ Mas para seu fiel público – tanto o tradicional como o novo alvo jovem – era uma prova de sua vitalidade, de atualidade e do poder emocionar e encantar, mais uma vez, compassando o ritmo de seus pés debaixo da poltrona, com a vida que cantava e dançava estampada na tela. *Puttin’ on the Ritz*.

⁴⁰⁶ PARKINSON. Op. Cit., p. 105.

BIBLIOGRAFIA

I. BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA SOBRE CINEMA E CINEMA MUSICAL

- ALVES COSTA, Henrique. *Memória do cinema*. Porto/Portugal: Editora Afrontamento, 1977.
- AUMONT, Jacques & MARIE, Michel. *Dicionário teórico e crítico de cinema*. Campinas/SP: Papirus, 2003.
- BAZIN, André. *Charlie Chaplin*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.
- BERCHMANS, Tony. *A música do filme*. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.
- BORDWELL, David. “Estudos de cinema hoje e as vicissitudes da grande teoria.” In RAMOS, Fernão Pessoa. *Teoria contemporânea do cinema – Volume I*. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- BRILHARINO, Guido. *Clássicos do cinema mudo*. Uberaba/MG: Instituto Triangulino de Cultura, 2003.
- _____. *O filme musical*. Uberaba/MG: Instituto Triangulino de Cultura, 2006.
- BUENO, Zuleika de Paula. “Quando os mocinhos se rebelam.” In LYRA, Bernadette & SANTANA, Gelson (org.). *Cinema de bordas*. São Paulo: Editora do Autor, 2006.
- CHARNEY, Leo & SCHWARTZ, Vanessa R. (org.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- COHEN, David. *Musicals*. New York/USA: Gallery Books, 1984.
- COSTA, Flávia Cesarino. *O primeiro cinema – espetáculo, narração e domesticação*. Rio de Janeiro: Azougue, 2005.
- COUTO, José Geraldo. “O fundo do coração”. In LABAKI, Amir (org.). *O cinema dos anos 80*. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- EWALD FILHO, Rubens. *DVD News – Guia de filmes*. São Paulo: NBO Editora, 2001.
- HISCHAK, Thomas. *The Oxford Companion to the American musical*. New York/USA: Oxford University Press, 2008.
- HOBBERMAN, J. *The vulgar modernism – writing on movies and other media*. Philadelphia/USA: Temple University Press, 1991.
- KAEL, Pauline. *1001 noites no cinema*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- KEHL, Maria Rita. “Nove e meia semanas de amor”. In LABAKI, Amir (org.). *O cinema dos anos 80*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

- LABAKI, Aimar. "O selvagem da motocicleta & O reencontro". In LABAKI, Amir (org.). *O Cinema dos anos 80*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.
- LABAKI, Amir (org.). *O cinema dos anos 80*. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- _____. *Folha conta 100 anos de cinema*. Rio de Janeiro: Imago, 1995.
- LYRA, Bernadette & SANTANA, Gelson (org.). *Cinema de bordas*. São Paulo: Editora do Autor, 2006.
- MASCARELLO, Fernando (org.) *História do cinema mundial*. Campinas/SP: Papirus Editora, 2006.
- MÁXIMO, João. *A música do cinema – Os 100 primeiros anos – Volume II*. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- MELEIRO, Alessandra (org.). *Cinema no mundo – indústria, política e mercado. Estados Unidos – Volume IV*. São Paulo: Escrituras Editora, 2007.
- PARKINSON, David. *The rough guide to film musical*. Londres/Inglaterra: Rough Guides, 2007.
- ROSENFELD, Anatol. *Cinema: arte & indústria*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2002.
- SCHATZ, Thomas. *O gênio do sistema – a era dos estúdios em Hollywood*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- SMITH, Jeff. *The sounds of commerce – Marketing popular film music*. New York/USA: Columbia University Press, 1998.
- THOMPSON, Kristin & BORDWELL, David. *Film history*. New York/USA: McGraw Hill, 2003.
- THOMPSON, Kristin, BORDWELL, David & STAIGER, Janet. *The classical Hollywood cinema – Film style & mode of production to 1960*. New York/USA: Columbia University Press, 1985.
- TROPIANO, Stephen. *Rebel & chicks – A history of the Hollywood teen movie*. New York/USA: Back Stage Books, 2006.
- WYATT, Justin. *High Concept – Movies and marketing in Hollywood*. Texas/USA: University of Texas Press, 2006.
- VANOYE, Francis & GOLIOT-LÉTÉ, Anne. *Ensaio sobre a análise fílmica*. São Paulo: Papirus, 2005.

II. BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA SOBRE ESTUDO DE GÊNERO CINEMATográfico

- ALTMAN, Rick. *Film genre*. Londres/Inglaterra: British Film Institute, 2004.
- BUSCOMBE, Edward. “A idéia de gênero no cinema americano”. In RAMOS, Fernão Pessoa (org.). *Teoria contemporânea do cinema – Volume II*. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- GRANT, Barry Keith. *Film genre reader II*. Texas/USA: University of Texas Press, 1999.
- NEALE, Steve. *Genre and contemporary Hollywood*. Londres/Inglaterra: British Film Institute, 2006.
- _____. *Genre and Hollywood*. Oxford/Inglaterra: Routledge Institute, 2007.
- SCHATZ, Thomas. *Hollywood genres: formulas, filmmaking, and the studio system*. USA: McGraw Hill, 1981.

III. BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA SOBRE CIÊNCIAS SOCIAIS

- ALONSO, Silvia Leonor. “Encontros entre imagens e conceitos: reflexões sobre a temporalidade em psicanálise”. In BARTUCCI, Giovanna (org.). *Psicanálise, cinema e estéticas de subjetivação*. Rio de Janeiro: Imago, 2000.
- CANEVASSI, Massimo. *Antropologia do cinema*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- ERIKSEN, Thomas Hylland & NIELSEN, Finn Sivert. *A história da antropologia*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2007.
- KARNAL, Leandro, et alii. *História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI*. São Paulo: Contexto, 2007.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio – ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Barueri/SP: Editora Manole, 2005.
- MAFFESOLI, Michel. *O mistério da conjunção*. Porto Alegre/RS: Ed. Sulina, 2005.
- _____. *O ritmo da vida*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2007.
- ROCHA, Everardo. *Representações do consumo – Estudos sobre a narrativa publicitária*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio/Mauad, 2006.
- ROCHA, Rose de Melo. “Imagens que encantam, mas também podem aterrorizar: cultura da visualidade e discurso pós-moderno”. In *Revista da ESPM, Volume*

14, ano 13, edição n. 4, julho/agosto de 2007. São Paulo: Editora Referência, 2007.

SAMPSON, Anthony. *O toque de Midas*. São Paulo: Best Seller, 1989.

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

STUKART, Hernert Lowe. *Ética & corrupção*. São Paulo: Editora Nobel, 2003.

TURNER, Graeme. *Cinema como prática social*. São Paulo: Summus, 1997.

WEBER, Max. *A ética protestante e o “espírito” do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

IV. BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA SOBRE CONSUMO E PROPAGANDA

GIGLIO, Ernesto. *O comportamento do consumidor*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.

MARTINS, José. *A natureza emocional das marcas*. São Paulo: Negócio Editora, 1999.

OGILVY, David. *Confissões de um publicitário*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.

PREDEBON, José (org.). *Curso de Propaganda – do anúncio à comunicação integrada*. São Paulo: Atlas, 2004.

ROBERTS, Kevin. *Lovemarks: o futuro além das marcas*. São Paulo: M. Books, 2005.

SAMPSON, Anthony. *O toque de Midas*. São Paulo: Best Seller, 1989.

SOLOMON, Michael R. *O comportamento do consumidor – comprando, possuindo e sendo*. Porto Alegre/RS: Bookman, 2002.

V. BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA SOBRE CONTEMPORANEIDADES

COUCHOT, Edmond. *A tecnologia na arte*. Porto Alegre/RS: Ed. UFRGS, 2003.

FELINTO, Erick. *A religião das máquinas*. Porto Alegre/RS: Editora Sulina, 2005.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Corpo e Forma*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo – A lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Editora Ática, 1996.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru/SP: EDUSC, 2001.

TOURAINE, Alain. *A modernidade em crise*. Petrópolis/RJ: Vozes, 1994.

INTERNET

INTERNET MOVIE DATABASE. <http://www.imdb.com>

FILMOGRAFIA

FILMES MUSICAIS

ABSOLUTE BEGINNERS. Título original: *Absolute beginners*. Direção de Julien Temple. Inglaterra, 1986.

ACROSS THE UNIVERSE. Título original: *Across the universe*. Direção de Julie Taymor. EUA, 2007.

ALÔ, DOLLY. Título original: *Hello Dolly*. Direção de Gene Kelly. EUA, 1969.

AMA-ME ESTA NOITE. Título original: *Love me tonight*. Direção de Rouben Mamoulian. EUA, 1932.

AMOR SUBLIME AMOR. Título original: *West side story*. Direção de Robert Wise e Jerome Robbins. EUA, 1961.

BALANÇO DAS HORAS, AO. Título original: *Rock around the clock*. Direção de Fred F. Sears. EUA, 1956.

CAN-CAN. Título original: *Can-Can*. Direção de Walter Lang. EUA, 1960.

CANTOR DE JAZZ, O. Título original: *The jazz Singer*. Direção de Allan Crosland. EUA, 1927.

CHICAGO. Título original: *Chicago*. Direção de Rob Marshall. EUA, 2002.

CINDERELA EM PARIS. Título original: *Funny face*. Direção de Stanley Donen. EUA, 1956.

DIA EM NOVA YORK, UM. Título original: *On the town*. Direção de Gene Kelly. EUA, 1949.

DIRTY DANCING – RITMO QUENTE. Título original: *Dirty dancing*. Direção de Emílio Ardolino. EUA, 1987.

DREAMGIRLS – EM BUSCA DE UM SONHO. Título original: *Dreamgirls*. Direção de Bill Condon. EUA, 2007.

EMBALOS DE SÁBADO À NOITE, OS. Título original: *Saturday night fever*. Direção de John Badhan. EUA, 1977.

FAMA. Título original: *Fame*. Direção de Alan Parker. EUA, 1980.

FLASHDANCE. Título original: *Flashdance*. Direção de Adrian Lyne. EUA, 1983.

FOOTLOOSE – RITMO LOUCO. Título original: *Footloose*. Direção de Herbert Ross. EUA, 1984.

GODSPELL, A ESPERANÇA. Título original: *Godspell*. Direção de David Greene. EUA, 1973.

GREASE – NOS TEMPOS DA BRILHANTINA. Título original: *Grease*. Direção de Randal Keiser. EUA, 1978.

HAIR. Título original: *Hair*. Direção de Milos Forman. EUA, 1975.

HAIRSPRAY. Título original: *Hairspray*. Direção de Adam Shankman. EUA, 2007.

HIGH SCHOOL MUSICAL. Título original: *High school musical*. Direção de Kenny Ortega. EUA, 2006.

HISTÓRIA DE VERNON E IRENE CASTLE, A. Título original: *The story of Vernon and Irene Castle*. Direção de H. C. Potter. EUA, 1939.

HOMENS PREFEREM AS LOURAS, OS. Título original: *Gentlemen prefer blondes*. Direção de Howard Hanks. EUA, 1953.

ISTO É HOLLYWOOD. Título original: *That's entertainment*. Direção de Jack Haley Jr. EUA, 1972.

JESUS CRISTO SUPERSTAR. Título original: *Jesus Christ superstar*. Direção de Norman Jewison. EUA, 1973.

