

O cinema de entretenimento juvenil: uma investigação sobre *Bete Balanço*¹

Zuleika de Paula Bueno²

Resumo:

A investigação sobre o cinema juvenil permite explorar um conjunto de práticas de entretenimento que originam narrativas e produtos diversos, articulados por processos integrados de produção, consumo e fruição. Neste artigo, a discussão de tais práticas e produtos se dará por meio da análise do filme *Bete Balanço* (1984), dirigido por Lael Rodrigues e das estratégias de produção, promoção e divulgação, que envolveram a sua realização e lançamento em meados da década de 1980 além das suas características estilísticas e narrativas, diretamente associadas a tais estratégias.

Palavras-Chave: Cinema juvenil. Gênero cinematográfico. Práticas sociais.

Abstract

The research about young cinema allows us to explore a realm of entertainment which are associated to several narratives and products, linked to production process, consumerism and reception. This paper aims to discuss these practices and products through the analysis of the movie *Bete Balanço* (1984), directed by Lael Rodrigues, involving its production, promotion and diffusion strategies, in the middle of the 1980's. Closely related to these context, the stylistic elements of the narrative will be also discussed.

Keywords: young cinema; movie genre, social practises.

¹ Texto originalmente apresentado no XVII Encontro da Compós, na UNIP, São Paulo, SP, em junho de 2008 no Grupo de Trabalho Mídia e Entretenimento.

² Docente da Universidade Estadual de Maringá (UEM).

O “gênero” juvenil

Os jovens espectadores de *“High School Musical”*, filme dirigido por Kenny Ortega. EUA, 2006, obviamente não se lembram. É possível quem nem mesmo imaginem a legião de protagonistas adolescentes que antecederam Troy (Zac Efron) e Gabriella (Vanessa Hudgens) nos mais variados - e curiosamente semelhantes – filmes de entretenimento juvenil.

Jovens talentosos, empenhados em ver suas canções e coreografias serem publicamente reconhecidas é um dos argumentos centrais explorados há décadas pela produção dos *teenpictures*: vertente da produção de entretenimento cinematográfico voltada para os espectadores adolescentes (DOHERTY, 2002).

Os filmes juvenis combinam formas e conteúdos já largamente experimentados pelas indústrias de entretenimento, transitam entre os mais variados formatos - de musicais a filmes de horror - e associam aos filmes qualquer situação emergente ou oportuna relacionada a temas e protagonistas adolescentes. Tais características, que poderiam classificar os filmes juvenis como um gênero específico de produção, são igualmente os complicadores de sua definição genérica.

O filme de entretenimento juvenil se constrói principalmente a partir de apropriações de componentes de outros gêneros. Afinal, cantar e dançar – como fazem os protagonistas de *“High School Musical”* - são componentes muito mais característicos dos musicais do que propriamente de filmes juvenis. Na busca por componentes delineadores do “gênero”, alguém poderia argumentar que um filme juvenil é aquele cuja ação se desenrola num colégio ou qualquer outro espaço escolar. Contudo, um número considerável de filmes para adolescentes privilegia as praias, as férias e toda sorte de lugares freqüentados durante o tempo livre. Sexo, drogas e rock’n’roll também são elementos muitas vezes considerados óbvios nessas produções, porém, uma reunião não muito numerosa de filmes bastaria para comprovar que esses são componentes de um universo restrito do cinema de entretenimento juvenil. Até

mesmo o principal argumento capaz de aglutinar esta produção numa categoria comum, ou seja, a sua orientação para uma faixa etária específica, é considerado de limites e horizontes imprecisos (TURNER, 1997).

Se a busca de um formato capaz de definir o “filme juvenil” pouco oferece para uma discussão sobre o cinema de entretenimento, o deslocamento da concepção de formas para a idéia de práticas na discussão dos gêneros cinematográficos pode se revelar uma orientação metodológica interessante.

Sendo uma construção social fundamentalmente moderna, as práticas de entretenimento juvenil não se restringem a países isolados, mas avançam num sentido global de integração, revelando-se, assim, extremamente dinâmicas e heterogêneas. Por outro lado, a juvenilização da produção cinematográfica potencializa a integração e a intercambialidade do cinema com outros meios, fortalecendo os processos de convergência entre diversas práticas de entretenimento, estabelecendo uma forte padronização dos produtos culturais destinados ao consumo juvenil.

Observando o caso brasileiro, é nítida no cinema de entretenimento a contemporaneidade de juvenilização de sua narrativa quando comparada com a cinematografia hegemônica. Do modelo de comédia musical consolidado pela Atlântida na década de 1950 e produzido por outras empresas da época, como a Herbert Richers e a Cinedistri, surgiu o embrião de um possível filme juvenil brasileiro, posteriormente desenvolvido na produção cinematográfica da Jovem Guarda durante os anos 1960 e consolidado pelas práticas cinematográficas da década de 1980 – quando surge o objeto de investigação deste artigo: o filme “Bete Balanço”.

