

SESSÃO DUPLA — CINEMA AMERICANO E MÍDIA BRASILEIRA

Poeira de estrelas — o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50, de *Cristina Meneguello*. Campinas: Ed. Unicamp, 1996, 194pp.

Heloísa Buarque de Almeida

O fascínio do cinema de Hollywood em sua época áurea — tanto em termos de sucesso junto ao público, como pela produção de grandes "clássicos" —, associado à mística dos anos 50, torna-se cada vez mais ponto de partida para algumas reflexões sobre a sociedade brasileira. Refletir sobre o período sem cair no excesso de nostalgia e romantismo por um lado, ou na denúncia da influência de valores norte-americanos dominantes por outro, é o maior mérito de *Poeira de estrelas*. A análise do cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50 foi objeto dessa dissertação de mestrado do Departamento de História da Unicamp que busca, através do estudo de revistas especializadas em cinema (*A Cena Muda*, *Cinelândia*, *Filme-lândia*, *Cine Revista*, *Cine-fan*), de variedades (*O Cruzeiro*, *A Cigarra*), semanais (*Revista da Semana*, *7 Dias em Revista*) e femininas (*Momento Feminino*, *A Casa*) demonstrar como a mídia foi fundamental na sedimentação do fascínio em torno do cinema, do *star system*, e da valorização de certos temas, especialmente aqueles associados ao amor romântico. Os filmes e sua relação com o público são atravessados de outros elementos que compõem um momento histórico: além das revistas e jornais (incluindo aqui a crítica), o rádio, as canções, cartazes de filmes, álbuns para colecionar fotos de

estrelas, publicidade com as grandes atrizes etc. A mídia, especialmente as revistas, constitui material ideal de análise e estudo do período na medida em que se caracteriza pela repetição — trata sempre dos mesmos temas: vidas pessoais dos artistas, conselhos de moda, beleza e comportamento.

No Brasil, as décadas de 40 e 50 demarcam o período de maior público de cinema. A autora afirma que, nos anos 40, o país era o terceiro mercado em número de espectadores e que 80% da população paulistana e carioca frequentava as salas ao menos uma vez por semana — dado que não revela de onde foi tirado, e que parece exagerado. A dificuldade de encontrar informações quantitativas confiáveis e precisas sobre o período, no entanto, transforma tais dados em números aproximados. Ainda assim, para qualquer estudioso ou frequentador de cinema na época, é certo e seguro afirmar que foi o "auge" do cinema, que seu público era imenso, atingia todas as classes sociais, tanto nas maiores capitais como nas cidades médias do interior — basta lembrar que em 1955, em São Paulo, venderam-se 57.737 mil ingressos, e em 1960 esse número caiu para 44.357 mil¹. É igualmente aceito o fato de a produção americana ter sido um referencial estético e de comportamento fundamental do período, e uma análise mais precisa de alguns desses elementos compõe este trabalho. Filmes como *...E o vento levou* (*Gone with the wind*), *Casablanca*, *Tarde demais para esquecer* (*An affair to remember*), *Dançando na chuva* (*Singin' in the rain*), *Rebecca*, *a mulher inesquecível* (*Rebecca*), *Os brutos também amam* (*Shane*), *Rastros de ódio* (*The searchers*) não só marcaram uma época, como

(1) Dados do SEADE, apud Simões, Inimá: *Salas de cinema em São Paulo*. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura/ PW/ Secretaria de Estado da Cultura, 1990, p. 89.

tornaram-se *cult* e hoje são reconhecidos como clássicos de Hollywood.

O livro divide-se em duas partes; a primeira procura perceber como a década de 50 foi idealizada posteriormente pela mídia, sendo contínua e repetitivamente denominada "anos dourados", numa fórmula que mitifica, produz uma nova memória e reconstrói o passado através de um filtro de nostalgia. A segunda, analisa a mídia dos anos 40 e 50, comentando a construção de tipos e perfis, a produção do espectador a partir dos signos do cinema.