MAMMA MIA! O FILME. Título original: *Mamma mia! The movie*. Direção de Phyllida Lloyd. EUA, 2008.

MELODIA DA BROADWAY, A. Título original: *The Broadway melody*. Direção de Harry Beaumont. EUA, 1929.

MELODIA DA BROADWAY – de 1938, A. Título original: *Broadway melody*. Direção de Roy Del Ruth. EUA, 1937.

MINHA DOCE DAMA. Título original: *My fair lady*. Direção de George Cukor. EUA, 1964.

NOVIÇA REBELDE, A. Título original: *The sound of music*. Direção de Robert Wise. EUA, 1965.

PEQUENA LOJA DOS HORRORES, A. Título original: *Little shop of horror*. Direção de Frank Oz. EUA, 1986.

PICOLINO, O. Título original: *Top hat*. Direção de Mark Sandrich. EUA, 1932.

PRODUTORES, OS. Título original: *Producers*. Direção de Susan Stroman. EUA, 2005.

RENT. Título original: *Rent*. Direção de Chris Columbus. EUA, 2005.

ROCKY HORROR SHOW, THE. Título original: *The Rocky horror picture show*. Direção de Jim Sharman. EUA, 1975.

RUA 42. Título original: *42nd street*. Direção de Lloyd Bacon. EUA, 1933.

TOMMY. Título original: *Tommy*. Direção de Ken Russel. Inglaterra, 1975.

XANADU. Título original: *Xanadu*. Direção de Robert Greenwald. EUA, 1980.

DRAMA MUSICAL

FUNDO DO CORAÇÃO, O. Título original: *One from the heart*. Direção de Francis Ford Coppola. EUA, 1982.

LOUCURAS DE VERÃO. Título original: *American graffiti*. Direção de George Lucas. EUA, 1973.

NASCE UMA ESTRELA. Título original: *A star is born*. Direção de Frank Pierson. EUA, 1976.

NOVE SEMANAS E MEIA DE AMOR. Título original: *9 ½ weeks*. Direção de Adrian Lyne. EUA, 1986.

PARA OS RAPAZES. Título original: *For the boys*. Direção de Mark Rydell. EUA, 1991.

REENCONTRO, O. Título original: *The big chill*. Direção de Lawrence Kasdan. EUA, 1983.

ROSA, A. Título original: *The rose*. Direção de Mark Rydell. EUA, 1979.

RUAS DE FOGO. Título original: *Streets of fire*. Direção de Walter Hill. EUA, 1984.

TINA. Título original: *Tina – What's love got to do with it?* Direção de Brian Gibson. EUA, 1993.

DRAMA / ROMANCE / AVENTURA

ASES INDOMÁVEIS. Título original: *Top gun*. Dirigido por Tony Scott. EUA, 1986.

BLADE RUNNER – O CAÇADOR DE ANDRÓIDES. Título original: *Blade runner*. Direção de Ridley Scott. EUA, 1982.

BONEQUINHA DE LUXO. Título original: *Breakfast at Tiffany's*. Dirigido por Blake Edwards. EUA, 1961.

CIDADÃO KANE. Título original: *Citizen Kane*. Direção de Orson Welles. EUA, 1941.

CREPÚSCULO DOS DEUSES, O. Título original: *Sunset boulevard*. Direção de Billy Wilder. EUA, 1950.

GIGOLÔ AMERICANO, O. Título original: *American gigolo*. Direção de Paul Schrader. EUA, 1980.

GRANDE GATSBY, O. Título original: *The great Gatsby*. Direção de Jack Clayton. EUA, 1974.

MAGNÓLIA. Título original: *Magnolia*. Direção de Paul Thomas Anderson. EUA, 1999.

MALVADA, A. Título original: *All about Eve*. Direção de Joseph L. Mankiewicz. EUA, 1950.

PAISÁ. Título original: *Paisá*. Direção de Roberto Rossellini. Itália, 1946.

