

Cinema brasileiro contemporâneo e seu interesse nos jovens de classe média urbana: um olhar prospectivo¹

Rodrigo Bomfim Oliveira²
Eliana Cristina Paula Tenório de Albuquerque³
Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA

Resumo

Este trabalho apresenta alguns temas caros ao campo das representações da juventude no cinema brasileiro atual. São enfoques recorrentes em um conjunto de filmes da última década – aqui sendo evidenciado por um olhar prospectivo tendo como base as obras *As melhores coisas do mundo* (2010) e *Desenrola* (2011). Os vieses narrativos dos filmes apresentam formas diversas como os jovens viabilizam suas vidas num contexto de classe média e média alta urbana. Apresentam as dores e os prazeres de uma faixa etária compreendida por adolescentes, em que a correlação entre a casa (quarto) e a rua (escola) alcançam o tom das sociabilidades do referido grupo social, mediada por códigos culturais próprios como hobbies, gírias, músicas, roupas, pedagogias do amor e pelos meios pós-massivos de comunicação, sobretudo pela WEB.

Palavras-chave: Cinema; culturas juvenis; sociabilidades.

Cinema e modos de ser jovem: entrada num terreno movente

Os modos de representação de vivências juvenis em contextos diversos e sua importante visibilidade midiática constituem um valor positivo e um *modus vivendi* desejado pela sociedade atual, ou seja, eles são enviesados pelo hedonismo como elemento que transcende o critério de faixa etária. Sua convergência com ideias cristalizadas e de fácil ligação com a juventude, por meio de verbetes como renovação, rebeldia, beleza, ruptura e movimento, releva-se como categoria-chave para os estudos de cultura na contemporaneidade. Vê-se uma vasta gama de produtos culturais que falam sobre ou para jovens, dentre eles o cinema.

No entanto, o jovem como sujeito social visível, ou seja, a partir do recorte da faixa etária através de mecanismos pedagógicos (escolarização e enquadramento), só se concretiza em cena efetivamente a partir de meados do século XX, quando o contexto

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, no XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, publicitário, doutor em Cultura e Sociedade (IHAC-UFBA), professor e pesquisador do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa CRUZ (UESC) E-mail: ro.bomfim@gmail.com

³ Jornalista, doutora em Cultura e Sociedade (IHAC-UFBA), professora e pesquisadora do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa CRUZ (UESC) E-mail: nanealbuquerque@hotmail.com

sociocultural permitirá que o diálogo entre juventude, consumo e mídia se revele como elemento catalisador de configurações e reconfigurações identitárias juvenis a partir da construção de múltiplos estilos de vida devido à própria complexidade inerente àquele contexto, em que papéis sociais são amplamente revistos. Trata-se de uma invenção da modernidade ocidental, “em que indivíduos, por meio de redes sociais e processos interativos, vivenciam mais plenamente a experiência de se construírem como pessoas” (ENNE, 2010: 15).

Um dos principais aspectos da modernidade que fundamentaram a emergência de uma sociedade mais complexa e certo protagonismo juvenil na cultura, nas artes e como produto visado do mercado capitalista foi a individualidade da construção dos estilos de vida. Evidentemente, toda construção cultural é sempre social e individual, no sentido de que se manifesta individualmente, mas está sempre ancorada nas estruturas sociais nas quais se encontra inserida. Embora seja propagada pelos meios de comunicação uma ideia de homogeneização cultural global, diversos autores - Canclini (2008), Martín-Barbero (2008), Ortiz (2006) atentam para a diversidade e hibridismo cultural próprios da atualidade.

Por isso mesmo, os critérios que constituem a definição da categoria social juventude são sempre arbitrários e sujeitos a alterações por contingências históricas, culturais, sociais, políticas, econômicas, o que torna mais complicado construir uma definição. O critério biológico não é mais visto como uma característica imutável. Biologicamente, houve uma dilatação da definição da juventude nos últimos vinte anos, quando *ser jovem* estava inscrito conceitualmente na tradição da sociologia e antropologia da juventude dos 15 aos 24 anos. Apesar dessa instabilidade operativa do conceito, no entanto, neste estudo será adotado um entendimento de juventude na sua diversidade e enquanto uma condição social e um tipo de representação.

Construir uma noção de juventude na perspectiva da diversidade implica, em primeiro lugar, considerá-la não mais presa a critérios rígidos, mas sim como parte de um processo de crescimento mais totalizante, que ganha contornos específicos no conjunto das experiências vivenciadas pelos indivíduos no seu contexto social. Significa não entender a juventude como uma etapa com um fim predeterminado, muito menos como um momento de preparação que será superado com o chegar da vida adulta. (DAYRELL, 2003: 42)

Essa é a compreensão de juventude utilizada nos pressupostos deste *paper* e que será posta em prática na descrição dos filmes mais adiante. Ao se propor a fazer uma investigação sobre as representações de jovens no cinema brasileiro contemporâneo, esta reflexão indaga sobre imagens arraigadas sob “modelos” socialmente construídos. A exemplo do jovem como o “vir a ser”, concepção que não leva em consideração o presente vivido por esses sujeitos; o jovem como problema, ou seja, aquele associado ao crescimento alarmante dos índices de violência, ao consumo e tráfico de drogas ou mesmo à expansão da AIDS e da gravidez precoce; ou uma percepção romântica e amplamente midiaticizada que é o jovem ligado a um tempo de liberdade, de prazer, de consumo, de expressão de comportamentos exóticos, normalmente vinculado a uma produção e fruição cultural que emergiu nos anos 1960 e 1970, na Europa e EUA.

