

MIGUEL ANGEL SCHMITT RODRIGUEZ

**CINEMA CLÁSSICO AMERICANO E PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADES:  
o cigarro em cena**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em História, do Centro de Filosofia e Ciências Humanas, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção de título de mestre.

Orientadora: Maria Bernardete Ramos Flores

Florianópolis  
2008

## **- RESUMO -**

Esta dissertação trata sobre os processos de subjetivação da prática do tabagismo produzidos através das imagens dos filmes do cinema clássico americano. Dividido em quatro capítulos, discorre-se, inicialmente, sobre os mecanismos de massificação do consumo de cigarros, no contexto do surgimento das companhias transnacionais de tabaco. Em seguida, fala-se do cinema de Hollywood, entendendo-o como uma agência produtora de subjetividades. Finalmente, nos capítulos três e quatro analisa-se um conjunto de filmes das décadas de 30, 40 e 50, onde o cigarro apresenta-se como um elemento de destaque na composição das cenas.

**Palavras-chaves:** cigarro - cinema - subjetividades

## **- ABSTRACT -**

This dissertation (thesis) is about the process of subjective practice of tobacco consuming produced through movies images from the classic american cinema. Divided in four chapters, it's considered, primarily, over the mechanism of cigarettes mass consuming, in the context of appearance of multinational tobacco companies. Following that, it's been said of the hollywood cinema, that understanding it: is a producing subjective agency. Finally, looking at the chapters three and four it can be analysed an ensemble of movies of the 30s, 40s and 50s, where the cigarette would show in, like an up element of the composition of the scene.

**Keywords:** cigaret - cinema - subjective

## - PREFÁCIO -

O tema dessa dissertação parecerá, num primeiro momento, objeto de pouca relevância. Talvez, seja mesmo encarado como mais um exemplo da fragmentação do conhecimento histórico, 'sintoma do ceticismo vivido pela onda pós-moderna'. Dirão tratar-se de uma proposta 'sem compromisso com a História', que procura “se deleitar no ‘carnaval’ das relações produtivas e do mercado capitalista”<sup>1</sup>. Dedicar uma pesquisa acadêmica a um objeto, aparentemente, tão insignificante (e que, além de tudo, está totalmente fora de moda) pareceria puro diletantismo.

Sou um fumante convicto desde julho de 2002, a primeira preferência foi pelos cigarros “Hollywood”. Para essa escolha, não me afetaram as campanhas publicitárias, nem mesmo os filmes comerciais do cinema americano. Pertença a uma geração que pouco conviveu com o apelo massivo destas mídias para a promoção do tabagismo.

Foi a provocação de um amigo que me fez escolher a marca. Eu não era fumante (talvez até repudiasse o hábito), era simpático às causas da 'revolução', quando um amigo escreveu um conto dedicando-o a mim. Tratava das desventuras de um guerrilheiro comunista que, baleado pelo exército das forças imperialistas, em plena selva colombiana, clamava por um “Hollywood” como seu último desejo. Muitos anos se passaram desde que li a história até colocar o primeiro cigarro à boca. Quando o fiz, acho que foi como uma homenagem àquele amigo. De alguma maneira, ele havia me ensinado a força e a persuasão dos modos de produção da subjetividade capitalística. O herói, mesmo o comunista, quando morre quer ver-se igual aos seus ídolos do cinema, e cede aos desejos do consumo.

Mas foi outro texto que me despertou a vontade da pesquisa. Ao ler o romance de Christopher Buckley, *Obrigado por fumar*<sup>2</sup> (comentaremos a adaptação deste livro para o cinema na parte de “Considerações iniciais”), fiquei fascinado pela polêmica em torno das proibições a um hábito que por muitas décadas impulsionou uma das economias industriais mais lucrativas do século XX. O livro é, de certa forma, uma sátira aos discursos anti-bagistas, ao mesmo tempo em que revela toda a obscenidade por trás da publicidade das indústrias tabaqueiras.

---

<sup>1</sup> FOSTER, John, Bellamy. **Posfácio**: em defesa da história. In: WOOD, Ellen Meiksins & FOSTER, John Bellamy (org). Em defesa da História: marxismo e pós-modernismo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1999. p. 2005.

<sup>2</sup> BUCKLEY, Christopher. **Obrigado por fumar**. São Paulo: Cia das Letras, 1996.

A obsessão pelo tema me levou a pensar sobre as formas de sedução que conduziu milhões de pessoas ao consumo compulsivo por cigarros. Para além do processo de mecanização das fábricas que possibilitou a produção de cigarros em escala industrial, pensava sobre como se fabricaram as subjetividades que inventaram o fumante. Como se produziu esse tipo de consumidor?

O cinema clássico de Hollywood era um prato cheio para a investigação. No final, o cigarro já não era exatamente o objeto das minhas inquietações. Talvez ele tenha sido somente um pretexto para realizar um estudo sobre a persuasão das imagens do cinema. De qualquer maneira, ele se mostrou como um produto extremamente revelador.

Se pensamos que, nesse exato instante, milhares de pessoas estão a acender seus cigarros em todos os cinco continentes do globo, teremos idéia da eficácia daquela produção de subjetividade que resiste ao discurso médico enfático: “fumar causa câncer disto e daquilo”. Espero que o leitor não julgue precipitadamente este trabalho. Sem pretensões “revolucionárias”, ele não se presta, no entanto, a ser uma narrativa despreocupada.

## **- AGRADECIMENTOS -**

No decurso da realização desta dissertação me deparei com muitas dificuldades. Para superar os tropeços habituais tive a sorte de poder contar com algumas pessoas especiais, a quem devo a gratidão pela conclusão deste trabalho. Meus pais garantiram as condições estruturais, digamos assim, dando-me conforto e apoio irrestrito na execução das tarefas e etapas necessárias. Minha orientadora, Maria Bernardete Ramos Flores, cumpriu suas funções sendo imprescindível para as escolhas e caminhos trilhados, sobretudo, no que concerne aos aspectos teóricos e metodológicos. Minha namorada, Daiane Martins Freitas, contribuiu pela paciência e atenção ao acompanhar a escrita do trabalho e sugerir correções necessárias. O amigo e colega Daniel Pfeifer Pitthan também colaborou com a leitura atenta de alguns capítulos, e possibilitou boas conversas que ajudaram a traçar as estratégias e as intenções da pesquisa. Ao amigo Hélio Cordeiro, devo agradecer as aulas informais sobre história do cinema que pôde me proporcionar graças a sua experiência como roteirista, além das boas sugestões de filmes para análise com relação à temática da dissertação. Da mesma forma foram valiosas as recomendações do amigo Lorenzo Basadonna, com quem também pude contar para o esclarecimento e tradução de textos em inglês e francês. Por fim, registro minha gratidão ao amigo Denis Diogo que pela arte de tirar café espresso deu-me bons estímulos em muitas tardes de redação.