PEGGY SUE SEU PASSADO A ESPERA. Título original: *Peggy Sue got married*. Direção de Francis Ford Coppola. EUA, 1986.

PODEROSO CHEFÃO, O. Título original: *The Godfather*. Direção de Francis Ford Coppola. EUA, 1972.

PRESENTE DE GREGO. Título original: *Baby boom*. Dirigido por Charles Shyer. EUA, 1987.

PRIMEIRO ANO DO RESTO DE NOSSAS VIDAS, O. Título original: *St. Elmo's fire*. Direção de Joel Schumacher. EUA, 1985.

ROSA PÚRPURA DO CAIRO, A. Título original: *The purple rose of Cairo*. Direção de Woody Allen. EUA, 1985.

SECRETÁRIA DE FUTURO, UMA. Título original: *Working girl*. Direção de Mike Nichols. EUA, 1988.

VERÃO DE 42, O. Título original: *Summer of '42*. Direção de Robert Mulligan. EUA, 1971.

WALL STREET – PODER E COBIÇA. Título original: *Wall street*. Dirigido por Oliver Stone. EUA, 1987.

DIVERSOS

AEROPORTO 1975. Título original: *Airport 1975*. Direção de Jack Smight. EUA, 1974.

BOLHA, A. Título original: *The blob*. Direção de Irvin Shortess Yeaworth, Jr. EUA, 1958.

BUSCA DO OURO, EM. Título original: *The golden rush*. Direção de Charles Chaplin. EUA, 1925.

DESTINO DO POSEIDON, O. Título original: *The Poseidon adventure*. Direção de Ronald Neame. EUA, 1972.

MONSTRO DA LAGOA NEGRA, O. Título original: *Creature from the Black Lagoon*. Direção de Jack Arnold. EUA, 1954.

NASCIMENTO DE UMA NAÇÃO, O. Título original: *The birth of a nation*. Direção de D. W. Griffith. EUA, 1915.

OLIMPIA. Título original: *Olympia*. Direção de Leni Riefenstahl. Alemanha, 1938.

TITANIC. Título original: *Titanic*. Direção de Herbert Selpin e Werner Klinger. Alemanha, 1943.

TRIUNFO DA VONTADE, O. Título original: *Triumph des willens*. Direção de Leni Riefenstahl. Alemanha, 1936.

APÊNDICES

APÊNDICE I:

FICHA TÉCNICA DO FILME *FAMA*:⁴⁰⁷

Título original:	<i>Fame</i>
Título no Brasil:	<i>Fama</i>
Data de lançamento:	16 de maio de 1980
Produtores:	David de Silva e Alan Marshall
Empresa:	Metro-Goldwyn-Mayer (MGM)
Direção:	Alan Parker
Roteiro:	Christopher Gore
Direção de fotografia:	Michael Seresin
Edição:	Gerry Hambling
Trilha sonora:	Michael Gore
Edição musical:	Norman Hollyn
Coreografia:	Louis Falco
Elenco:	Howard Feuer e Jeremy Rotzer
Duração:	134 minutos

⁴⁰⁷ Fonte: Site www.imdb.com (International Movies Database).

APÊNDICE II:

FICHA TÉCNICA DO FILME *FLASHDANCE*:⁴⁰⁸

Título original:	<i>Flashdance</i>
Título no Brasil:	<i>Flashdance</i>
Data de lançamento:	15 de abril de 1983
Produtor:	Jerry Bruckheimer
Empresa:	Paramount Pictures
Direção:	Adrian Lyne
Roteiro:	Thomas Hedley Jr. e Joe Eszterhas
Direção de fotografia:	Donald Peterson
Edição:	Bud S. Smith e Walt Mulconery
Trilha sonora original:	Giorgio Moroder
Edição musical:	Jim Henrikson
Supervisão musical:	Phil Ramone
Coreografia:	Jeffrey Hornaday
Elenco:	Gretchen Rennell
Duração:	95 minutos

⁴⁰⁸ Fonte: Site www.imdb.com (International Movies Database).

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)