É objetivo deste texto discutir como a investigação sobre o cinema juvenil permite explorar um conjunto de práticas de entretenimento que originam narrativas e produtos diversos, articulados por processos integrados de produção, consumo e fruição. Essa investigação, acredita-se, permite avançar na compreensão de processos de uniformização, identificação e

diferenciação da produção de entretenimento brasileira em relação às práticas e formas mundializadas e hegemônicas.

Práticas de produção: a organização de um cinema juvenil brasileiro

Em meados da década de 1980, o Centro de Produção e Comunicação (CPC) - produtora formada por Lael Rodrigues, Tizuka Yamasaki e Carlos Alberto Diniz - trabalhava num roteiro que pudesse ser resumido num argumento claro, fácil e conciso, potencialmente capaz de desenvolver um alto retorno mercadológico orientado para o público adolescente.³ A idéia inicial: garota do interior do país abandona sua cidade natal para ser chacrete⁴ no Rio de Janeiro.

O roteiro, mesclando drama e erotismo, foi desenvolvido por Rodrigues e posteriormente apresentado a Yoya Wurch, uma jovem roteirista que havia se aproximado do CPC a partir de um concurso de roteiros promovido pela empresa. “Momentos Cachorros”, argumento escrito por Wurch e vencedor do concurso, nunca chegou a ser realizado, contudo, coube à sua vencedora a tarefa de transformar a futura chacrete descrita por Lael Rodrigues em uma garota apaixonada por rock, que fumava maconha e vivia sua sexualidade sem tabus. O trabalho conjunto dos dois profissionais resultou na criação da personagem que deu nome ao filme “Bete Balanço”, interpretada nas telas pela atriz Débora Bloch.

Realizado em poucas semanas e com um orçamento de US\$ 60 mil dólares, “Bete Balanço” obteve considerável retorno nas bilheterias, atingindo diretamente os adolescentes e jovens, público alvo da fita. Nem mesmo as interdições da Censura e o atraso na data de seu lançamento – previsto para

³ Os três sócios fundaram o Centro de Produção e Comunicação no final dos anos 70 para viabilizar a realização do primeiro longa metragem de Tizuka Yamasaki, *Gaijin* (1979); o segundo projeto da produtora foi *Parayba Mulher Macho* (1982), igualmente dirigido por Yamasaki. O terceiro trabalho do CPC foi destinado à estréia de Lael Rodrigues no cinema ficcional de longa metragem, o que se deu com a realização de *Bete Balanço* (1984).

⁴ Nome dado às dançarinas do programa televisivo *Discoteca do Chacrinha*, bastante popular na época.

o mês de julho a fim de atingir os estudantes em férias – inibiram a atração do público para as salas de exibição. Lançado em agosto de 1984, no Rio de Janeiro, “Bete Balanço” permaneceu em cartaz por cinco semanas no estado carioca antes de ingressar em circuito nacional. Conforme os relatos da época, na estréia do filme a avenida Nossa Senhora de Copacabana ficou tomada pelos jovens que formavam uma fila imensa em frente aos cinemas

Os realizadores de “Bete Balanço” atribuíam tal sucesso ao fato de oferecerem ao público juvenil “o produto que eles estavam querendo”: um filme capaz de despertar empatia e familiaridade com o público jovem por meio de uma temática contemporânea, alta qualidade técnica e linguagem visual moderna. Conforme declarava Diniz, o “padrão de qualidade” de “Bete Balanço” era decorrente da maturidade do trabalho diário conduzido no CPC por ele, Yamasaki e Rodrigues, além do fotógrafo Edgar Moura e da diretora de arte Yurika Yamasaki, as principais pessoas responsáveis pela “atualização da linguagem do cinema brasileiro” promovida pelo filme. Realizado “dentro de uma linha de produção independente e (...) um conceito novo de trabalho”, “Bete Balanço”, apresentava uma coerência entre suas formas audiovisuais modernizadas e suas práticas produtivas “de última geração” (Material de divulgação, p. 14)

O CPC era uma pequena empresa que visava a racionalidade e a integração de seus diversos aspectos técnicos, artísticos e comerciais - tipo de organização que foi chamada pelos seus sócios-produtores de “independente”. As práticas de produção defendidas por Diniz, Rodrigues e Yamasaki orientavam-se por uma lógica gerencial - apesar das condições quase artesanais de realização - e apostavam no investimento privado na elaboração de produtos de entretenimento para consumo num grande mercado. Tal organização, afirmavam os empresários, garantiria uma produção veloz e

flexível, menos vulnerável às crises econômicas que atingiam o cinema patrocinado pelo Estado – leia-se, Embrafilme.⁵