## - SUMÁRIO -

Considerações iniciais .....	06
Capítulo 1 – Tabaco, tabagismo: indústria e consumo .....	19
Capítulo 2 – O cinema como máquina produtora de subjetividade .....	33
Capítulo 3 – Nas nuvens de fumaça e amor .....	47
3.1) Um cigarro para a distinção do cavalheiro .....	48
3.2) A mulher moderna também sabe fumar .....	56
3.3) Desejo e arte de sedução .....	68
Capítulo 4 – Construindo uma nação... massificando um consumo .....	71
4.1) Transgressores da ordem: o anseio por liberdades .....	72
4.2) O cigarro como um sinal de masculinidade .....	83
4.3) Sucesso e opulência .....	97
Considerações finais .....	106
Referência Bibliográfica .....	109
Fontes .....	112

## - CONSIDERAÇÕES INICIAIS -

### **História: imagem e construção de subjetividades**

O que nos faz sentir o desejo por uma prática determinada? Como se produz o significado de nossos hábitos? Ou, como se opera a construção subjetiva de nossa existência? Longe estou de querer apresentar a solução destas questões. Se inicio esta introdução com tais perguntas, no entanto, é porque de alguma maneira elas ajudam a pensar o desenvolvimento desta pesquisa.

Um dos ensinamentos que o estudo das sociedades do passado pode nos oferecer é a condição de mutabilidade a que nossos hábitos e costumes estão sujeitos. Ao examinar uma revista de décadas passadas podemos observar os principais acontecimentos noticiados pela imprensa da época. No entanto, isto geralmente não é o que mais nos chama a atenção. O que de fato nos comove é a percepção de como “as coisas” eram diferentes. Nas fotografias vemos as roupas que nos fazem rir quando, por exemplo, nos deparamos com os “brotinhos” inaugurando seus esquisitos biquínis na praia de Copacabana; nas páginas que nos falam da política vemos um outro cenário, conflitos de idéias que já não fazem parte do discurso realizado pelos políticos de nossos dias; nos anúncios publicitários observamos, além dos produtos consumidos na época, um apelo que se dirige aos valores apreciados por aquela sociedade, que em parte diferem dos nossos.

Empreender uma pesquisa nesse sentido é, sobre alguns aspectos, semelhante a viajar a um país distante e se deparar com outras formas de existência. Pois não é verdade que quando visitamos outros países, muitas vezes, descobrimos que nosso dito “bom gosto” é, para as pessoas daquele lugar, entendido como uma falta de delicadeza? Muitas vezes, estranhamos perceber que aquilo que em nosso país é ilegal perante a justiça torna-se, em alguns países, uma prática incentivada pelo Estado.

Quando realizamos uma pesquisa sobre o passado, não precisamos recuar muito no tempo para observamos estas e outras estranhezas. Pensemos, por exemplo, como era distinta a maneira de nossos pais se relacionarem com as questões da política, da religião ou da família; como eram outras as suas percepções e os seus desejos. Mas afinal, que reflexão podemos fazer quando constatamos todas essas mudanças?

A tradição do pensamento moderno nos fez habituar à idéia de contínuo progresso. Hegel, por exemplo, desenvolveu toda uma filosofia da história na crença de um desenvolvimento progressivo do espírito humano; Marx comoveu o coração de milhares de militantes políticos que tinham certezas no desenvolvimento da sociedade através do contínuo processo da luta de classes para o alcance do socialismo; Comte, através da sua “física social”, foi inspirador para os discursos políticos que colocavam na pauta do dia a necessidade da ordem para o alcance do progresso. Mesmo que oriundas de matrizes distintas, a força desse conjunto de idéias constituiu uma tradição que, em certa medida, se disseminou por toda uma rede de práticas e habituou o pensamento na lógica das idéias do contínuo, do homogêneo, da ordem e da razão.

Vista sob a influência desta tradição todas as mudanças que o historiador observa no tempo devem ser pensadas como processos de um contínuo desenvolvimento social e humano, e devem ser explicadas dentro de uma lógica que identifique suas causas e conseqüências. As estranhezas que enxergamos no passado são entendidas como necessárias para o desenvolvimento progressivo das condições atuais. O presente e o passado, portanto, são ligados por uma linha evolutiva que está submetida a uma ordem racional. No entanto, esta maneira de pensar esconde uma vontade de poder que se disfarça nas “certezas” de uma “verdade última”.

Nietzsche denunciou esta maneira de pensar; denunciou a idolatria da verdade porque viu nela sintomas de decadência dos instintos, da força, e da vontade de potência. Para o filósofo alemão essa “verdade última” seria, antes de mais nada:

um batalhão móvel de metáforas, metonímias, antropomorfismo, enfim, uma soma de relações humanas, que foram enfatizadas poética e retoricamente, transpostas, enfeitadas, e que, após longo uso, parecem a um povo sólidas, canônicas e obrigatórias.<sup>3</sup>

Tal conjunto de idéias serviu de inspiração para que vários intelectuais do século XX repensassem os paradigmas do pensamento moderno. Foucault e Deleuze, por exemplo, se destacam por produzir um procedimento inovador para pensar as ciências humanas fora dos cânones da tradição do pensamento ocidental.

Entender as verdades não como dadas pela transcendência, mas construídas dentro de jogos onde se simulam certezas, muda completamente uma interpretação sobre o passado. Aquilo que nos chamava a atenção pela sua estranheza não é mais visto como possível índice

---

<sup>3</sup> NIETZSCHE, Friedrich. **Sobre a verdade e mentira no sentido extra-moral**. In: Obras incompletas. São Paulo: Nova Cultural, 1999. p. 57.



de atraso, e sim como mostra das inúmeras possibilidades de existência. Nesse sentido, ao invés de se procurar as evidências que comprovariam uma realidade dos fatos, busca-se interpretar os recursos utilizados no processo de constituição subjetiva das práticas. Em certa medida, tudo o que intentamos aqui está ancorado dentro desta perspectiva de análise. Pois, neste trabalho não objetivamos discorrer sobre como eram as coisas num tempo passado, mas sobre como se pôde operar a construção de certas linhas dentro de uma cartografia dos sentidos.

Esta pesquisa se desenvolveu, portanto, preocupada em perceber como se instituem valores e como se opera a construção subjetiva de nossos desejos. Para isso, não se vale de nenhum pressuposto que pudesse revelar uma realidade que estaria por trás da aparência. Tomamos a aparência, mesmo, como instituidora de realidade. A perspectiva assemelha-se, portanto, a proposta sugerida por Suely Rolnik no livro *Cartografia sentimental*, quando aponta que para o cartógrafo:

não há nada em cima - céus da transcendência -, nem embaixo - brumas da essência. O que há em cima, embaixo e por todos os lados são intensidades buscando expressão. E o que ele (o pesquisador) quer é mergulhar na geografia dos afetos [...].<sup>4</sup>

Nessa busca pela compreensão de como se constroem os afetos prioriza-se o estudo de imagens. Penso que não foi por acaso que a maior parte dos estadistas pôde contar com um grupo de especialistas no ramo da “publicidade e propaganda”, mesmo quando essa atividade não recebia o estatuto que hoje recebe. A produção de imagens é uma atividade significativa, literalmente. Ela estimula relações, sugere sentidos, insinua certezas.