Vale salientar, entretanto, que o cinema hollywoodiano e a televisão, ao longo do século XX e até a atualidade, desempenham um papel preponderante na divulgação de ideários de juventude e os foram difundindo numa escala global. Desde *Juventude Transviada* (1955), *Os reis do Iê, Iê, Iê* (1964), *Nos tempos da Brilhantina* (1978), *Hair* (1979), *Curtindo a vida adoidado* (1986), passando pelas comédias que se dedicam a tramas que se passam na transição da escola para faculdade (*High school / College*), como a franquia *American Pie* (1999 a 2012) e séries de TV como *Melrose Place* (1994 a 1998) e *Barrados no Baile* (1990 a 2000) evidenciam o interesse nesse tipo de representação.

Os referidos filmes / séries de TV e muitos outros produtos foram responsáveis por uma grande difusão de modelos de juventude, sendo corresponsáveis por parte considerável do repertório audiovisual e formas narrativas consumidas por gerações. Além disso, boa parte dessa produção de grande bilheteria relacionada ao universo jovem foi vista pela televisão. Assim, reconhecemos as relações intrínsecas entre as representações da juventude no cinema recente brasileiro e os modos enunciativos dos *blockbusters*.

Interfaces entre o cinema brasileiro e as culturas juvenis

A partir da película paradigmática - *Cidade de Deus* (2002) e o seu sucesso nacional e internacional, diversas obras seguiram essa tendência e buscaram explorar variadas facetas do universo juvenil brasileiro. A ligação com a realidade é enfatizada em primeiro plano, como os filmes centrados em representar a violência urbana em favelas. Entretanto, com o final da década de 2000, algumas outras faces desses universos ganham relevo como atribuições familiares, sociabilidades em ambiente escolar e mediação tecnológica e seus efeitos, sobretudo nos últimos cinco anos.

Pode-se observar, mais recentemente, a coexistência de histórias protagonizadas por jovens empobrecidos com os contextos de classe média e média alta urbana, retratando as dores e os prazeres de uma faixa etária compreendida por adolescentes, em que a correlação entre a casa (quarto) e a rua (escola) alcançam o tom das sociabilidades do referido grupo social, mediada por códigos próprios como hobbies, gírias, músicas, roupas e pelos meios pós-massivos de comunicação, sobretudo pela WEB.

Este fenômeno não é algo peculiar da contemporaneidade. Desde a década de 1950, os cineastas americanos exploravam o filão de filmes especialmente para o consumo e fruição juvenil, prática esta que acompanha a história do cinema.

Consultando Savage (2009), percebe-se que o termo *teenager* começou a ser amplamente utilizado em 1944 nos Estados Unidos para designar jovens entre os 14 e 18 anos. A valorização social da juventude, porém, data de alguns séculos antes, distante das imagens de lambretas, das guitarras ou da onipresença do gel de cabelo que marcou a primeira geração construída imagetivamente com foco no consumo do novo mercado que surgira naqueles tempos.

O autor ainda ressalta que desde o fim do século XVIII o jovem já andava livremente pelas ruas, rodeado pelo materialismo, pelo consumismo e pela produção em massa – novidades decorrentes da inserção do modo de produção capitalista e consumo como distinção social. Neste tipo de juventude, os filmes e *nickelodeons* seduziam veementemente os jovens, em especial os americanos. O ritual de ir ao cinema, conversar sobre filmes e reproduzir as roupas e trejeitos de Rodolfo Valentino, por exemplo, forjavam uma cultura de pares que também influenciou diversas partes do mundo, quase sempre pelo cinema e pela música.

De certo modo, ainda de acordo com Savage (2009), o jovem já padecia de pressão social para engajar certos tipos de conduta e ser aceito num determinado meio social. A prática da cultura de pares foi determinante para que a juventude se percebesse como um grupo social coeso. Isto foi também decisivo para que se consolidasse um mercado que pudesse ser minuciosamente explorado por aquele público. Vale a pena lembrar que no Brasil o gênero dos *teenpics*⁴ teve alguma força nos anos 1980, mas não se consolidou na década seguinte, sendo atualizado e retomado recentemente.

Bem antes dessa época, todavia, vale destacar que a combinação entre rock e cinema foi a grande novidade da indústria cultural no final dos anos 1950 e, ao longo dos anos

⁴ Normalmente são filmes colegiais que apresentam como característica as interações de jovens no ambiente escolar, observando seus grupos e o modo como se relacionam entre si.