Práticas de promoção e divulgação em “Bete Balanço”: marketing e merchandising

Embora seja possível identificar embriões de filmes juvenis nas produções brasileiras já da década de 1950, “Bete Balanço” pareceu para grande parte da opinião pública, por ocasião de seu lançamento, um cinema completamente inovador. A reação da imprensa demonstrava a eficácia das estratégias de *marketing* da fita, as quais divulgavam o oferecimento de um produto supostamente inédito no cinema brasileiro: “um filme para um segmento do público jovem que nunca foi visto, sequer ouvido e jamais viu sua imagem em cinema”, ou ainda, segundo o produtor Cacá Diniz, um similar nacional das produções juvenis realizadas pelos norte-americanos. Por similar entenda-se igualmente competitivo. Na expectativa do retorno da bilheteria, os realizadores de “Bete Balanço” aceitavam o fato de não serem originais, contanto que o potencial criativo da produção se adequasse “à realidade do mercado, sem prejuízo da qualidade do produto final” (Material de divulgação, p.09).

⁵ Empresa de economia mista, tendo a União como principal acionista, a Embrafilme foi inicialmente criada como um apêndice do Instituto Nacional de Cinema, o INC, e deveria desempenhar o papel de distribuidora de filmes brasileiros no exterior, função esta que logo se mostrou secundária diante da crescente inserção da empresa no financiamento de produções de filmes nacionais. Na segunda metade da década de 70, sob a gestão de Roberto Farias, a Embrafilme viveu seus “anos dourados”, caracterizados pela consolidação da intervenção estatal no cinema tanto na produção quanto na distribuição de filmes. Contudo, é nesse momento também que se destaca um aumento dramático nos custos de produção cinematográfica. Nos anos seguintes, esse aumento estaria atrelado à crise econômica nacional, ao processo inflacionário e à “dolarização” do processo de produção, tornando mais agudos os efeitos colaterais das opções políticas adotadas pela Embrafilme. A partir de 1986 intensificaram-se os esforços para o desmembramento da Embrafilme em novos organismos, procurando romper com a onipotência estatal sobre o cinema brasileiro. Apesar das dificuldades e dos baixos retornos financeiros, ou justamente por isso, a presença da Embrafilme continuou essencial tanto na realização quanto na distribuição de filmes brasileiros até o início dos anos 90, quando foi extinta, causando um verdadeiro colapso na produção cinematográfica brasileira (GATTI, 1999).

De fato, era evidente a semelhança entre Bete e a personagem Alex Owens (Jennifer Beals) em *"Flashdance"* (1983) - *blockbuster* dirigido por Adrian Lyne lançado no ano anterior à chegada de "Bete Balanço" nos cinemas. Em *"Flashdance"*, a protagonista Alex lutava para alcançar uma vaga numa renomada escola de balé e assim superar a condição de pobre menina operária. No filme de Lael, Bete abandonava a faculdade, o noivo e sua cidade natal em Minas Gerais para assumir uma vida incerta e arriscada no Rio de Janeiro. Ambas, porém, acreditavam em seu talento e batalhavam para conquistar seus ideais sem qualquer tipo de ajuda externa, apoio familiar ou institucional, e enfrentavam a extrema competitividade do meio artístico contando apenas com a ajuda de alguns poucos amigos.

A semelhança entre as personagens foi assumida pelos realizadores brasileiros sem muitos conflitos e com alguns trunfos: ao associar os dois filmes, os produtores acabavam por se apropriar de forma tática do mega esquema promocional que havia acompanhado o lançamento do produto norte-americano.

Também causou surpresa no meio cinematográfico brasileiro a adoção de estratégias comerciais até então pouco exploradas pelos filmes nacionais. Em "Bete Balanço", o *merchandising* – então associado quase exclusivamente à produção televisiva - deixava de ocupar seu "clássico" espaço no cenário das tramas e passava a interagir diretamente com as situações do enredo. Bete conseguia, como um de seus primeiros trabalhos, a participação num vídeo de divulgação do Leite Ninho. A situação rendia ao filme uma completa sequência musical.⁶

Tais medidas resultaram numa conquista efêmera, porém bem-sucedida, do mercado de entretenimento cinematográfico juvenil. Num feito incrível,

⁶ Conforme afirmava o diretor Lael Rodrigues, "(...) num esquema de produção como o de *Bete Balanço*, o *merchandising* é uma fonte de recursos fundamental e inevitável. Resolvi assumir essa idéia sem nenhum problema e usar a criatividade artística em cima de elementos de *merchandising*, logicamente favorecido pela própria temática do filme. Sempre fiquei cabreiro com diretores que tinham vergonha de incorporar o *merchandising* ao seu filme. Eu transei isso em o menor grilo, até com algum prazer.". Material de divulgação, p. 9.