As imagens da página seguinte (figura 1)<sup>5</sup> se referem a foto sobre a qual Milan Kundera<sup>6</sup> discorreu, certa vez, em um dos seus romances. É o caso da fotografia reeditada: em 1948, dois políticos da antiga Tchecoslováquia, Gottwald e Clementis, aparecem juntos numa cerimônia discursiva; em 1952, só um deles aparece na foto.

---

<sup>4</sup> ROLNIK, Suely. **Cartografia sentimental**: transformações contemporâneas do desejo. São Paulo: Estação Liberdade, 1989. p. 67.

<sup>5</sup> Extraído de <http://www.hutka.cz/new/screen2/gottwald.jpg> - acessado em 20/05/2007.

<sup>6</sup> Escritor tcheco nascido em 1929, Milan Kundera foi um crítico do comunismo da União Soviética e militante que esteve envolvido na Primavera de Praga de 1968. O livro aqui citado intitula-se “O livro do riso e do esquecimento”, e foi publicado originalmente em 1978.



Figura 1: Foto reeditada: romance de Milan Kundera

Segundo o escritor tcheco, tratou-se de uma imagem emblemática que se reproduziu de forma massiva no período em que a Tchecoslováquia e a Rússia mantinham boas relações. Ela aparecia nas escolas, nos museus, em institutos de cultura, etc; e era representativa para aludir a inserção da Tchecoslováquia à União das Repúblicas Socialistas Soviéticas. Após a denúncia de que Clementis traíra o comunismo, a foto foi reeditada e sofreu uma alteração de maneira que só aparecia Gottwald, no palanque do discurso.

Sobre a história política de nosso país poderíamos, também, fazer menção ao famoso quadro de Pedro Américo intitulado *Independência ou morte* (figura 2) <sup>7</sup>.

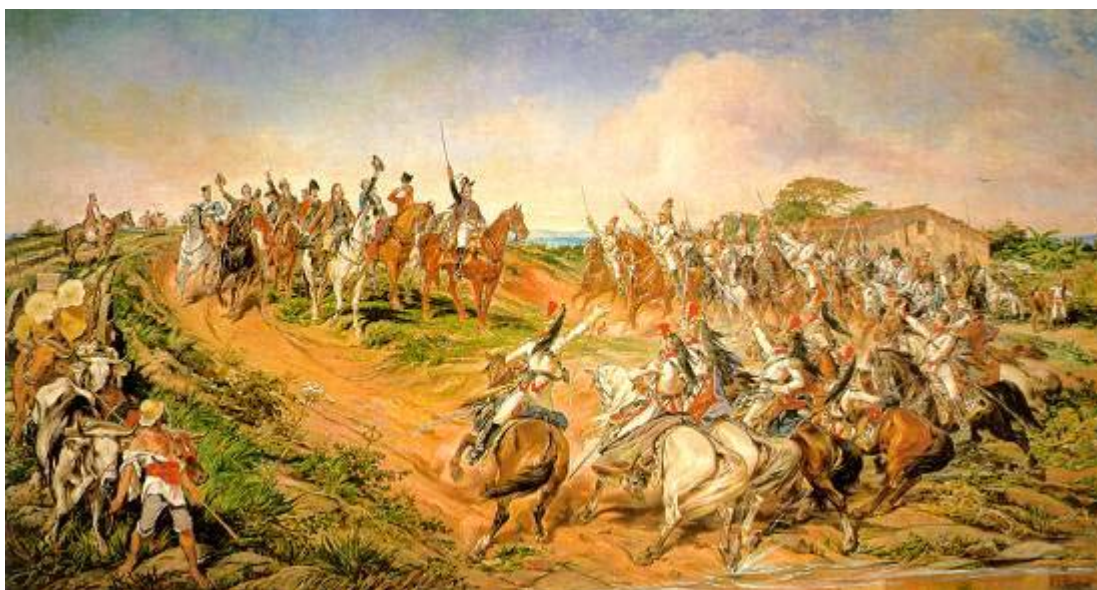


Figura 2: Reprodução do quadro *Independência ou morte*

Encomendado pelo governo imperial, em 1886, ele possuía, enquanto projeto, um claro interesse de enaltecer o Império. Por esta razão, o acontecimento da proclamação da independência é retratado de uma maneira por demais ostentatória e não foram poucos os

---

<sup>7</sup> Extraído de [http://pt.wikipedia.org/wiki/Imagem:Independ%C3%Aancia\\_ou\\_Morte.jpg](http://pt.wikipedia.org/wiki/Imagem:Independ%C3%Aancia_ou_Morte.jpg) – acessado em 22/05/2007.

críticos que contestaram a imagem retratada com a suposta veracidade do acontecido. De qualquer forma, foi esta imagem que estampou as páginas dos livros de História por décadas e décadas.

Imagens como estas são entendidas, geralmente, como processos de manipulação e falsificação da realidade. Eu, particularmente, também entendo que exista aí um processo de manipulação, mas não atribuo ao termo o tom pejorativo que o identifica com o falseamento. Penso na manipulação como ato de criação e invenção e não como processo de ilusão e encobrimento da realidade.

Tanto o caso da fotografia dos políticos tchecos quanto o da pintura que retrata a proclamação da independência são, sobretudo, reveladores para expressar a força que as imagens adquirem nas estratégias da política. Nessas circunstâncias, pode-se pensar que para certos aspectos as imagens do discurso seriam tão, ou mais, importantes que o seu próprio pronunciamento. É desta forma que entendemos as imagens como sendo a matéria-prima para a fabricação de nossos sentidos e de nossa subjetividade.

Já muito se estudou como se opera o modo de produção material das condições de existência. Acredito que se deva, agora, empreender a pesquisa em outra direção; precisamos voltar nossa atenção para a compreensão do modo como se fabricam os nossos sentimentos e os nossos desejos.

### **Cigarro e cinema clássico americano**

No ano de 2006 foi lançado nos circuitos comerciais de cinema brasileiro o filme de produção hollywoodeana intitulado “Obrigado por fumar”<sup>8</sup>. Baseado no livro homônimo do autor norte-americano Christopher Buckley, a narrativa é uma ficção que gira em torno dos acontecimentos vivenciados por Nick Naylor no seu trabalho como porta-voz da “Academia de Estudos sobre o Tabaco”, um instituto financiado pela indústria do cigarro que procura se defender das ofensivas realizadas pelas campanhas anti-tabagistas.

O protagonista representa no filme o que se acostumou chamar nos Estados Unidos de *spyn doctor*, ou seja, uma pessoa especializada em “manipular” informação e contribuir fazendo *lobby* para um determinado grupo empresarial. Com a tarefa de reabilitar as vendas, Nick tem a idéia de re-introduzir a imagem do cigarro nas cenas dos filmes de Hollywood;

---

<sup>8</sup> REITMAN, Jason (dir.) **Thank you for smoking**. EUA: FOX, 2006.

argumenta, entre os colegas da empresa: “O maior romance da história, entre Humphrey Bogart e Lauren Bacall, começa com ele acendendo o cigarro para ela. Hoje, só os europeus e os psicopatas fumam nos filmes!”<sup>9</sup>. A ironia deste comentário sugere o caminho da problemática de minha dissertação, que procura, justamente, estudar imagens memoráveis do cinema clássico de Hollywood onde o cigarro se apresenta como elemento significativo no conjunto da cena.