1960, ajudou a forjar uma ideia de juventude. A tríade: rádio, teatro de revista e cinema, que vigorava nos anos 1930 e 1940, era então substituído pela articulação rádio, cinema e televisão, esta última assegurando a liderança entre os meios. A Jovem Guarda delineou pioneiramente no Brasil um estilo juvenil, ou seja, articulou-se à construção de uma identidade urbana criada a partir do consumo, representando uma subcultura derivada da cultura juvenil internacional.

Dos jovens cantores e bandas precursoras do *rock* no Brasil, diversos participaram das comédias musicais: os *Golden Boys* participaram de *Cala a boca*, *Etelvina* (1959) e *Eu sou o tal* (1961); *The Snakes*, quarteto que tinha Erasmo Carlos na formação, tocou em *Minha sogra é da polícia*, filme que trazia ainda Roberto Carlos antes da fama, numa pequena participação com *Os Terríveis*, grupo criado por Imperial. Fenômeno da Jovem Guarda, Roberto Carlos tornou-se igualmente ídolo do cinema. Roberto Carlos estrelaria a trilogia *Roberto Carlos em Ritmo de Aventura* (1967), *Roberto Carlos e o Diamante Cor-de-Rosa* (1968) e *Roberto Carlos a 300 km por hora* (1971), dirigida por Roberto Farias. Dos diversos filmes produzidos em torno do *iê-iê-iê*, nenhum conseguiu uma produção tão sofisticada quanto os realizados por Farias. De acordo com Ramos (1995), Roberto Farias trouxe para os filmes musicais a modernidade visual necessária para cativar o público adolescente.

Outra importante filmografia brasileira que foi sucesso de público e tem forte diálogo com os jovens são as diversas comédias estreladas pela trupe *Os Trapalhões*. *Os Trapalhões* eram formados por quatro integrantes: Didi – Antônio Renato Aragão (1935), Dedé – Manfred Sant’Anna (1936), Mussum – Antonio Carlos Bernardes (1941 – 1994), e Zacarias – Mauro Faccio Gonçalves (1934 – 1990). Dentre os filmes mais vistos na história do cinema brasileiro, seis são do grupo, conforme dados da ANCINE⁵: *O trapalhão nas minas do rei Salomão*, de 1977, com 5,8 milhões de espectadores; *Os saltimbancos trapalhões*, de 1981, com 05 milhões; *Os trapalhões na guerra dos planetas*, de 1978, com 05 milhões; *O Cinderelo Trapalhão*, de 1979, com 4,7 milhões; *O trapalhão na serra pelada*, de 1982, com 4,7 milhões; *O casamento dos trapalhões*, de 1988, com 4,5 milhões; e *Os vagabundos trapalhões*, de 1982, com 4,4 milhões.

Os Trapalhões são ícone do cinema cômico brasileiro assim com Charles Chaplin ou Jerry Lewis são para o cinema americano. “A trupe liderada por Renato Aragão mostrou

⁵ ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Disponível em: www.ancine.gov.br, acessado em 12 dez. 2013. Fonte: www.ancine.gov.br

aos brasileiros de uma geração que o produto nacional ainda valia – e muito” (JOLY; FRANCO, 2007: 140). Segundo os autores, o grupo tirou as crianças e jovens da companhia de grandes sucessos do cinema estadunidense para ficarem com Didi, Dedé, Mussum e Zacarias, permitindo-lhes explorar a cultura brasileira, revelando um país genuíno com muitos problemas sociais e imperfeições que nenhum outro filme exibiu naquela época. Além do cinema⁶, a marca do grupo obteve sucesso com os programas exibidos na televisão (1966-2013), e nas revistas em quadrinhos (1976-2011).

Porém, no formato *teenpic*, o primeiro filme brasileiro voltado especificamente para o público jovem foi *Menino do Rio* (1981), dirigido por Antônio Calmon e norteado por uma forte campanha de *marketing*. Algumas outras produções dessa mesma década seguiram seu caminho de lucros: *Bete Balanço* (1984), *Garota dourada* (1984) e *Rock Estrela* (1985) são alguns exemplos bem-sucedidos.

O movimento chamado de Rock Brasil, com bandas como Titãs, Barão Vermelho, Engenheiros do Hawaii, Paralamas do Sucesso, Ira!, entre outros, sintetizavam ideias jovens que circulavam naquela época. E foi neste cenário, com o fim da ditadura militar marcada pela abertura democrática do país, com a prosperidade da indústria fonográfica, a consolidação da televisão nos lares brasileiros, que se viabilizou a disseminação de representações da juventude urbana em diálogo com os mercados da moda e entretenimento.

Com o fim dos anos 1980, essa produção específica e estrategicamente pensada para os jovens se restringiu. Todavia, há de se destacar movimentos musicais importantes nos anos 1990, tais como o importado *Grunge*; o pernambucano mangue-beat; rock comédia dos Raimundos; Mamonas Assassinas; entre outros. Entretanto, no que diz respeito ao cinema, objeto de estudo desta pesquisa, raras foram as produções de longas no país, ainda mais com temáticas jovens. Isso se deveu à política de estado da época marcada pelo fechamento da Embrafilme, no governo Collor.