“Bete Balanço”, desbancou nas bilheterias produções internacionais que prometiam um bom retorno financeiro e contavam com milhares de dólares empregados em campanhas publicitárias, como o filme “Beat Street- Na onda do Break”, dirigido por Stan Lathan. USA, 1984.

Elementos residuais da narrativa de entretenimento juvenil

Ao contrário das personagens juvenis anteriormente vistas no cinema brasileiro, Bete Balanço não encontrava nenhuma perspectiva de sucesso futuro senão na sua persistência e luta individual. “Transformando a batalha da vida numa coisa boa”, Bete alcançava o esperado final feliz (Material de divulgação, p. 8).

Enganavam-se, porém, aqueles que viam no “alto astral” do filme uma proposta apenas lúdica e descomprometida de representação juvenil. Havia uma clara “lição de moral” em “Bete Balanço”, exposta na perspectiva liberal e individualista, direcionada a uma espécie de “preocupação pedagógica com a modernização”⁷. Tal preocupação, porém, não era novidade na produção de entretenimento juvenil.

O protagonismo de personagens jovens ganhou destaque em meados do século XIX na narrativa dos contos, crônicas e folhetins publicados nas páginas dos jornais diários. O jovem de origem pobre que vagava pelas ruas das grandes cidades cometendo pequenos delitos e promovendo tumultos - citado nas notícias policiais- , bem como sua versão feminina, indefesa e desgraçada, foram intensamente explorados pela imprensa e não tardaram a ganhar apelo melodramático nos romances populares (PAES, 1990:17).

Herdeira cultural do romance de formação, a literatura de entretenimento juvenil focalizava as experiências que antecediam a maturidade de seus protagonistas. Inventava-se, assim, uma forma literária da

⁷ A expressão é utilizada por Ismail Xavier ao discutir os seriados televisivos *Anos Dourados* e *Anos Rebeldes* (XAVIER, 2003:160). Consideramos, porém, a expressão apropriada para o contexto aqui exposto.

condição juvenil.⁸ Sexo, estudo e trabalho compunham os principais elementos delineadores dessa literatura, estabelecendo uma figura modelo de adolescente, simultaneamente construído como objeto do enredo e sujeito da leitura. A literatura de entretenimento juvenil, portanto, além de focalizar as ações nos protagonistas adolescentes, considerava os usos que a mocidade faria dessas histórias, formulando diferentes mecanismos de sedução desses leitores, considerando seu grau de instrução, a disponibilidade para leitura e o dinheiro que poderiam despendar nessa atividade. Tal dinâmica foi ao mesmo tempo descobrindo e inventando um público leitor juvenil e a ele adequando novos produtos.

No Brasil, essa 'literatura originou histórias de grande tiragem e vendagem, como “Elzira, a morta virgem”- romance de Pedro Ribeiro Viana que relatava os sofrimentos fatais de uma jovem de 15 anos impedida por seus pais de desposar o rapaz por quem se apaixonara. Publicado em 1883, o romance de cem páginas, capítulos curtos, títulos ilustrativos e comoventes alcançou diversas edições, todas esgotadas, e se manteve circulante nas livrarias por cerca de vinte anos, ganhando ainda versões paralelas vendidas por ambulantes. Embora as histórias de jovens mortas antes de suas núpcias fossem recorrentes no imaginário brasileiro, Viana inseria um novo componente nesse relato tradicional: a defesa de uma moral liberal e individualista, como observou a antropóloga Alessandra El Far (2004). Segunda a autora, toda a tragédia de Elzira era deflagrada pela recusa da família em aceitar sua vontade individual e promover um casamento que fosse financeiramente mais vantajoso para a família, situação que reforçava no romance a defesa de uma moral distinta do patriarcalismo e mais condizente com os ritmos e necessidades da vida moderna (EL FAR, 2004:133).

⁸ Um bom exemplo dessa produção surgiu em 1850 pelos escritos de uma norte-americana, Susan Warner, que narrou em *The Wide, Wide World* a trajetória de uma adolescente abandonada pelos pais nas mãos de inescrupulosos tutores. O livro atingiu até o final daquele século a surpreendente marca de 500 mil exemplares vendidos em 37 edições, despertando o mercado editorial estadunidense para a lucratividade das chamadas “emoções baratas” (GABLER: 1999:22).