Atualmente, em decorrência, entre outras coisas, do avanço do discurso médico contra o tabaco, a imagem do fumante não recebe mais o encanto que o consagrou em décadas anteriores como signo que referenciava elegância, charme, poder ou sedução. É inusitado que um próprio filme de produção hollywoodeana nos lembre da importância que a indústria cinematográfica teve em décadas anteriores para consagrar uma prática social tão mal vista, hoje em dia, aos olhos da maioria, em geral.

O cinema se afirmou, desde as primeiras décadas do século XX, como mídia de massa, sendo reconhecida a sua influência para a divulgação de valores que contribuem para a construção de hábitos e comportamentos sociais. Marc Ferro, na introdução de seu livro intitulado *Cinema e História*, afirma:

desde que o cinema se tornou uma arte, seus pioneiros passaram a intervir na história com filmes, documentários ou de ficção, que, desde sua origem sob a aparência de representação, doutrina e glorificam.<sup>10</sup>

Em seu livro, Ferro fala, sobretudo, dos aspectos políticos envolvidos na construção das narrativas que procuram retratar histórias de guerras ou revoluções. Nesta pesquisa estende-se tal observação, também, para os aspectos da cultura que perpassam nos filmes, quando “descrevem” a vida cotidiana. Nesse sentido, estamos mais próximos das reflexões de Felix Guattari quando, em sua caracterização crítica dos distintos modos de produção de subjetividade, conclui que no estágio recente do capitalismo “A opinião e o gosto coletivo [...] serão trabalhados por dispositivos estatísticos e de modelização como os que são produzidos pela publicidade e a indústria cinematográfica”<sup>11</sup>. (grifo meu)

---

<sup>9</sup> As aspas correspondem ao texto da legenda do filme. O romance citado faz referência ao longa “Uma aventura na Martinica”, produzido em 1944 e que marca a primeira atuação conjunta entre Humphrey Bogart e Lauren Bacall.

<sup>10</sup> FERRO, Marc. **Cinema e História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1992. p. 13.

<sup>11</sup> GUATTARI, Felix. **Da produção de subjetividade**. In: PARENTE, André (org). *Imagem máquina*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996. p. 186.

Lançado no ano de 1931 pela companhia de tabaco *Souza Cruz*<sup>12</sup>, a marca *Hollywood* é, talvez, a evidência mais clara, em nosso país, sobre a relação íntima entre cinema americano e o consumo de cigarros. No ano de 1949 a marca utilizava-se da seguinte publicidade (figura 3)<sup>13</sup>, veiculada nas páginas da revista *O Cruzeiro*, para promover a venda de seus produtos:



Figura 3: Anuncio *Cigarros Hollywood*

duas fotografias mostram um casal se divertindo ao passo da dança. Pela chamada, “Novidades Hollywood”, o leitor imagina tratar-se da cena de um filme americano. O texto, logo abaixo, explica:

**Hollywood - Calif.** Um novo filme de Carmen Miranda está causando enorme sensação: “O Príncipe Encantado”, com Wallace Beery, Jane Powell, Elizabeth Taylor e Xavier Cugat. É um novo sucesso da Metro Goldwyn Mayer.

Metade da composição gráfica do anúncio é, portanto, uma simples notícia que relata o lançamento de uma produção cinematográfica. Somente no texto, localizado ao lado da imagem que retrata uma mão segurando um maço de cigarros, pode-se reconhecer a publicidade comercial. Nele, lê-se a seguinte sugestão:

Seja Carmen Miranda, seja Wallace Beery, para qualquer grande artista de Hollywood, só há uma coisa que interessa, quando se lhes oferece um cigarro: *qualidade*. E é por isso que eles preferem cigarros onde entra a mesma alta qualidade de tabaco que você encontra nos cigarros Hollywood. Prefira também, se deseja alta qualidade, Hollywood!

O apelo às estrelas de cinema é explícito: são elas que garantem e legitimam a preferência que o consumidor dever ter.

Intui-se que o tabagismo não pode ser pensado, simplesmente, como ato de absorver nicotina para os pulmões, faz parte de sua prática uma série de significações socialmente

<sup>12</sup> MORAIS, Fernando. **Souza Cruz - 100 Anos - um Século de Qualidade**. São Paulo: DBA, 2003.

<sup>13</sup> CRUZEIRO. Rio de Janeiro: Diários associados, 07/05/1949. p. 47.

construídas que atribuem sentidos e caracterizam esta prática de formas distintas, em distintos momentos. Entende-se que o hábito de fumar cigarros é uma prática cultural que constitui sua significação social através da atividade exercida por certas agências produtoras de subjetividades. No presente trabalho, o cinema é compreendido como sendo uma destas agências.

## **Problema e métodos**

Certo de que toda pesquisa histórica tem sua própria historicidade, tenho ciência de que minha preocupação pela temática e pela maneira de abordagem é, em parte, motivada por certas circunstâncias da contemporaneidade. Os estudos dentro das ciências sociais e humanas que fazem referência à temas sobre a cultura visual vem crescendo significativamente nas últimas décadas. Karl Schollhammer em texto publicado pela *Revista Alceu* da PUC-Rio assinala:

A área se expandiu de maneira tão explosiva que levou Thomas Mitchell da Universidade de Chicago a falar de uma verdadeira Virada Pictórica (*A Pictorial Turn*) (1994: 11) nas ciências humanas atuais.<sup>14</sup>

A imagem ganha uma dimensão central para a compreensão da cultura de nossa sociedade. Isso muito em decorrência das novas tecnologias que produzem e distribuem informação através de suportes imagéticos. Neste caso, devemos assinalar que a imagem não é pensada mais somente como fonte de análise da pesquisa, mas a dimensão da visualidade ganha importância no processo de abordagem. A imagem se descola do sistema de dependência que tinha com o texto e, assim, não tem a função de simplesmente corroborar e ilustrar uma circunstância dada *a priori*.

A temática do trabalho é, também, fruto de condições e preocupações atuais. A cada ano aumentam as ações promovidas pelo Estado no intuito de combater o que passou a ser visto como uma doença de saúde pública. Desde a década de 70 a OMS (Organização Mundial da Saúde) estabelece resoluções de combate ao tabagismo<sup>15</sup>. Em 2003 foi assinado o primeiro tratado global contra o cigarro. Trata-se de um documento referendado por

---

<sup>14</sup> SCHOLLHAMMER, Karl Erik. **Regimes representativos da modernidade**. In: *Revista Alceu: revista de Comunicação, Cultura e Política*. Rio de Janeiro: Editora Puc-Rio, 2001. p. 31.

<sup>15</sup> BOEIRA, Sérgio Luís. **Atrás da cortina de fumaça**: - Tabaco, tabagismo e meio ambiente: estratégias da indústria e dilemas da crítica. Itajaí: Univali, 2002. p. 256.

representantes de 192 países que participam da OMS e que se comprometem a limitar e reduzir a venda e a propaganda de cigarros. No Brasil já são proibidas, pela legislação, as publicidades em revistas e nos meios televisivos. Também estão proibidas, as empresas de cigarros, de promoverem ou patrocinarem eventos de música e esportes<sup>16</sup>. Fora essas medidas restritivas que inibem a prática do *marketing*, a cada ano aumentam os investimentos em campanhas publicitárias com mensagens anti-tabagistas.