A partir dos anos 2000, sobretudo no final da década, o mercado cinematográfico voltou a se interessar pela produção de filmes para o público jovem: *Houve Uma Vez Dois Verões* (2002), *Meu Tio Matou Um Cara* (2004), *O Diabo A Quatro* (2005), *Muito Gelo e Dois Dedos D'Água* (2006), *Pode Crer!* (2007), *Meu nome não é Johnny* (2007), *Era uma vez* (2008), são alguns exemplos. Outrossim, convém destacar que naquele mesmo período

⁶ No total foram 47 filmes que levaram a marca *Os Trapalhões*, com um ou mais integrantes do grupo original. Com o quarteto completo foram 22 filmes (1978 a 1990).

observou-se um considerável número de lançamentos quase que simultâneos: *Antes que o mundo acabe* (2009), *Apenas o fim* (2008), *Os famosos e os duendes da morte* (2009), *Muita calma nessa hora* (2010), *A alegria* (2010), *As melhores coisas do mundo* (2010) e *Desenrola* (2011). Muitos deles lançados estrategicamente no verão. Alguns foram sucesso de crítica e por vezes acompanhados por boas bilheterias.

A seguir, far-se-á um percurso prospectivo das representações da juventude através da descrição dos modos de ser jovem em duas obras selecionadas, são elas: *As melhores coisas do mundo* (2010) e *Desenrola* (2011). As referidas obras compõem as discussões neste *paper* por trazerem aspectos distintos dos jovens “bem nascidos” brasileiros. Eles dialogam com o forjamento de culturas juvenis advindas das mediações tecnológicas e repertório simbólico midiático. Além disso, muitas vezes se parecem com produtos televisivos em termos de linguagem, e trazem à tona discussões presentes na atualidade como o *ciberbullying*, mas retoma um tema clássico do cinema – o fim de uma relação amorosa e a perda da virgindade, como veremos adiante.

As melhores coisas de que mundo?

As melhores coisas do mundo é um filme dirigido por Laís Bodanzky, inspirado na série de livros - *Mano - Cidadão aprendiz*, escrita por Gilberto Dimenstein e Heloísa Prieto. Bodanzky fez uma incursão no universo jovem de forma impactante e marcou seu nome no cinema nacional já no lançamento de seu primeiro filme, *Bicho de sete cabeças* (2001). Parcialmente mergulhado em temáticas comuns à adolescência, *Bicho de sete cabeças* retrata em tons bem menos solares da vivência jovem. Debruça-se na história verídica de um jovem - Austregésilo Carrano Bueno, interpretado por Rodrigo Santoro - que é internado em uma instituição psiquiátrica depois que seus pais encontram um cigarro de maconha no bolso de seu casaco.

O protagonista de *Bicho de sete cabeças* é um jovem de cabelo revoltado e ares de rebeldia frente ao conservadorismo e inércia de sua família. A temática central, que levantou bastante polêmica e debate à época de seu lançamento, gira em torno de uma nova maneira de se pensar o tratamento psiquiátrico ou uma clara ostensiva contra os espaços e tratamentos nos manicômios espalhados pelo país. Até por conta da discussão estimulada pela obra, foi aprovada uma lei que proíbe a construção de instituições como a retratada no filme. Ainda a partir dela veio à tona um debate quanto à forma como os pais e o conjunto da sociedade lidam com o usuário de drogas ilícitas, colocando o problema em termos de saúde pública e não como crime.

De volta ao universo adolescente, em *As melhores coisas do mundo*, seu terceiro longa-metragem, Bodanzky carrega mais no colorido do universo jovem e muito pouco no tom acinzentado. Ela conta a história de Hermano (Francisco Miguez), ou melhor, Mano como prefere ser chamado o protagonista - um adolescente de 15 anos, que se percebe limitado diante da complexidade de vários acontecimentos que o fazem se transformar e rever as suas próprias verdades.

O mundo juvenil e suas melhores coisas, tal como expostos no filme, é o mundo da classe média e média alta paulistana às voltas com problemas um tanto menores em relação aos universos juvenis: divórcio e discórdia com os pais, a primeira relação sexual, o uso de drogas lícitas e ilícitas, decepções amorosas e a conturbada relação entre seus colegas de sala. Nesse caso, o filme busca o apelo e o diálogo com os jovens, lançando mão de uma diversidade de artifícios para fazer com que esses se identifiquem com os que estão projetados na tela, num verdadeiro cosmomorfismo⁷ como diria Morin no ensaio “A alma do cinema”.

Para tanto, pode-se verificar no filme uma forte aproximação e uso da cultura digital, do universo da *blogosfera*, dos celulares e da internet, para representar um conjunto de relações do jovem contemporâneo urbano. Com o acesso instantâneo a todo tipo de informação, é possível compartilhar experiências e participar da construção do conhecimento através da internet; comunicar-se com pessoas de qualquer lugar do mundo. Isso possibilita a interatividade, a interferência e a colaboração, sendo os jovens, principalmente dos estratos sociais representados no filme, atores sociais protagonistas das sociabilidades mediadas por artefatos tecnológicos.