É nesta parte que se concentra a compreensão acerca do cinema e onde Cristina Meneguello busca delimitar sua interpretação sobre os meios de comunicação de massa. Ela pretende evitar, por um lado, alinhar-se a autores que tratam da "influência cultural" do cinema americano como se fosse uma força externa que invade e se faz aceita por imposição ou sedução, numa clara referência à noção de dominação da indústria cultural como foi desenvolvida pela Escola de Frankfurt; e, por outro, negar também a provável "rebeldia" na esfera da recepção das mensagens que permite ao espectador seu espaço de reapropriação, sua chance de ser sujeito dentro da cultura de massas, posição que a autora remete a Umberto Eco e Edgar Morin. Na tentativa de esquivar-se dessas duas posições opostas que usualmente circunscrevem e polarizam as discussões sobre a relação entre indústria cultural e sociedade, Meneguello afirma encontrar na semiótica a saída, e repete ao longo do livro uma outra chance de análise a partir do "plano da circulação de signos":

"Como a própria semiótica considera, todo ato de discurso que se produz dentro da comunicação de massa põe em jogo os elementos essenciais de sociocultura, mesmo as assim consideradas mais insignificantes mensagens. Nesse movimento, constitui um enunciador e um destinatário, propondo igualmente um vínculo entre ambos" (p. 163).

"As 'mensagens' serializadas propagadas por meio da comunicação de massa devem ser entendidas em sua capacidade de constituir o espectador. O espectador constituído não é aquele moldado como se fora amorfo, mas o que existe em sua relação com o cinema americano, não além dela. Assim, as mensagens são entendidas enquanto ensinando o seu olhar, seu esperar de cenas, seu amplo reconhecimento de temas, bem como propostas estéticas e de modos de vida que o fazem um sujeito do

amoroso e da felicidade específicos a esse momento" (p. 79).

Desta forma, ela busca nas noções de signos e produção do espectador evitar idéias de assimilação passiva ou, por outro lado, de possibilidades de reinterpretação de mensagens. Essa opção é feita em função da ênfase no material midiático (as "mensagens") — não se trata aqui de analisar o sistema de produção dos filmes, revistas etc., nem compreender o pólo da recepção. Ainda assim, a solução encontrada não dissolve o problema, busca apenas evitar um tipo de debate tradicional fixando-se nos produtos culturais — foge da discussão social e tenta demonstrar em que medida os signos "produzem" o espectador.

Sua afirmação de que o cinema circula valores culturais já "compartilhados dentro de um amplo contexto" (p. 32), desafiando a exterioridade do cinema americano, é coerente, mas não rebate totalmente a possibilidade de reelaboração do espectador, pois, ainda que não totalmente externos ou estranhos, estes valores articulam-se em contextos diversos — há uma inegável distância entre a produção de filmes dentro do grande sistema empresarial dos estúdios² e as diversas situações de recepção nas cidades brasileiras, atingindo diferentes camadas sociais e faixas etárias.

Por outro lado, ainda que se evite afirmar um poder ideológico dominante diante de um espectador passivo da indústria cultural, é preciso lembrar que nos anos 40 o cinema norte-americano era uma grande indústria e difundiu no mundo todo certo tipo de valores e comportamentos. Ultimamente, tornou-se moeda corrente reforçar a noção de reelaboração de significados como se por si só este elemento destituísse a reflexão crítica de autores como Adorno e Horkheimer de sua força analítica, mas não se pode deixar de lado o fato de o cinema hollywoodiano ter sido naquele período (e provavelmente até hoje) economicamente dominante e uma frente contra a qual as diversas cinematografias nacionais deveriam lutar para conseguir se estabelecer. Hollywood gerava, e gera, produções caríssimas, estabelecendo certo tipo de expectativa no público quanto a fórmulas e "padrão de qualidade". Cabe ressaltar que, após a II Guerra Mundial, a

(2) Para um apanhado sobre a "Era dos Estúdios", ver: Schatz, Thomas. *O gênio do sistema — a era dos estúdios em Hollywood*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

indústria cinematográfica norte-americana tornou-se a terceira maior indústria em seu país, depois do petróleo e do aço. Até o início dos anos 40, voltava-se para o mercado interno e a exportação era um incremento adicional do qual os estúdios não dependiam financeiramente. Mas aos poucos a situação é alterada, até que 90% dos filmes não poderiam recuperar seus gastos somente no mercado interno. É porque exporta e quase controla outros mercados nacionais que Hollywood tem condições de elevar seu padrão técnico e gerar expectativas no público³.