No entanto, se o grande mote do discurso anti-tabagista são os problemas de saúde denunciados pelo discurso médico, é importante lembrar que nem sempre foi assim. O doutor Aloyzio Achutti, membro do Instituto Nacional do Câncer, lembra: “Houve uma época em que o cigarro foi utilizado até com intuítos terapêuticos e os médicos fumavam tanto ou mais do que a população em geral”<sup>17</sup>.

Se a informação relatada nos chama a atenção é porque, hoje, o cigarro e o hábito do tabagismo são vistos, pelas principais instituições que detém o poder de exprimir a realidade social, como elementos nocivos e de transtorno para a convivência harmônica dos indivíduos. O senso comum da sociedade (inclusive os próprios fumantes), de maneira geral, enxerga no tabagismo um problema de saúde, um vício, um hábito de pessoas que não estão “de bem com a vida”.

De que maneira, em um dado momento da história do século XX, o fumo pôde ser visto pela maioria da sociedade como algo saudável, um elemento de distinção de pessoas independentes, um símbolo de *status* e elegância? Como se constituiu essa visualidade, que difere tanto da que predomina nos dias de hoje? Essa é a questão que nos colocamos. E para respondê-la realizamos um estudo sobre o cinema clássico americano identificando em suas produções a reprodução de imagens que exaltaram a prática do tabagismo, conferindo-lhe significados positivadores.

É importante enfatizar que nesta pesquisa não tenho a pretensão de identificar o modo de “como de fato” as pessoas se relacionavam com o cigarro no passado. Por isso as fontes não servirão para ilustrar uma dada realidade, mas estão sendo compreendidas como realidades que contribuem para significar a existência.

Como já foi salientado, esta pesquisa sofre influência das reflexões nietzscheanas que procuraram desestabilizar o estatuto da “Verdade” dentro do conjunto de saberes da tradição ocidental. Tais reflexões nos indicam que o dito “discurso verdadeiro” não é mais do que uma

---

<sup>16</sup> Página eletrônica oficial da BBC Brasil.com

[http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2003/030521\\_cigarroms.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2003/030521_cigarroms.shtml) - acessado em 20 de março de 2006.

<sup>17</sup> ANCHUTTI, Aloyzio. **O papel do médico e de outros profissionais da saúde no controle do tabagismo.** In: Guia Nacional de Prevenção e tratamento do tabagismo. Rio de Janeiro: Vitrô, 2001. p. 25.

expressão da vontade de poder; tais discursos, nessa perspectiva, não condizem com a realidade das coisas, pois a Verdade não é algo que se descobre, mas que se exerce. Essa referência serve como pano de fundo teórico para a análise, e é importante, na medida, que revela não ser meu objetivo “desmascarar” um suposto discurso que encobriu os possíveis malefícios que o tabagismo poderia vir a causar. Por este motivo, nesta análise, não se constrói o pensamento em termos de ideologia e sim de subjetividade. Nesse sentido, cabe ressaltar:

a) de maneira geral, o termo “ideologia” é compreendido como “uma ‘representação’ da relação imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência”<sup>18</sup>; se subentende, portanto, que exista um plano real das condições materiais de existência e um plano ilusório de representação;

b) essa pesquisa não se preocupou em fazer tal distinção, pois não parte do pressuposto da separação entre um mundo real e um mundo aparente;

c) logo, ao invés de utilizar o termo “ideologia”, optamos por trabalhar com a noção de “subjetividade”, e entendemos que se trata, sobretudo, de um processo contínuo de criação e atribuição de sentidos e de realidades. Compreende-se, dessa forma, que “O mundo ‘aparente’ é o único: o ‘mundo verdadeiro’ é apenas um mundo *acrescentado* de maneira mendaz”<sup>19</sup>.

A intenção da pesquisa, portanto, não é a de desmascarar os discursos “fraudulentos” sobre o tabagismo. Mas aqui, se desprende de qualquer juízo moral e pensa-se o tabagismo como uma prática construída socialmente. Nesse contexto, damos uma importância ao cinema de Hollywood, pois é sabida a força dessa agência midiática na fabricação dos desejos e das subjetividades. Através da análise das imagens cinematográficas quer-se realizar uma reflexão que identifica a prática do tabagismo com as estratégias de sedução amorosa, com os símbolos de rebeldia e liberdade, com indícios de virilidade, etc.

O trabalho está dividido em quatro capítulos. Inicialmente realiza-se um estudo sobre o desenvolvimento da prática do tabagismo nas sociedades ocidentais, dando-se ênfase nos processos de massificação do consumo, ocorrido quando da industrialização das fábricas. No segundo capítulo, a reflexão se concentra na indústria cinematográfica de Hollywood, procurando compreendê-la como uma máquina produtora de subjetividades. Nos capítulos três e quatro, é realizada a análise dos conjuntos de fotogramas extraídos das cenas de

---

<sup>18</sup> ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado**: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado (AIE). 2 ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985. p. 85.

<sup>19</sup> NIETZSCHE, Friedrich. **Crepúsculo dos ídolos** (ou como filosofar com o martelo). 2 ed. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000. p. 26.



produções do cinema americano, buscando interpretar os sentidos que elas remetem, num contexto de exaltação, onde o cigarro contribuí para formatar um tipo de imagem euforizante, estimulante, desejosa.

### Fontes e recorte temporal

Na compreensão das fontes filmicas é necessário caracterizar, de modo geral, o conjunto dos filmes que são alvo de análise. A escolha por filmes de produção hollywoodiana se deve ao fato de que foi esse tipo de cinema que teve maior relevância e influência para a educação do gosto e dos sentidos, nas sociedades ocidentais.

Os filmes que estarei analisando, portanto, se enquadram dentro do estilo que ficou conhecido como “cinema clássico americano”. A descrição do pesquisador Ernesto Ruiz, na caracterização desse tipo de produção cinematográfica, é esclarecedora:

As histórias que relata o cinema clássico são construídas a partir de uma cadeia contínua de causa e efeito, motivada pelos desejos ou necessidades dos personagens individuais e habitualmente resolvida através da realização desses desejos ou necessidades.<sup>20</sup>

Esta relação de causalidade é o que dá ao espectador a impressão de realismo e a unidade narrativa é garantida pelo desdobramento dos fatos através das motivações dos personagens. Tal coerência evolutiva da narrativa é um dos elementos que Deleuze elucidará para definir a imagem desses filmes como do tipo “imagem-movimento” em contraposição à “imagem-tempo”, típica dos filmes do chamado neo-realismo italiano e da *nouvelle vague* francesa. Em entrevista publicada na coletânea de textos intitulada *Conversações*, o autor explica:

O cinema sempre contará o que os movimentos e os tempos da imagem lhe fazem contar. Se o movimento recebe sua regra de um esquema sensório-motor, isto é apresenta um personagem que reage a uma situação, então haverá uma história (imagem-movimento). Se, ao contrário, o esquema sensório-motor desmorona, em favor de movimentos não orientados, desconexos, serão outras formas, devires mais que histórias (imagem-tempo).<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Ruiz, Ernesto A. **História e Cinema: uma aproximação**. In: Anais da XXV Reunião da SBPH/Sociedade Brasileira de Pesquisa Histórica. Rio de Janeiro: SBPH, 2005. p. 351.