Pode-se constatar a presença da cultura digital no dia a dia dos jovens. Seja no ambiente familiar, trabalho, escolas, universidades. É possível, ainda, reconhecer os ícones que fazem parte dessa cultura, como os diversos aparelhos tecnológicos que os acompanham por todos os lugares. De acordo com Cunha e Padilha (2009: 02), os jovens são comprometidos pelos processos que promovem e influenciam as mudanças nas culturas contemporâneas devido ao fato de serem mais abertos e visados mercadologicamente pela cultura digital. Afirmam ainda que a “juventude é uma parcela da sociedade que está numa fase de mudança e definições de escolhas e modos de ser e agir que afetam o cotidiano” (CUNHA e PADILHA, *ibidem*).

⁷ O autor se volta a aspectos inerentes à linguagem cinematográfica para explicar os processos de projeção, identificação e participação dos sujeitos com o que vê na tela. Isso é possível pelas invisibilidades aos espectadores através de técnicas do cinema.

No livro “Cultura digital.br”, o sociólogo Sérgio Amadeu, aponta para uma nova cognição mediada pelo computador e expõe um exemplo do universo adolescente:

Você vê um adolescente com uma tela aqui na frente e aí ele abre uma mensagem instantânea aqui, está com 10, 15 telas abertas, está com um outro mensageiro instantâneo aqui do lado, fazendo um trabalho de escola aqui, ao mesmo tempo que ele está ouvindo uma música, ele está num site “x” ouvindo uma música que provavelmente nunca ouvirá novamente, e está baixando algo numa rede *BitTorrent*. Tudo ao mesmo tempo. Aí você pergunta para ele: “O que você está fazendo?” Aí ele vira para você e fala: “Nada. Eu não estou fazendo nada.” [Risos] Isso é uma nova cognição. Isso é muito profundo. (2009: 71).

Tomando como base o Brasil, por mais que o acesso a esses novos artefatos seja algo ainda limitado devido às grandes discrepâncias de renda fortemente presentes no país, é importante ressaltar o papel desse tipo de comunicação entre as juventudes contemporâneas. Trata-se, portanto, de um filme produzido por adultos, sobre o universo jovem, destinado ao público jovem e que promove em sua narrativa jogos de projeção e identificação. Esta constatação é fundamental para compreender os recursos narrativos, discursivos e textuais citados.

Desenrola: virgindade e pedagogia do amor

Vimos até agora, ao longo do texto, modos de construção de uma condição juvenil forjados no cinema a partir de uma lógica específica de produção e fruição cultural: a do entretenimento. Deste modo, esse tipo de produção pressupõe uma dupla mediação caracterizada pela troca com outros produtos e a participação afetiva nas dinâmicas do cotidiano, via comunicação efetiva com o público-alvo através de *blogs* oficiais, mídias sociais e promoções; muito utilizadas atualmente. Assim, a juventude se tornou peça fundamental na mediação existente no interior do *mix* das próprias indústrias culturais e nas estratégias que estas criam para “ser” e “estar no mundo”.

O filme *Desenrola* já foi concebido desta forma. Pretendeu dialogar com uma parcela de adolescentes brasileiros e é contemporâneo de *As melhores coisas do mundo*. Dirigido pela carioca Rosane Svartman (*Como ser solteiro*, 1998; *Mais uma vez amor*, 2005; *Tainá, a origem*, 2013), a película nasceu de uma pesquisa sobre sexo feita em escolas particulares do Rio por Juliana Lins e Rosane. O assunto da iniciação sexual acabou dando origem à série de documentários *Quando éramos virgens*, transmitida pelo canal por assinatura GNT, além de um livro homônimo, editado pela Casa da Palavra. A pesquisa

rendeu ainda uma web-série – *Desenrola* - exibida no canal fechado *Multishow*, no qual originou o roteiro do filme homônimo em discussão. Ou seja, trata-se de um produto transmidiático.

De acordo com o release oficial do filme disponível em seu website⁸, a supracitada web-série foi lançada no segundo semestre de 2008. Ela propôs uma participação direta do público com os personagens através de blogs, fóruns, ARGs (jogos de realidade alternada), Orkut, Flickr (compartilhamento de fotos), Last.fm (compartilhamento de músicas) e outras redes sociais. O projeto também se estendeu à rádio, televisão e escolas do eixo Rio-São Paulo. Tanto a série de documentários quanto a web-série serviram de inspiração para o longa-metragem *Desenrola*.

A linguagem interativa, jovial e direta proposta pela web-série contribuiu para delinear os caminhos que Priscila, a jovem-protagonista, percorre no alto de seus 16 anos, ao lidar com importantes “primeiras vezes” e descobrir respostas para as muitas perguntas que tem na cabeça. O filme também mescla atores não profissionais com figurões da teledramaturgia brasileira, como Marcello Novaes, Claudia Ohana e Juliana Paes. Além disso, ele se auto intitula como uma comédia jovem e, segundo a diretora, teve a pretensão de cobrir uma lacuna de filmes sobre virgindade no Brasil. Para fazer um longa-metragem que dialogasse com esse universo, a produção optou por um caminho colaborativo e participativo, muito semelhante ao processo de *As melhores coisas do mundo*.