Ressalte-se aqui que não há como evitar, sob determinados enfoques, a aproximação com um ou outro pólo da discussão sobre os meios de comunicação em sua inserção na sociedade que, a meu ver, continuará gerando debates e reflexões sobre o tema.

No entanto, uma das qualidades de *Poeira de estrelas* consiste em reconstruir alguns aspectos das décadas de 40 e 50 muito pouco explorados em pesquisas acadêmicas — ainda que conhecidos em termos de senso comum ou até recorrentes na mídia contemporânea. É preciso muito cuidado para lidar com tanto *glamour* — filmes que "ensinaram" beijos, maneiras de segurar o cigarro e soltar a fumaça, olhares, moda, que falavam de amores verdadeiros e sofridos, com canções inesquecíveis ao fundo para serem dançadas e ouvidas muitas vezes no rádio, com galãs que arrancavam suspiros das moças e estrelas que deixavam os rapazes sem fôlego. Voltar-se fascinado para este período do cinema e conseguir despir-se do fascínio analisando alguns detalhes que constroem um panorama da época, é o desafio que a autora se propõe. E o panorama só pode ser elaborado através destes detalhes, entre os quais a autora seleciona a competição entre Rio de Janeiro e São Paulo; o clichê nostálgico em torno da memória dos anos 50; alguns valores difundidos por Hollywood; a produção dos críticos do período e a banalização da psicanálise tanto na compreensão do cinema como nos próprios filmes; o funcionamento do *starsystem*; a imitação de gestos, atitudes e a moda; o papel da mulher e a construção do ideal de relação amorosa; e o final do período áureo do

cinema. Alguns destes elementos merecem mais destaque e atenção.



No período analisado, o cinema demarcava a construção da diferenciação das duas grandes metrópoles do país que disputavam em termos de importância nacional, e São Paulo tornou-se a "capital do cinema", com salas mais bem equipadas que as do Rio de Janeiro e uma grande oferta de filmes. Como pude perceber em minha pesquisa⁴, o cinema ajuda a construir a imagem de São Paulo como metrópole do futuro e "cidade que mais cresce no mundo" por vários elementos. A cidade contava com muitas salas de exibição luxuosas, era possível inclusive fazer uma leitura da cidade e de suas áreas mais valorizadas através delas — no centro antigo, na "região do Triângulo", concentravam-se salas mais antigas, que haviam sido inauguradas nos anos 20, perdiam seu esplendor e através da sessão dupla (dois filmes, um só ingresso) mantinham um público fiel; na região do centro novo, desde o final dos anos 30 forma-se a "Cinelândia" paulista, que congregava as salas mais luxuosas e bem equipadas, com direito a ingressos mais caros e sessão corrida; nos bairros, havia divisão semelhante, com alguns cinemas muito simples, enormes balcões com cadeiras de madeira, nos bairros de classes mais baixas; e naqueles mais valorizados, localizavam-se outros "palácios do cinema".

Por outro lado, pude observar como o centro da cidade era uma referência fundamental no cotidiano da cidade: era "moderno" por estar sofrendo constantes reformas urbanas que alargavam avenidas e construía novos edifícios; era uma centralidade marcante por congregar o comércio, bancos, escritórios, e equipamentos de lazer, incluindo-se aqui os cinemas; era o local das compras e do passeio onde se tornava visível o início do desenvolvimento de uma sociedade de consumo, frequentado por todas as classes sociais, e provando em seus edifícios novos, lojas e cinemas com nomes estrangeiros a cosmopolitização da cidade. As grandes salas eram ressaltadas pela mídia da época

(3) Cf. Simis, Anita. Estado e cinema no Brasil. São Paulo: FFLCH-USP, 1992 (tese de doutorado). Esse problema costuma voltar à baila sempre que grandes nomes do cinema europeu defendem medidas protecionistas contra as produções norte-americanas para salvaguardar e preservar as diversas cinematografias nacionais.