<sup>21</sup> DELEUZE, Gilles. **Sobre imagem-tempo**. Entrevista concedida a Gilbert Cabasso e Fabrice Revault. In: *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34. 1992. p. 77.

A interpretação das imagens deve seguir de uma análise que reconheça as diferenças entre a produção puramente textual e a produção de imagens. Como já foi salientado, a imagem não pode ser reconhecida simplesmente como ilustração de um texto tido *a priori*. Fator importante para isto é a necessidade de dar atenção a aspectos que contextualizem a produção do filme, na qual se deve identificar, entre outros: a direção, a participação de atores do universo do *star system*, o roteiro, a classificação por gênero a que a obra se pretende (comédia, drama, guerra, etc).

Esse trabalho caminha dentro de uma perspectiva que Ulpiano de Meneses denomina como História Visual. E isso não somente porque se vale de fontes visuais, mas porque pensa-se viver uma época em que à imagem e à visualidade é reconhecida uma importância na caracterização do mundo. Desta forma, procuro interpretar a sociedade na sua maneira de apresentar-se visualmente; objetivando, portanto, algo de sua dimensão visual. Por este motivo que na denominação de “História Visual” o:

“Visual” se refere à sociedade e não às fontes para seu conhecimento – embora seja óbvio que aí se impõe a necessidade de incluir e mesmo eventualmente privilegiar fontes de caráter visual. Mas são os problemas visuais que terão de justificar o adjetivo apostro a “História”.<sup>22</sup>

Essa importância sobre a Imagem se relaciona, a meu ver, às preocupações de Guattari sobre as maquinarias produtoras de subjetividade. Cada época cria seus mecanismos e técnicas de fabricar a existência. Isso é o que nos explica, também, André Parente, na introdução do livro *Imagem – Máquina: a era das tecnologias do virtual*:

Cada tecnologia suscita questões relativas à sua consistência enunciativa específica que, em última instância, se articula com a produção discursiva de uma sociedade num determinado momento.<sup>23</sup>

É dentro desse conjunto de saberes relacionado às tecnologias produtoras de imagens que empreendo a realização desta pesquisa com foco nas questões da visualidade.

Escolhi trabalhar com as imagens produzidas pelo cinema clássico americano nas décadas de 30, 40 e 50, em motivo de que foi nesse período que predominou este tipo de

---

<sup>22</sup> MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. **Fontes visuais, cultura visual, História visual**: Balanço provisório, propostas cautelares. *In*: Revista Brasileira de História. São Paulo: ANPUH/Humanitas Publicações, vol. 23, n 45, 2003. p. 28.

<sup>23</sup> PARENTE, André. **Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996. p. 15.

produção nos estúdios de Hollywood, compreendendo uma fase que muitos críticos denominaram como “a época de ouro do cinema americano”. Também foi nesse período que o consumo de cigarros se massificou nas sociedades ocidentais. Um período em que as indústrias pouco sofreram com os discursos da área médica que relacionava o tabagismo com doenças cancerígenas.

Astros e estrelas como Gregory Peck, Humphrey Bogart, Marlon Brando, Rita Hayworth e Lauren Bacall são alvo de análise quando do estudo de seus personagens nas produções cinematográficas. Produções realizadas pelos grandes estúdios de Hollywood como a *Warner Bros*, a *Columbia*, a *Fox 20th Century*, a *RKO*, ou a *MGM*, e que receberam a aclamação do público representando recordes de bilheteria, são analisadas na intenção de se perceber a inserção de cenas de tabagismo em momentos cruciais da trama. Por meio dessa mídia de massa, que se desenvolveu através do estilo clássico do cinema americano, espera-se perceber como se produziu certo tipo de agenciamento subjetivo, responsável pela caracterização do cigarro e do tabagismo naquele período.

## Tabaco, tabagismo: indústria e consumo

“Cigarro eletrônico não solta fumaça, não contém substâncias tóxicas, e ajuda a clarear os dentes”. Essas são as qualidades que a empresa suíça *NicStic* usa para descrever o seu novo produto lançado, em alguns países da Europa, já no ano de 2006. Composto por um tubo plástico que se encaixa a um filtro contendo uma pequena bateria, o dispositivo simula a sensação que o fumante tem ao tragar um cigarro, dando-lhe o sabor da nicotina, sem a necessidade da queima do tabaco<sup>24</sup>. Se essa nova modalidade de tabagismo vai obter a aceitação entre os consumidores, só o tempo dirá.

Na década de quarenta, um dos filmes protagonizados por Humphrey Bogart, *O falcão maltês*<sup>25</sup>, mostra uma cena na qual o detetive particular e personagem principal da trama, Samuel Spade, acende um cigarro que ele mesmo fabricou, enrolando o tabaco num papel específico para este uso. O público da época, possivelmente, não tenha visto nada de surpreendente na cena, dado que, aquilo era um hábito corriqueiro entre os fumantes. Já existiam os cigarros “brancos” industrializados, mas muitos ainda preferiam enrolar seu próprio cigarro.

A hipótese que me orienta é de que o hábito do tabagismo recebe significações distintas quando se trata, por exemplo, de fumar um cigarro produzido manualmente, de fumar um cigarro “branco” industrializado, ou de quando se fuma um “cigarro eletrônico”. Cada uma dessas formas de tabagismo está inserida num universo de significados específicos. E, em última instância, portanto, tratar-se-iam de práticas distintas.

A tradição do pensamento ocidental sempre fez grande reverência aos estudos sobre as origens. Hoje, sabe-se que tal empenho não fundamenta nada, a não ser a própria vontade de suprir uma ausência. A partir do pensamento de Foucault, percebemos que a busca pelas origens não é mais que um “exagero metafísico que ressurge na concepção de que no começo de todas as coisas se encontra o que existe de mais precioso e de mais essencial”<sup>26</sup>. Não é minha intenção, portanto, realizar um estudo sobre as origens.

---

<sup>24</sup> A informação foi divulgada pela página eletrônica da Folha on-line no ano de 2006 no seguinte endereço: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u86322.shtml>; e também pelo portal do Terra na data de 16/03/2007: <http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI1477579-EI4801.00.html>. A página oficial da empresa *NicStic* está disponível em: <http://www.nicstic.com/> - acessado em 03/10/2007.

<sup>25</sup> HUSTON, John (dir.). *The maltese falcon*. EUA: Warner Bros, 1941.

<sup>26</sup> FOUCAULT, Michel. *Nietzsche, a genealogia, a História*. In: FOUCAULT, Michel. *Arqueologia das Ciências e História dos Sistemas de Pensamento*. Coleção Ditos & Escritos II. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. p. 263.

Brevemente, no entanto, vale apontar um pouco dessa “história” justamente para perceber as distintas formas do uso do tabaco até a disseminação e popularização dos “cigarros industriais”. Tal análise é importante, deste modo, não para marcar uma possível “origem do vício”, mas sim para assinalar como existiram diferentes formas de se relacionar com o tabaco e o tabagismo.