Em meio à empreitada para ter sua primeira relação sexual e se auto afirmar perante os colegas de escola, é fazendo uma pesquisa quantitativa para disciplina de matemática que Priscila desconstrói várias verdades. Seus amigos não são tão seguros assim como demonstram no dia-a-dia e muitos mentem quanto à virgindade. O universo escolar mais uma vez é o ambiente privilegiado na trama assim como em *As melhores coisas do mundo*. Relações familiares, descobertas da sexualidade ditam o tom do roteiro, perpassando rapidamente por temas como: homossexualidade, amizade, sexo seguro e fidelidade.

É possível verificar inspiração livre nos filmes de John Hughes⁹ dos anos 1980 que reinventaram os *teenpics* sob o impacto inovador do sarcasmo e do niilismo como recursos dramáticos e cômicos relativamente originais, além dos filmes praianos cariocas - *Menino*

⁸ Disponível em: <http://www.desenrolaofilme.com.br/downloads/pressbook.pdf> (Acesso em 15.10.2013).

⁹ Aclamado [diretor](#), [produtor](#) e [roteirista](#) de [cinema estadunidense](#). Famoso por ter escrito e dirigido filmes que se tornaram clássicos da década de 80 e início dos anos 90. Entre 1984 e 1986, Hughes dirigiu uma série de filmes marcantes: “*Gatinhas e Gatões*”, “*Clube dos Cinco*”, “*Mulher Nota Mil*” e “*Curtindo a Vida Adoidado*”. Uma característica dos filmes de John Hughes é a apresentação de cenas extras, após os créditos finais.

do Rio (1981) e *Pode crer!* (2007). Todavia o modelo logo foi absorvido pela indústria do entretenimento. Na sociedade de consumo atual, bens simbólicos diversos dão sustentação à idealização de adolescência que garante *status* e visibilidade social aos jovens consumidores.

Outro aspecto relevante a destacar é o fato de *Desenrola* dialogar abertamente com um tipo de jovem forjado por uma pedagogia do olhar televisivo. São opções estéticas que se voltam para um momento ensolarado, colorido e confuso da vida, com muitas confusões que se resolvem sem muitos atritos. Os jovens são representados ao tom de gírias do cotidiano carioca da Zona Sul, humor bestial, o colorido pop, o drama raso que lembram filmes e seriados que acontecem no entorno dos chamados *High School*, neste caso a escola Desenvolve Educação Integral, cujo grafismo da marca é o mesmo do título do filme.

Vale lembrar a relevância da televisão na vida dos jovens, em especial no Brasil, onde as pessoas dedicam várias horas de seus dias à programação oferecida pelos canais de televisão, mesmo com o aumento vertiginoso do consumo do audiovisual pela internet com a expansão da Banda Larga e dos games. Com uma linguagem reconhecida e habitual para muitas pessoas, a TV acostuma o olhar a determinados esquemas narrativas. Assim, esses modelos influenciam outras linguagens como o cinema¹⁰, que recorrem a elementos da gramática televisiva para se aproximarem de seu público.

No caso específico do cinema contemporâneo, muitos filmes utilizam a rapidez e a fragmentação como elementos de linguagem advindos da TV, tendo em vista esse receptor mais irrequieto e disperso. O diálogo entre cinema e televisão não é um fenômeno novo, a relação já acontece há algumas décadas, desde que a televisão foi desenvolvida, muitos cineastas encontraram em esquemas televisivos características interessantes para a realização dos filmes.

Em filmes brasileiros recentes, a exemplo dos que fazem parte do *corpus* deste artigo, a influência da televisão também se faz presente no aspecto formal. De acordo com Marson (2009: 91), com a entrada no mercado cinematográfico de produtoras especializadas em publicidade e da Rede Globo, houve uma “incorporação de padrões estéticos, técnicos e da linguagem da televisão e da publicidade no Cinema da Retomada” (*Idem*, 2009: 165). Esta mesma autora destaca a presença de uma “estética televisiva” nos

¹⁰ No cinema contemporâneo, não existe uma obrigatoriedade com relação à legibilidade da narrativa ou da progressão dramática. Há diversas formas de se constituir o discurso, porém o filme em tela recorre aos esquemas clássicos tradicionais: possui uma curva dramática caracterizada por um começo, um meio e um fim bem definidos, e sua segmentação respeita a distinção por blocos. (ZANI, 2009).

filmes, notadamente nas comédias, estética que pode ser percebida pela utilização de planos fechados, fotografia e interpretações naturalistas, pelo apego a fórmulas consagradas nas novelas, pelo maior número de cortes e cenas e por meio da construção de personagens baseados em estereótipos da teledramaturgia.