(4) Almeida, Heloísa Buarque de. Cinema em São Paulo — hábitos e representações do público. São Paulo, FFLCH-USP, 1995 (dissertação de mestrado).

como exemplo da grandeza de São Paulo⁵. Neste contexto, Meneguello nota que "o hábito de ir ao cinema insere-se numa atividade urbana e moderna, surgindo como a oportunidade de lazer que desanuviava a também já estabelecida imagem do paulistano obcecado por trabalho" (p. 45).

A construção idealizada da década de 50 como os "anos dourados" constitui uma imagem reforçada pela mídia contemporânea quando se debruça sobre o período. Seriam os anos românticos, ingênuos, sem violência, de famílias felizes, do auge do cinema hollywoodiano mais leve, romântico e divertido, das canções, do rádio. A imagem idealizada se constrói sempre por oposição ao momento presente, perigoso, violento, desordenado. É a comparação com os dias de hoje que constitui a nostalgia e os clichês sobre o período.

Nota-se toda a idealização e reforço de clichês sobre o passado que podem ser tantas vezes encontrados no discurso de pessoas que viveram o período — são noções compartilhadas pelo senso comum, que a mídia ressalta e que, desta forma, tornam a temática interessante ao pesquisador. Para desmontar parcialmente esse passado idílico, é preciso denunciar que, por trás do excesso de *glamour* e brilho, havia repressão sexual e a hipocrisia gerada por ela (como casamentos infelizes e adúlteros que não podiam ser desfeitos). Ainda, é possível refletir sobre a própria influência da mídia norte-americana que sempre exagerou nos clichês nostálgicos e românticos dos anos 50.

Entretanto, se os filmes dos anos 50 aparecem sempre associados ao *glamour*, nem tudo era brilho no cinema norte-americano das décadas de 40 e 50. Por um lado, muitos filmes "faziam" chorar com narrativas trágicas que, muitas vezes, não tinham final feliz — inclusive os grandes sucessos como *...E o vento levou*, *Casablanca* e *Suplício de uma saudade* (*Love is a many splendored thing*). Por outro lado, gostaria de lembrar que lançaram-se vários filmes bastante críticos ou realistas com a sociedade americana, como *Uma rua chamada pecado* (*A streetcar named desire*), *Um lugar ao sol* (*A place in the sun*), *De repente, no último verão* (*Suddenly last summer*), *Vidas amargas* (*East of Eden*), *Juventude transviada* (*Rebel without a cau-*

se), *A marca da maldade* (*Touch of evil*), *O destino bate à sua porta* (*The postman always rings twice*), ou mesmo a própria crítica a Hollywood de *Crepúsculo dos deuses* (*Sunset Boulevard*).

Fugindo da documentação da mídia brasileira e fazendo referência direta aos filmes, alguns dos valores ressaltados na produção hollywoodiana foram analisados no livro. A figura do americano médio alegre, otimista e com espírito empreendedor, as noções de justiça, valor do esforço e da determinação pessoal, a crença na democracia, na liberdade de credo, na igualdade dos homens, na chance de ascensão social, a valorização da juventude e do novo são alguns desses elementos que se difundiram nas platéias brasileiras no período. Esses valores fizeram parte de outras produções culturais e Meneguello seleciona as gravuras de Norman Rockwell como típicas por conterem as mesmas mensagens, valorizando a família, a religião e o amor, e mais especificamente tratando do esforço de guerra norte-americano como a luta pela liberdade e a democracia, e da importância do papel da mulher que trabalha e mantém a família unida enquanto os homens guerreiam.

Nesta época, os críticos brasileiros apresentavam sua tentativa de "ensinar" ao público no que consistia o "bom cinema". Utilizando noções desenvolvidas por teóricos da sétima arte, eles as simplificavam, usavam uma linguagem mais acessível e esperavam transmitir um pouco de "cultura às massas". Aqui então aparece a valorização dos filmes realistas e a crítica à repetitividade hollywoodiana, com suas fórmulas e final feliz. Supõem também ser possível explicar o sucesso dessa repetitividade por noções advindas da psicologia ou da psicanálise, e o espectador surge como aquele ser cansado do sofrimento cotidiano que busca no cinema um pouco de distração e sonho. Escapismo, refúgio, conforto espiritual, alívio, válvula de escape, catarse, são estes os termos empregados na busca dessa compreensão.