Assim, tendo como referência os relatos dos viajantes espanhóis e portugueses que descreveram o uso do tabaco nas comunidades indígenas do “novo mundo”, habituou-se a conferir à América o local de “origem” da planta e do seu consumo. Dentro dessa descrição histórica do tabagismo, tradicionalmente, identifica-se a prática inserida em um universo ritualístico próprio dos “nativos”. O pesquisador Jean-Baptiste Nardi, especialista na história da produção tabaqueira no Brasil, aponta, por exemplo, que o consumo do tabaco pelos índios, da época da colonização, era uma prática realizada em cerimônias de culto, onde o pajé, ao fumar a planta procurava comunicar-se com as entidades de um universo transcendente<sup>27</sup>.

Consta na literatura de viagem do cronista espanhol, Frei Bartolome de Las Casas, a primeira referência escrita sobre o uso do tabaco. Trata-se de uma descrição sobre o distinto hábito que os indígenas das “terras descobertas” têm de aspirar a fumaça produzida pela queima de folhas de ervas enroladas. É em *História de las Índias* que se encontra a seguinte passagem, na qual se narra o contato que dois homens, da expedição de Colombo, tiveram com a prática desenvolvida pelos nativos:

Estes dois cristãos, encontraram pelo caminho muita gente que atravessava os povoados, mulheres e homens. Sempre os homens com um tição nas mãos exalando uma fumaça aromática. Trata-se de umas ervas secas enfiadas numa folha, também seca, como um mosquete feito de papel como fazem as crianças na páscoa do Espírito Santo. São acessas por uma parte e pela outra chupam, ou absorvem, com força aquele fumo: com o qual eles adormecem as carnes e quase se embriagam. E assim, dizem que não sentem cansaço. Estes mosquetes, ou como vamos denominá-los, eles chamam de tabacos<sup>28</sup>. (tradução minha).

---

<sup>27</sup> NARDI, Jean-Baptiste. **A história do fumo brasileiro**. Rio de Janeiro: Abifumo, 1985.

<sup>28</sup> CASAS, Bartolome de. **Historia de las Indias**. Citado em: MORALES, Pablo Curi. Tabaquismo en México. Revista Observatorio Mexicano en Alcohol, Tabaco, y otras Drogas. Ciudad de México: 2002. p. 27. In: [http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/publicaciones/obs2002\\_2.pdf](http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/publicaciones/obs2002_2.pdf) - acessado em 10/04/2008. No original: Hallaron estos dos cristianos por el camino mucha gente que atravesaban a sus pueblos, mujeres y hombres, siempre los hombres con un tizón en las manos y ciertas hierbas para tomar sus sahumeros, que son unas hierbas secas metidas en una cierta hoja, seca también, a manera de mosquete hecho de papel de los que hacen los muchachos la pascua del Espíritu Santo y encendida por la una parte del por la otra chupan, o sorben, o reciben con el resuello para adentro aquel humo; con el cual se adormecen las carnes y casi emborracha, y así diz que no sienten el cansancio. Estos mosquetes, o como los llamaremos, llaman ellos tabacos.

Segundo Miguel Maldonado-Fernandez no artigo “*Historia del tabaco: de panacea a pandemia*”<sup>29</sup>, a primeira descrição detalhada da planta é feita por Gonzalo Fernandez de Oviedo em sua “*Historia general y natural de las Indias*”, publicada na Espanha em 1535. E consta que, a partir da segunda metade do século XVI, vários médicos e boticários espanhóis publicaram livros em que se indicavam os usos terapêuticos da planta. Francisco Hernandez foi um destes homens, e escreveu, por exemplo, que o hábito do tabaquismo:

Recupera a falta de fôlego, diminui a aflição e a angústia que dela procede, e não somente é útil este vapor e fumo aspirado para as doenças já salientadas, senão que é também aproveitado para mitigar as indisposições das gestantes [...] conforta a cabeça, provoca o sono, diminui a dor, colabora para o estomago e cura o resfriado.<sup>30</sup> (tradução minha)

Assim, a prática logo seria disseminada entre as nações européias como um distinto processo curativo. Jean Nicot, diplomata francês que exerceu suas funções como embaixador em Portugal, recomendou à Rainha da França, por volta de 1560, o uso do tabaco para amenizar as constantes dores de cabeça que a atormentavam. Logo, toda a corte estaria fazendo, também, o uso da erva. É por este motivo que o nome científico da planta ficou conhecido por *Nicotiana*, depois que Jacques Delachamps em 1587 denominou a planta com o nome de “erva de Nicot”, em seu livro “*L’histoire des plantes*”<sup>31</sup>.

Já no século XVII, a produção de derivados do tabaco por parte de espanhóis e ingleses torna-se responsável pela difusão do hábito no restante dos países da Europa, e também em algumas regiões da Ásia. No entanto, também nesse século, surgem as primeiras restrições impostas por autoridades monárquicas e religiosas. Segundo Sérgio Luís Boeira, em sua tese sobre os dilemas da indústria tabaqueira<sup>32</sup>, Jaime I, rei da Inglaterra, publica em 1604 a obra intitulada “*Couter-blast to tobacco*”, na qual “nega o valor medicinal do fumo e

---

<sup>29</sup> FERNANDEZ-MALDONADO, Miguel. **Historia del tabaco: de panacea a pandemia**. Revista Med Clin. Barcelona: 2005. In: <http://work.doyma.es/pdf/2/2v125n19a13081955pdf001.pdf> - acessado em 10/04/20078.

<sup>30</sup> HERNANDEZ, Francisco. **De la naturaleza y virtudes de las plantas y animales que estan reunidos en el uso de Medicina en la Nueva España**. Citado em: FERNANDEZ-MALDONADO, Miguel. *Historia del tabaco: de panacea a pandemia*. Revista Med Clin. Barcelona: 2005. p. 745. In: <http://work.doyma.es/pdf/2/2v125n19a13081955pdf001.pdf> - acessado em 10/04/2007. No original: “Corrige la dificultad de aliento, mitiga la aflicción y angustia que della suele proceder, y no solamente es útil este vapor y humo tomado desta manera a las enfermedades sobredichas, sino que también aprovecha estremadamente à las yndisposiciones de la madre [...] conforta la cabeza este remedio, provoca el sueño, mitiga el dolor, corrobora el estomago y sana el romadizo”.

<sup>31</sup> **ENCICLOPEDIA universal ilustrada: europeo-americana**. Madrid: Espasa-Calpe, 1994. Tomo XXXVIII, p. 602.

<sup>32</sup> BOEIRA, Sérgio Luís. **Atrás da cortina de fumaça**. Tabaco, tabagismo e meio ambiente: estratégias da indústria e dilemas da crítica. Itajaí: Univali, 2002.

caracteriza o costume de fumar como uma prática depreciável”<sup>33</sup>. Outras nações que se destacam pela restrição e proibição do hábito são o Japão e a Turquia. Quanto às ordens religiosas, o Papa Urbano VIII, em 1642 proíbe o uso de tabaco entre os eclesiásticos.