Conflitos morais, abordados numa perspectiva condizente a uma nova forma de sociabilidade urbana, motivavam igualmente “Maria, a desgraçada”, romance popular que passou a circular nas livrarias por volta de 1889, escrito por Alfredo Elisário da Silva. O romancista não abdicava do caro tema da menina desgraçada pela desonra, contudo, inseria valores modernos ao tradicional enredo. Maria, a jovem desonrada, não era tratada como vítima de uma fatalidade. As conseqüências de seus atos não apareciam no romance como uma força do destino. Embora punida por escolher um caminho desviante, Maria ganhava, por outro lado, a responsabilidade sobre seu corpo e suas ações. Assim, Silva direcionava sua “moral da história” diretamente às jovens leitoras, que por caminhos um tanto quanto tortuosos, acabam sendo reconhecidas como sujeito de suas ações (EL FAR, 2004)

Seria necessário ainda um século de narrativas juvenis até que a moral liberal e individualista não resultasse em punição às jovens solícitas aos desejos de seus corpos. Contudo, como uma forma persistente apesar das intensas transformações sociais do século XX, Bete Balanço era a “jovem desgraçada” de sua geração: seu futuro era duvidoso, marcado pela grana conquistada com muita dor e pelas emoções vividas no paraíso perigoso da grande metrópole. Ao contrário de suas antecessoras, porém, Bete seguia o seu brinquedo de *star* sem ligar para as caras tristes, revertendo a desgraça em sucesso e orientando os jovens espectadores a não desistirem de suas ambições, afinal, conforme cantava Cazuza na canção tema do filme, “quem tem um sonho não dança”.

Um cinema para ver, ouvir e cantar: as práticas da mídia

Pronta a versão final do roteiro, Cacá Diniz saiu à procura de um grupo de rock disposto a escrever a música tema do filme. O Barão Vermelho⁹ havia lançado seus dois primeiros álbuns nos anos anteriores, ainda sem muito

⁹ Composto por Cazuza nos vocais, Frejat na guitarra, Guto Goffi na bateria, Dé no baixo e Maurício Barros nos teclados.

sucesso, apesar do apoio da gravadora Som Livre. Cazuza recebeu o roteiro das mãos de Lael Rodrigues e poucos dias depois, juntamente com o guitarrista Frejat, apresentou para a equipe do CPC aquela que seria a música tema do filme ¹⁰.

Um rápido videoclipe vinculado na televisão e a execução da canção do Barão Vermelho nas rádios tornaram-se meios bastante eficientes de promoção do filme. Quando estreou no circuito exibidor, “Bete Balanço” já era um nome conhecido do público. Carlos Alberto Diniz, o produtor, empregava estratégias de lançamento que os filmes musicais conheciam há anos: a divulgação maciça da canção de trabalho do filme poucos meses antes da sua entrada nos cinemas.

Além da divulgação das canções nas rádios, os filmes brasileiros há tempos conheciam a divulgação de sua trilha sonora por meio de espetáculos. Desde os anos de 1940, a integração entre produções cinematográficas e casas noturnas favorecia a organização de shows realizados com o intuito de promover determinados filmes musicais (AUGUSTO, 1989). Esse esquema foi renovado nos anos 70 e 80 com a divulgação dos filmes em eventos realizados nas discotecas. “Bete Balanço”, porém, extrapolou esse circuito tradicional de promoção e ingressou na era dos mega-concertos. As bandas reunidas na trilha sonora do filme - Barão Vermelho, Titãs, Lobão & Os Ronaldos, Celso Blues Boy, Brylho e Metralhatxeca – apresentaram-se ao vivo em 30 de agosto de 1984 num evento chamado “Festival Bete Balanço de Rock”, no ginásio do Anhembi, em São Paulo. Duas semanas depois, a banda de Cazuza e Frejat tocava na Praça da Apoteose, no Rio de Janeiro, os sucessos musicais do filme, dividindo o palco com orquestras sinfônicas nacionais (DAPIEVE, 2000:71).

A trilha de “Bete Balanço” chegou ao mercado lançada pela gravadora Warner, a qual encontrou no público alvo do filme o mesmo segmento que

¹⁰ Conforme depoimento da roteirista Yoya Wursch.

desejava alcançar.¹¹ O disco reunia dez canções de grupos e cantores variados apresentando ao público, além das bandas já lançadas por outras gravadoras, algumas das novas apostas do cast da WEA, como o grupo Azul 29 e a cantora Cristina Conrado.¹² Mais do que a uma trilha sonora, o álbum se assemelhava a uma coletânea das emergentes e variadas composições do pop-rock brasileiro.