No entanto, gostaria de ressaltar que se Hollywood era a "fábrica de sonhos", como afirma a autora, o cinema na experiência cotidiana dos jovens da década de 50 não consistia só nisso. No discurso de antigos frequentadores do cinema em São Paulo, se a noção de fuga é comumente utilizada, aparece, por outro lado, a "janela para o mundo", onde os filmes são percebidos como espécie de aprendizagem e parte do contato com a realidade.

(5) Para uma maior reflexão sobre a relação do cinema com a cidade de São Paulo, cf. Simões, op. cit., e Almeida, op. cit.

O embate entre a "fantasia" e a "realidade", para os entrevistados, acontecia entre os filmes americanos e os europeus. Os depoimentos em minha pesquisa demonstram como os americanos eram considerados sonho, fantasia, tanto para quem os criticava como para quem preferia os filmes mais românticos e "inverossímeis". Por outro lado, o neo-realismo italiano, por exemplo, aparece como "a vida como ela é", sem disfarces, sem fingimento, a possibilidade de conhecer outra realidade⁶.

Nesse sentido, sente-se falta em *Poeira de estrelas* de notícias do cinema nacional — as chanchadas com grande sucesso de público lançavam as canções do carnaval, o cinema mais "artístico" produzido pela Vera Cruz, em São Paulo —, do sucesso do neo-realismo italiano, do cinema europeu e latino-americano que, ainda que em menor escala, faziam parte das ofertas de cinema no país com alguns grandes sucessos (como *Ladrões de bicicleta* ou *O morro dos ventos uivantes*). Um dado importante fica por conta de que o cinema só poderia atingir mesmo todas as classes sociais graças à oferta de filmes nacionais, acessíveis até aos espectadores analfabetos. Certamente o cinema norte-americano dominava a cena — os grandes estúdios produziam 52 filmes por ano, e contra essa produtividade industrial, as outras cinematografias pareciam sempre marcadas pelo improvisado (no caso do cinema nacional) ou pelo aspecto "artístico" (nas produções européias). Mesmo assim, elementos típicos do cinema norte-americano "migraram" para outras áreas — como a adoração às estrelas.

Aliás, as estrelas e sua relação com o lançamento de modas e a imitação gestual não poderiam ficar de fora da análise de Meneguello. O *star system* transformava atores em veículos na venda de produtos ao mesmo tempo que mercadorias, pois "suas vidas são produzidas de forma a serem consumidas pelo seu público" (p. 97). A estrela era um produto controlado pelos estúdios, que chegavam a inventar seus nomes artísticos e um passado condizente com seu provável sucesso para ser divulgado nas revistas de fãs. Quem não sabia da vida trágica de Gene Tierney ou Lana Turner, contada até em filme (*Imitação da vida*)?

As vedetes eram adoradas; suas fotos, colecionadas e coladas em capas de caderno e álbuns de

fotografias; seus vestidos, penteados e conselhos de beleza, imitados; sua vida pessoal, sofrimentos, sucessos e escândalos eram divulgados e conhecidos por seus fãs. Nesse sistema de idolatria, lançava-se moda: roupas, drinques (uísque com gelo, champagne com pêssego), sorvetes (com nomes em inglês, como *sundae*), canções (Glenn Miller), estilos (a "garota soquete")...

Para manter este esquema, explorava-se a indefinição entre ator e personagem. Os astros repetiam constantemente os mesmos tipos e pareciam assumir em sua vida pessoal o mesmo estilo — Katherine Hepburn sempre fazia a mulher de carreira, inteligente e decidida; Joan Crawford e Bette Davis eram as mulheres más; Rita Hayworth, *vamp*, quente, sensual; Montgomery Clift, Marlon Brando e James Dean, os desajustados; Cary Grant, o galã romântico; Humphrey Bogart, o anti-herói. A repetição de tipos criava determinadas expectativas no público que já esperava das vedetes o mesmo estilo, identificava-se com a personagem e com a estrela ao mesmo tempo, e obtinha a satisfação de reencontrá-la novamente a cada filme.