No caso do *Desenrola*, os personagens são bem marcados e facilmente decodificáveis pelos arquétipos: a garota outsider (Priscila), o perturbado e *nerd* (Amaral), o ingênuo (Boca), a popular (Tize), o tímido e melhor amigo da outsider (Caco) e o garanhão sarado (Rafa), só para citar os principais. Diante disso, não há como não fazer referência, também, às ficções seriadas nacionais *Confissões de adolescentes* (1994-1996) e *Malhação* (1995 até hoje), bem como às americanas *Barrados no Baile* (1990), *Patricinhas de Beverly Hills* (1996) e *Gossip Girls* (2007-2012).

Na década de 1990 o seriado televisivo *Barrados no Baile* (Beverly Hills 90210) tornou-se um grande sucesso pelo canal FOX ao explorar as dificuldades dos irmãos Brendon e Brenda, recém-chegados a Beverly Hills para se integrar à escola da cidade. Este fenômeno massivo do entretenimento fundou o que se pode entender como a inclusão do *teenager* como protagonista midiático, influenciando a maneira de falar, música e moda da época, enfim, as culturas juvenis. As tramas semanais ao longo dos dez anos da série - que retrataram a passagem da adolescência para a fase adulta de seus personagens - costumavam tocar em temas como convites para festas, consumo de álcool e drogas, conflitos com os pais, namoro, traição, aborto, boatos e popularidade. O elenco era formado por jovens brancos, saudáveis e especialmente bonitos.

Sobre essas produções aparentemente apolíticas de filmes e seriados que focam em adolescentes, a lógica que impera é aquela “que combina a beleza, a juventude e o senso de coletividade ao narcisismo como modo de ser privilegiado na imagem” (FEITOZA, 2012: 68). Eles oferecem uma espécie de pedagogia para se entender mecanismos de construção de um ideário de juventude, calcado na cultura das mídias, ao elaborar um idealismo estético aceito socialmente. Esse tipo de pedagogia do olhar é respaldado dentro do filme *Desenrola*.

De acordo com o filósofo norte-americano Douglas Kellner (2001) a chamada cultura da mídia tornou-se a dominante na contemporaneidade. Ela substituiu as formas do que ele chama de cultura elevada ou expressões do espírito, como foco da atenção e de impacto. Suas formas visuais e verbais estão superando, por exemplo, a cultura livresca e exigindo novos tipos de conhecimentos para decodificá-la. A cultura veiculada pela mídia

transformou-se na força dominante de socialização no meio social em geral e com muita força entre as camadas mais jovens. Suas imagens e celebridades substituem a família, a escola e a Igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação, estilo, moda e comportamento. É através dessa cultura que o indivíduo encontra suas bases para a construção de sua identidade.

Considerações Finais

Em *As melhores coisas do mundo*, todo o constructo imagético daquela "tribo" adolescente é captado através das roupas, do linguajar – e talvez seja essa a maior contribuição dos workshops com jovens consultados na elaboração do roteiro. A moral da história, por outro lado, atende a objetivos bastantes específicos e se restringe a uma pequena parcela da juventude brasileira – embora se pegarmos os programas de TV voltados para jovens, parece que só existe aquele tipo de juventude no cotidiano das cidades. A diretora toma emprestado o modo de falar – mas a fala é dela, dos produtores e do roteirista de seu filme. Mesmo que o filme seja vendido num pacote só como se, além das gírias antenadas, o discurso também fosse afinado com uma suposta "voz da juventude".

O filme termina com Mano tocando naturalmente sua música predileta, *Something* – dos Beatles, numa guitarra semiacústica vermelha, bastante seguro de si e com uma nova postura diante do mundo. Se na cena inicial ele usava óculos escuros e fantasiava com Jimmy Page, o seu ídolo de *rock*, tocando mal um violão, agora se mostra pronto para novos desafios. “Não é impossível ser feliz depois que a gente cresce. Só é mais difícil”, diz numa das últimas cenas do filme e sintetiza sua busca por posturas que revelassem quem ele é, com suas idiossincrasias juvenis, sendo estes elementos balizares sobre o próprio viés de juventude representada na obra.

Como evidências do tipo de juventude representada em *Desenrola*, por sua vez, pode-se afirmar que ela é higienista, classe média alta e articulada dentro de clichês e estereótipos de filmes do gênero comédia. Embora passe muito rápido por questões inerentes ao universo jovem como sexo seguro e gravidez na adolescência, não pretende aprofundar nelas. Seu roteiro disperso e com saltos narrativos sem muitas explicações lembram muito as ficções seriadas da televisão, com suas várias micronarrativas. Rafa, por exemplo, some repentinamente nas sequências finais do filme. As trilhas sonoras e músicas incidentais dão clima às situações diversas e as letras são diretas, como se ajudassem a descrever o plano da imagem.