Para reconhecer o quanto era significativo o lançamento desse álbum, é necessário destacar que as trilhas cinematográficas nunca formaram uma parcela dominante do mercado fonográfico brasileiro. Mesmo os álbuns de filmes estrangeiros somente conseguiam lançamento nacional se a fita fosse uma superprodução, contasse com intérpretes conhecidos do público e, principalmente, garantisse uma grande bilheteria nas salas. No caso das produções brasileiras, as exigências eram ainda maiores. Trilhas originalmente compostas para os filmes raramente conseguiam chegar às gravadoras. Produtores e diretores de cinema enfrentavam uma difícil negociação para obter a concessão dos direitos de divulgação de fonogramas, nem sempre gentilmente cedidos pelas gravadoras (DIAS, 2000:60). Não raramente a concessão de uma canção desejada pelo produtor cinematográfico resultava na imposição, por meio da gravadora, de outras duas ou três que deveriam ser incluídas no filme. Isso, muitas vezes, alterava a própria narrativa dos filmes, que necessitavam “absorver” as dez ou doze canções em seus mais ou menos 90 minutos de duração. Apesar de conflituosa, a relação com as gravadoras era percebida como vantajosa para os realizadores cinematográficos, uma vez que, sendo mais avançada tecnologicamente, profissionalizada, segmentada e

¹¹ Fundada em 1976 pelo produtor André Midani, experiente profissional da área musical, a WEA do Brasil pretendia atacar diretamente os consumidores jovens, a produção do rock e os artistas com menos de 30 anos (DIAS, 2000:82).

¹² As canções que compunham a trilha eram: “Bete Balanço” e “Amor Amor”, gravadas pelo grupo Barão Vermelho; “Nosso Caso de Amor”, de Ricardo Bomba; “Vídeo Game”, da banda Azul 29; “Mecenas de Maisena”, da Metralhatxeca; “Meditando”, do grupo Brylho; “Sempre Juntos”, interpretada por Cristina Conrado; “Toda Cor”, dos Titãs; “Me Chama”, de Lobão; e “Blues Motel”, gravada por Celso Blues Boy.

racionalizada, a indústria fonográfica acabava por angariar forças e aliados para a modernização do cinema.

Formas intercambiáveis, convergentes e emergentes: o videoclipe no cinema

“Bete Balanço” era mais do que um filme. O roteiro se desdobrou em canção, que por sua vez promoveu o terceiro álbum do Barão Vermelho, além do disco da própria trilha cinematográfica. A trilha, por sua vez, foi incorporada ao filme no formato de videoclipes - tratados como produtos autônomos dentro do próprio filme.

Os videoclipes inseriam-se na narrativa de “Bete Balanço” gerando seqüências “destacáveis”, possíveis de serem separadas do restante do enredo e comercializadas como produtos de promoção das canções ou peças de divulgação do filme. Curiosamente, não foram poucos aqueles que observaram a integração das canções com o desenvolvimento do enredo, sem que o “para pra cantar” dos números musicais resultasse num elemento sobreposto ou deslocado da narrativa. Autonomia e integração eram obtidas por uma mesma estratégia: os videoclipes não eram meramente inseridos no enredo, mas funcionavam como um dispositivo de leitura da narrativa.

Utilizando um recurso de fragmentação da narração bastante conhecido do público por meio das telenovelas - as quais costumavam oferecer ao espectador no início de cada capítulo um pequeno resumo dos episódios anteriores e o prenúncio das ações futuras nos minutos finais -, Lael Rodrigues utilizava-se das canções para resumir em momentos específicos da ação os principais eventos que haviam conduzido a personagem principal a determinada situação mas também para anunciar as suas ações futuras. Desta forma, os videoclipes integravam-se à fruição espectral do filme, bem como garantiam sua autonomia narrativa quando isolados do restante da fita. Além disso, a construção do filme em seqüências autônomas facilitava a sua adaptação ao fluxo televisivo. É importante lembrar que “Bete Balanço” foi

produzido num contexto em que o produto fílmico – semelhantemente ao que acontece hoje – era concebido considerando um circuito exibidor ampliado, incorporando salas de cinema, exibição em televisão aberta e circulação em vídeo. Assim, tal construção imaginava o filme como um produto eficiente para o consumo tanto nas salas de cinema quanto nas poltronas domésticas.

A presença do videoclipe na narrativa cinematográfica, portanto, deveria favorecer a inserção do filme na televisão. Mais do que isso, antecipando nos filmes um produto até então pouco oferecido pelas emissoras televisivas, “Bete Balanço” encontrou nos videoclipes uma espécie de vantagem competitiva sobre a programação da televisão ao atender uma demanda não satisfeita plenamente pelas emissoras.