As vedetes são alvo de interesse, admiração, identificação e imitação — tornam-se o suporte da atualização dos signos, comportamentos, valores, gostos, moral. Elas desenham atitudes ideais — entre as quais a mulher aparece como boa mãe, e também amante, sensual e *vamp*, boa dona-de-casa, e ainda mulher de carreira. Nas décadas de 20 e 30, as estrelas eram muito exóticas e ousadas, suas roupas, extravagantes demais, mas nos 40 e 50, as maneiras de vestir são imitáveis, são roupas elegantes, *tailleur*, chapéu, luvas. Impossível ser Elizabeth Taylor, mas o vestido de seu personagem em *Um lugar ao sol* pode ser imitado e tornar-se um belo vestido de festa.

São inatingíveis estrelas com gestos, roupas, escândalos e vida pessoal conturbada, mas são adoradas porque surgem mais próximas e imitáveis — e acessórios como o cigarro e o uísque permitem a maior aproximação gestual. O fã tenta imitar diretamente o modelo de seus vestidos, as revistas contêm sessões de moda com fotos das estrelas, e incitam as mulheres a fazer um tipo, escolhendo entre as atrizes aquelas mais condizentes com seu tipo físico ou jeito de ser — como "construir um tipo à la Katherine Hepburn" inclui roupas e acessórios, mas também gestos e modos de caminhar. No entanto, saindo dos exemplos retirados da própria

(6) Cf. Almeida, op. cit.

mídia, as pessoas que vivenciaram o período me permitem afirmar que o público muitas vezes transgredia esse padrão imitativo e criava outras expectativas — nem sempre era o vestido de tal atriz, mas o que a mocinha dos anos 50 buscava era um vestido azul como a piscina de *Escola de sereias*⁷. não necessariamente o maiô de Esther Williams⁷.

O beijo foi o "equipamento" mais glamorizado de todos — nos filmes são marcantes, delimitam o final feliz, selam o amor do casal. E até fora das telas criam um padrão: boca entreaberta, olhos fechados, e se possível, música ao fundo. Nas revistas, algumas cartas e artigos se perguntam se os longos beijos dos filmes são "de verdade", e se fala numa "máscara bucal invisível" que seria usada pelos atores nas cenas íntimas. Na verdade, na sociedade brasileira, uma "moça de família" precisava tomar cuidado com certas intimidades e carinhos. As sessões de conselhos na mídia impressa sempre alertavam que a moça não devia "avançar o sinal" e "dar um mau passo". O beijo exageradamente romântico nas salas mais respeitáveis era vetado — o lanterninha podia até expulsar casais que se excessassem no cinema.

Lançam-se na mídia muitos produtos para a mulher — especialmente revistas, suplementos de jornal e filmes dedicados ao público feminino. Esses produtos constroem em seu conteúdo imagens acerca da mulher. Se não se pode falar num só tipo fixo e determinado de mulher, no entanto desenhavam-se tendências. Nas revistas, aparecem a mulher bonita e fútil, a frágil que através de lágrimas consegue ter tudo que quer, a trabalhadora, inteligente e esforçada que vence até na ausência do marido, a prendada que borda e faz *crochet*, e cuida tão bem do lar, e a mocinha ingênua e apaixonada. O modelo que constrói tipos femininos termina por criar também estilos masculinos: há o homem atrevido, que tenta "se aproveitar" das mocinhas incautas, e também o homem "ideal", alinhado e elegante. E, no encontro de ambos, a relação amorosa e o casamento que ordena suas vidas.

Nos conselhos sentimentais das revistas, as mulheres devem lutar para manter seus casamentos, ainda que com sacrifício e sofrimento. Nos filmes ou na vida das estrelas, a mulher é a maior vítima de casamentos infelizes, no mais das vezes, infelicida-

de gerada pela violência física do marido. O mau marido costuma ser o responsável pelas uniões desfeitas, e sua presença é a única justificativa para uma mulher tornar-se adúltera. A dor e o sofrimento marcam histórias de atrizes famosas e também de muitos filmes, quer cheguem ou não no final feliz. Destaco aqui que filmes feitos "para chorar", como *Tarde demais para esquecer*, não eram exclusividade de Hollywood — havia também os melodramas argentinos, espanhóis, mexicanos, como o sucesso *A pecadora* (vinte semanas em cartaz no cine Broadway, em São Paulo⁸).