A representação do amor juvenil no filme é próxima daquelas dos contos de fada. Ela tem uma função mágica de transformar a pastora em princesa e a besta em príncipe encantado. Trata-se de um amor como uma prática socialmente construída e culturalmente orientada em nome de valores imutáveis. O enredo carrega em sua estrutura narrativa um mapa de afetos, quase um manual, em torno do qual os jovens retratados realizem sua socialização no mundo adulto. Diferentemente do filme *As melhores coisas do mundo*, os jovens são saudáveis psicologicamente e fisicamente, não são usuários eventuais de drogas recreativas nem se colocam em situação de perigo, tendo a cidade como um porto seguro sem fricções inerentes às tramas sociais.

Constata-se, enfim, como central na narrativa do filme, modelos de feminilidade e masculinidade. Esses modelos são usados pelos jovens como um mapa social a ser seguido para entrada no universo adulto. Tal mapa é construído, como vimos, pela crença no amor como elemento balizador de integração entre os sujeitos e a sociedade, com práticas culturais aceitas nos grupos. Esses grupos se formam normalmente em ambiente escolar.

O amor é representado como uma promessa de felicidade e experiência de singularidade do indivíduo. No caso do jovem em *Desenrola*, há um aspecto pedagógico de modelos e estruturas que simbolizam um “dever-ser” das relações amorosas entre meninos e meninas; padrões de beleza vigentes e seu consequente poder de sedução. É apresentado, também, um contexto de permissividade sexual maior e pais bastante liberais de maneira geral. No final das contas, a harmonia entre os casais já é esperada nas resoluções dos personagens no fim, assim como nos finais de temporada de ficções seriadas juvenis. Corroborando com o que Janice Radway *apud* Andrade (2006) já havia constatado em relação às leitoras dos romances “cor de rosa”, ao salientar que elas não se aventuravam em uma história que pudesse vir a não terminar como o esperado, assim como a aguardada identificação dos espectadores deste filme.

O debate em torno das representações dos jovens no cinema brasileiro contemporâneo contribui para compor um olhar que busca compreender como se constituem as representações desse grupo social. Parece ainda ser um importante filão de mercado com interesses da indústria nessa construção simbólica a partir de obras diversas em seus roteiros, como por exemplo o remake de *Confissões de Adolescentes* (2013) e as comemorações da longa telenovela juvenil *Malhação* que está comemorando 20 anos no ar pela TV Globo este ano.

Referências

- AMADEU, Sérgio *et all*, IN: SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sérgio (Orgs.). **Cultura Digital BR**. Rio de Janeiro, Beco do Azougue, 2009.
- ANDRADE, Roberta Manuela Barros de. **O drama das emoções**: a cartografia dos sentimentos e a telenovela para adolescentes no Brasil In SAMPAIO, Inês Silvia Vitorino *et all*. **Mídia de chocolate**: estudos sobre a relação infância, adolescência e comunicação. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. Trad. Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 4ªed. 3ª reimpressão. São Paulo: EDUSP, 2008.
- CUNHA, Cybelle Regina Carvalho da; PADILHA, Maria Auxiliadora Soares. **A inclusão digital e social de jovens na cibercultura**: um diálogo contemporâneo possível? III Simpósio Nacional ABCiber - Dias 16, 17 e 18 de Novembro de 2009 - ESPM/SP - Campus Prof. Francisco Gracioso.
- DAYRELL, Juarez. **O Jovem como Sujeito Social**. 2002. Disponível em: http://direitoshumanoscontagem.org/html/aprender/jovem_como_sujeito_social_dayrell.pdf Acessado 10.10.2011. Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Educação, 2003.
- ENNE, Ana Lúcia. (2010). **Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida**: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade. In: comunicação, mídia e consumo – São Paulo - Volume. 07 nº 20 - p. 13 - 35 nov. 2010.
- FEITOZA, Frederico Antônio. **A sensibilidade em filmes de High School**. Revista Cadernos de Comunicação (v.16, n.2, Jul-dez 2012).
- JOLY, Luís; FRANCO, Paulo. **Adoráveis Trapalhães**: histórias e curiosidades do quarteto mais famoso do Brasil. São Paulo: Matrix, 2007.
- KELLNER, Douglas. **Cultura da Mídia**. Bauru, EDUSC, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **A mudança na percepção da juventude**: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre jovens In: BORELLI, Sílvia H. S. e FILHO, João Freire, **Culturas Juvenis no século XXI**. São Paulo, EDUC, 2008
- MORIN, Edgar. **A alma do cinema (Cap. IV de O cinema ou o Homem Imaginário)**. In: XAVIER, Ismail (org.) **A experiência do cinema: antologia**. RJ: edições graal: Embrafilme, 1991.
- NOGUEIRA, Rosana Maria César Del Picchia de Araújo. **Violências nas escolas e juventude**: um estudo sobre o bullying escolar. (Tese de doutorado). Pós-Graduação em Educação: História, Política e Sociedade. PUC-SP, 2007, 258 p.
- ORTIZ. Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- RAMOS, José Mário Ortiz. **Televisão, publicidade e cultura de massa**. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes, 1995.
- Savage, Jon. **A criação da juventude**: como o conceito de teenage revolucionou o século XX. Rio de Janeiro, Rocco, 2009.