A televisão, porém, se mostrou pouco intercambiável e ainda menos atraída por tal “vantagem competitiva” cinematográfica. Os clipes do filme não alcançaram a autonomia potencial de circulação nos meios eletrônicos e a inserção do filme na programação televisiva, ao invés de acontecer no horário vespertino - tempo consagrado ao entretenimento juvenil, se limitou a participações em eventos especiais de exibição de filmes brasileiros no horário das 22 horas.

Mesmo alcançando mais de 17 milhões de espectadores em sua estréia televisiva ¹³, “Bete Balanço” não resultou nas alianças que seus realizadores desejavam alcançar junto ao meio eletrônico. A distância existente entre as políticas de cinema e televisão no Brasil necessitava de mais do que um filme, ou mesmo de um conjunto de produções bem sucedidas, para estabelecer vínculos simbióticos de produção e exibição entre os meios.

A entrada dos filmes na programação televisiva como um evento especial apontava para uma tendência que se tornaria dominante no mercado audiovisual, sobretudo após a consolidação do mercado brasileiro de videocassetes: a transformação pelos grupos de comunicação de grande porte da heterogênea produção do cinema brasileiro num único “gênero”

¹³ Filme brasileiro volta a mostrar que é bom na TV. *Jornal da Tela*, no.17, p.7, set.1985.

cinematográfico (CANCLINI, 2005) Para o público televisivo, bem como para freqüentadores de videoclubes e locadoras, “Bete Balanço” era antes um “filme nacional” do que uma produção de entretenimento juvenil.

Práticas de reprodução: equivalentes funcionais

Além de se desdobrar em filme, canção, álbum e clipe, “Bete Balanço” gerou diversos “equivalentes funcionais” (ECO, 1989) na produção cinematográfica. O filme, além de suas práticas de produção, promoção e circulação, se estabeleceram como uma espécie de padrão de entretenimento juvenil reproduzido em diversos produtos midiáticos. Vale lembrar que as práticas adotadas para a realização e divulgação do filme destacavam-se menos pela sua inovação e mais pela sua eficiente combinação e articulação.

“Tropclip” (1985), dirigido por Luiz Fernando Goulart e lançado um ano após o filme de Lael Rodrigues, foi um dos produtos derivados da experiência bem-sucedida de “Bete Balanço”. O filme narrava a história de quatro personagens envolvidos na batalha para gravar seu primeiro videoclipe: Emiliano (Marcos Frota), personagem vindo do interior de Minas para o Rio em busca de sucess’o, Krishma (Tânia Nardini), a exata versão brasileira da dançarina Alex de “*Flashdance*”, Luciana (Ticiane Stuart), produtora de peças teatrais, e Chico (Carlos Lofler), que encarnava a figura do jovem aficionado por computadores e vídeo. Em determinada cena do filme, Emiliano chegava a buscar sua antiga colega de Governador Valadares, Bete Balanço, citada pelo personagem como uma famosa estrela pop.

Os principais equivalentes de “Bete Balanço”, porém, continuaram sendo produzidos pelos próprios realizadores do CPC. *Rock Estrela* (1986), segundo longa- metragem de Lael Rodrigues, gerou na imprensa – e provavelmente nos espectadores - a expectativa de encontrar uma continuação do primeiro filme. Alguns jornalistas anunciaram antecipadamente a personagem Rock como o

“irmão mais jovem” de Bete¹⁴. Apesar da temática semelhante, “Rock Estrela” não era uma retomada do primeiro filme, tampouco continuava a saga de “Bete Balanço”. Contudo, era possível enxergar no protagonista interpretado por Diogo Vilela um equivalente funcional de Bete.

Rock Estrela foi produzido para ser o filme do verão de 1986. Ele narrava a trajetória artística de Rock (Diogo Vilela), músico de formação erudita que acabava seduzido pelo ritmo do pop-rock. Lançado no carnaval de 1986, o longa-metragem reproduzia as mesmas práticas de promoção utilizadas em Bete, chegando aos cinemas acompanhado da divulgação maciça do *hit* homônimo cantado por Leo Jaime.

Anos 90: filmes juvenis feitos pela televisão

Desmantelado o CPC no final da década de 1980¹⁵, Carlos Alberto Diniz, Yoya Wurch e Yurika Yamasaki formaram a Ponto Filmes e mantiveram ativa a produção de filmes juvenis. Juntamente com a Diler Trindade Dreamvision¹⁶, a Xuxa Produções e a Art Films realizaram, em 1990, o *arrasa-quarteirões* “Lua de Cristal”, produção infanto-juvenil que arrebatou cerca de 5 milhões de espectadores para as salas de cinema num momento agonizante do cinema brasileiro.