Nesse período, a mídia investe na figura do adolescente. Nos filmes, a garota ingênua e comum (*the girl next door*), despertando para o amor, surge por oposição à mulher fatal. No entanto, nos anos 50, os adolescentes tornam-se rebeldes, angustiados, problemáticos, e até vítimas de uma sociedade hipócrita e cruel, onde a instituição familiar muitas vezes surge em crise e decadente. Marlon Brando, James Dean, Montgomery Clift, Paul Newman — seus papéis e suas figuras pessoais encaixavam-se nesse tipo. As jovens surgem com uma sensualidade estonteante ainda que marcadas por um sorriso ingênuo, tipo fortemente caracterizado por Marilyn Monroe. A partir desse momento, a figura do adolescente torna-se marcadamente sexualizada, por oposição a tipos anteriores bem comportados como o casal Mickey Rooney e Judy Garland.

Toda essa transformação, que já expressaria o final de uma época de Hollywood, não agrada muito às conselheiras de revistas femininas. A partir deste momento, as revistas passam a alertar o perigo desse "mau exemplo" para as mocinhas do Brasil. Aqui, os jovens seriam diferentes dos desajustados americanos, marcados agora pelo seu "estrangeirismo" e distância da realidade nacional. Aquela moça ousada e sensual, de vestido decotado e sem família é a "garota Coca-Cola" e não a morena latina e romântica. Na mídia nacional, o novo adolescente americano denunciaria a decadência da própria sociedade e seus costumes. Mas nota-se que questionam com ferocidade o *star system*, o *glamour*, o sistema de Hollywood, e trazem até outro estilo de interpretação.

Mais uma vez, veicula-se uma "maneira de ser" — a adolescência é vista como uma passagem

(7) Cf. Almeida, op. cit.

(8) Cf. Simões, op. cit.

perturbadora, o jovem torna-se sensual e violento, e portanto, um problema. No entanto, a mudança no estilo das vedetes, a presença de estrelas que não se justam ao esquema dos estúdios, a maior quantidade de filmes diferentes dos antigos gêneros celebrados por Hollywood coincidem ou até podem ser vistas como sinal do fim de um período. A partir dos anos 60, o cinema americano deixa de ser tão atraente, perde público, os estúdios entram em crise e todo um sistema de relações entre cinema, estrelas, comportamento e sociedade modifica-se totalmente. O cinema não acaba, como previam alguns, impressionados com o poder da televisão; houve um estilo que se esgotou, por diversos motivos. Desenvolvem-se, então, outras relações entre cinema e sociedade, diversas dos anos dourados de Hollywood.

Meneguello busca demonstrar como a presença do adolescente desajustado representa esse final do período do *glamour*, tentando compreender essa mudança a partir de dentro do cinema americano. No entanto, cabe lembrar que os anos 60 representam uma ruptura social que não atinge só o cinema e sua relação com a sociedade — a sociedade estava sofrendo transformações, e a figura do adolescente rebelde que toma tanta força no cinema relaciona-se a estas transformações. Mas a opção da

autora de usar os signos do cinema para compreender a "produção" do espectador é uma fuga da reflexão sobre a relação entre sociedade e cinema (ou meios de comunicação de massa) polarizada pela Escola de Frankfurt, por um lado, e pelos defensores do espectador como sujeito, por outro.

No contexto do final do período áureo, encerra-se o texto de *Poeira de estrelas*, concluindo que, através da análise do cinema hollywoodiano, não pretendeu que "[...] se 'perdesse a inocência' em relação a esse meio de comunicação de massa, mas quis dizer da construção posterior da relação com o meio e da produção do clichê, da memória e do passado" (p. 178). Na composição deste cenário (e não na tentativa da autora de recriar a "produção" do espectador através dos signos do cinema), na compreensão de diversos elementos que compõem o panorama, situa-se o ponto forte do livro, que permite ao leitor uma agradável viagem por esses anos dourados, seus filmes, suas estrelas e estereótipos femininos, que vão além da imagem das tradicionais fotografias em preto e branco de pessoas bem vestidas, com luvas e chapéus.

Helóisa Buarque de Almeida é mestre em Antropologia Social pela USP e pesquisadora do Cebrap.