O roteiro de Luiz Carlos Góes, Yoya Wurch e Cacá Diniz transformava a apresentadora de programas televisivos, Xuxa Meneguel, na protagonista de um conto de fadas moderno, marcado pela luta individual da personagem em conquistar fama e sucesso. Como cantava a apresentadora na canção tema do filme: “Tudo que eu fizer/ Eu vou tentar melhor do que eu já fiz/ Esteja o meu destino onde estiver/ Eu vou buscar a sorte e ser feliz.” Assim, a mensagem

¹⁴ Vem aí ‘Rock Estrela’, irmão mais jovem de Beth Balanço. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 7 ago. 1985, Caderno B, página 1.

¹⁵ Lael Rodrigues faleceu em 1989.

¹⁶ Empresa comandada por Diler Trindade, oriundo dos meios publicitários, que ingressou na área cinematográfica com *Super Xuxa contra o Baixo Astral*, em 1988, filme que levou 2,8 milhões de pessoas aos cinemas. SOUSA, Ana Paula. O maior produtor de cinema do país. *Carta Capital*, São Paulo, pp. 62-63, 3 set. 2003.

moral direcionada aos espectadores era bem evidente. Maria da Graça sucedia Bete Balanço no imaginário juvenil como a jovem batalhadora e determinada “que nascera para brilhar”.

A produção do filme foi acompanhada por um forte esquema promocional baseado num concurso promovido pelo programa televisivo “Xou da Xuxa”¹⁷ que consistia em escolher as novas assistentes de palco da apresentadora, chamadas de “paquitas”. O concurso mobilizou milhares de garotas que enviaram cartas e se inscreveram nos testes realizados pela TV Globo para a seleção das meninas que seriam as auxiliares diretas da “rainha dos baixinhos”. Bianca Rinaldi e Juliana Barone, as vencedoras do concurso, foram aclamadas como as garotas que mais lutaram por seus sonhos e como prêmio ganharam papéis de destaque no filme estrelado pelos paquitos e paquitas, *Sonho de Verão* (1990).¹⁸

Apontamentos finais: convergências entre os meios, divergências entre as práticas?

Os processos de competição e diversificação encontrados no segmento cinematográfico juvenil no decênio de 1980 resultaram numa forte padronização dos produtos e numa tentativa, por vezes bem sucedida, de articulação de difusas práticas de entretenimento. Porém, foi na década seguinte que a produção cinematográfica juvenil - cada vez mais atrelada à televisão- conseguiu materializar industrialmente os processos de convergência entre meios e concentração de práticas que no cinema juvenil “independente” se estruturou a partir de processos praticamente artesanais, de alto potencial criativo, porém, extremamente sujeitos a riscos comerciais. Nas produções cinematográficas derivadas de produtos televisivos, no entanto, praticamente

¹⁷ O Xou da Xuxa foi ao ar pela primeira vez em 30 de junho de 1986 e permaneceu na programação matutina da TV Globo por 5 anos, até 31 de dezembro de 1992.

¹⁸ Grupo composto por Alexandre Canhoni, Cláudio Méier, Egon Jr., Marcelo Faustini e Robson Barros, Ana Paula, Bianca Rinaldi, Cátia da Cunha, Juliana Baroni, Letícia Spiller, Priscila Couto, Roberta Cipriani, e Tatiana Maranhão.

não havia riscos. Mesmo num momento tão atribulado para o cinema brasileiro quanto foi o início do governo Collor em 1990, os filmes da Xuxa e dos Trapalhões mantiveram sua presença nas salas e garantiram milhões de espectadores. Encampados pelos fortes grupos econômicos, tais filmes repetiam a fórmula de sucesso televisiva ano após ano, proporcionando, apesar das vantajadas bilheterias, um baixo grau de inovação para o cinema (BENHAMOU, 2000)

Referências

AUGUSTO, S. Este mundo é um pandeiro. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

BENHAMOU, F. L'économie de la culture. Paris : La Découverte, 2000.

CANCLINI, N.G. Diferentes, desiguais e desconectados. Rio de Janeiro, UFRJ, 2005.

DAPIEVE, A. BRock: o rock brasileiro dos anos 80. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.

DIAS, M.T. Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo, 2000.

DOHERTY, T. Teenagers and Teenpics: the juvenilization os American Movies in the 1950´s. Philadelphia: Temple University Press, 2002.

ECO, U. Sobre os espelhos e outros ensaios. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

EL FAR, A. Páginas de sensação. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

GABLER, N. Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GATTI, A. P. Cinema brasileiro em ritmo de indústria (1969-1990). São Paulo: Divisão de Pesquisas do Centro Cultural São Paulo, 1989.

PAES, J.P. A aventura literária. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

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

XAVIER, Ismail. O olhar e a cena. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.