Apesar das ações que procuravam reduzir o consumo, no início do século XIX, após a independência dos EUA, a produção manufatureira de tabaco já somava cinco milhões de dólares nos rendimentos das cerca de cinquenta fábricas instaladas no Estado da Virgínia<sup>34</sup>. O consumo, até então, era realizado de diversas maneiras e a produção era diversificada. Essas primeiras fábricas produziam desde o rapé (pó de tabaco para aspirar) até charutos; e comercializam, também, o fumo desfiado para uso em cachimbos. A popularização do consumo de tabaco em forma de cigarros enrolados em papel desenvolve-se somente a partir da inovação técnica anunciada por James Bonsack, em 1881. Surgia, no final do século XIX, as primeiras máquinas para confecção de cigarros industriais<sup>35</sup>.

Nesse novo processo de fabricação de cigarros a produção aumenta significativamente. Com os aperfeiçoamentos da máquina desenvolvida por Bonsack, logo se poderia confeccionar uma quantia de duzentos cigarros por minuto, o que contribuiu para o barateamento do preço dos maços, e para o conseqüente predomínio do consumo de tabaco nesse formato. Sérgio Boeira, já citado, é enfático ao afirmar:

Antes do invento, as carteiras de cigarros são vendidas por 10 centavos de dólar, cada uma com dez unidades; depois, o preço cai para cinco centavos. De 1885 a 1886, a família Duke (dona do que viria a ser a *American Tobacco Company*) aumenta sua produção de 9 para 30 milhões de cigarros. Percebe-se com estes números a importância decisiva da industrialização no aumento do consumo.<sup>36</sup>

Nesse contexto, o crescimento das cidades e o aumento no ritmo de vida experimentado nos centros urbanos, podem ser considerados, também, fatores que proporcionaram a popularização do cigarro, principalmente pela praticidade em relação às outras formas de consumo.

No início do século XX a maior empresa no ramo é a *American Tobacco Company* (ATC) que se destaca por ser, também, a segunda empresa industrial em termos de capitalização nos Estados Unidos<sup>37</sup>. A investida da empresa no mercado britânico faz com que várias pequenas indústrias inglesas se unam e criem a *Imperial Tobacco Company* (ITC).

---

<sup>33</sup> Idem. p. 43.

<sup>34</sup> Idem. p. 48.

<sup>35</sup> FERNANDEZ-MALDONADO, Miguel. op. cit.

<sup>36</sup> BOEIRA, Sérgio Luís. op. cit. p. 49.

<sup>37</sup> Idem.

Receosa com uma investida da ITC no mercado norte-americano, James Duke, presidente da ATC, propõe um acordo entre as duas companhias. Em 1902, tal acordo é responsável pela criação da *British American Tobacco* (BAT), uma das maiores companhias do ramo até os dias de hoje e que adquiriu a maior parte das ações da empresa brasileira Souza Cruz já no ano de 1914<sup>38</sup>.

O surgimento deste conglomerado multinacional é significativo para o estudo das práticas e estratégias dos grandes grupos empresariais do capitalismo moderno. Howard Cox, autor do livro “*The Global Cigarette*”, publicado nos Estados Unidos em 2000, opina que:

[...] com o estabelecimento nos Estados Unidos, em 1890, da American Tobacco Company (ATC), a matriz da BAT, se deram os primeiros passos até uma nova forma de organização, a partir da qual evoluíram as companhias multinacionais modernas.<sup>39</sup> (tradução minha)

O final do século XIX e o início do século XX representam, para história do capitalismo mundial, o período de constituição dos primeiros grandes *trustes* empresariais<sup>40</sup>. A mecanização dos processos produtivos; o controle de determinados segmentos da indústria por meio da formação de cartéis; e, a expansão dos mercados para além das fronteiras nacionais, são fenômenos que caracterizam o surgimento das grandes companhias de tabaco, nesse período.

Outra grande empresa transnacional que começa a se destacar na segunda década do século XX é a Philips Morris. De origem inglesa, a empresa passa a ser administrada por acionistas norte-americanos no final da década de 1910. No ano de 1924 é lançada, nos Estados Unidos, a marca *Marlboro*, que logo se tornaria uma das mais populares em todo o mundo<sup>41</sup>.

---

<sup>38</sup> Idem. p. 313.

<sup>39</sup> COX, Howard. **Evolucion del mercado mundial de cigarrillos**: la internacionalizacion antes de 1945. In: Revista Informacion Comercial Española, 2004. n° 812. p. 126. Extraído de [http://www.revistasice.info/cmsrevistasICE/pdfs/ICE\\_812\\_125-136\\_332B47ED78223595DB5174F8E8D0909B.pdf](http://www.revistasice.info/cmsrevistasICE/pdfs/ICE_812_125-136_332B47ED78223595DB5174F8E8D0909B.pdf) – acessado em 15 de outubro de 2007. No original: “con el establecimiento en Estados Unidos, en 1890, de American Tobacco Company (ATC), la matriz de BAT, se dieron los primeros pasos hacia una nueva forma de organización, a partir de la cual evolucionaron las compañías multinacionales modernas”.

<sup>40</sup> O economista inglês John Atkinson Hobson, publicava no ano de 1894 a primeira edição do livro *The evolution of Modern Capitalism: a study of machine production*, no qual enfatizou essa questão, sobretudo, no capítulo VIII. Considerado como um pensador marxista fabiano, suas obras influenciaram autores diversos como Lênin e Keynes. Ver: HOBSON, John Atkinson. **A evolução do capitalismo moderno**. Coleção “Os Economistas”. 2 ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

<sup>41</sup> Informação divulgada pela própria página eletrônica da empresa no endereço: <http://www.philipmorrisinternational.com/BR> - acessado em 12/10/2007.



A economia industrial norte-americana, abalada pela quebra da bolsa em 1929, evita a formação de novos monopólios, mas em muitos segmentos o que existe é uma divisão do mercado dominada por um pequeno grupo de companhias<sup>42</sup>. No caso da indústria tabaqueira, segundo o historiador Arthur Link em sua “História Moderna dos Estados Unidos”, nos anos de 1937-38 “quatro manufaturas de fumo produziam 85% dos cigarros”<sup>43</sup>.

Com relação à massificação do consumo, pode-se dizer que é durante e após a Segunda Guerra que a indústria tabaqueira viverá seu grande *boom*. Se antes o cigarro era consumido, maiormente, pelo público masculino e adulto, agora as empresas ampliam seu leque de consumidores. Jovens e mulheres, por exemplo, são alvos constantes da publicidade, desde então.

Uma notícia veiculada em forma de cine-jornal no ano de 1942, por ocasião do envio de tropas brasileiras para combate durante a Segunda Guerra, exemplifica essa condição próspera para as indústrias de cigarro, nesse período. Com imagens que mostravam o empenho de operárias na produção de cigarros, o locutor relatava:

A mulher brasileira trabalha ativamente em prol da mobilização de recursos para a Guerra. Podemos vê-las aqui preparando, cuidadosamente, pacotes de cigarros para os marujos que já participam das travessias perigosas do Atlântico...<sup>44</sup>

O envio de cigarros junto aos soldados que se dirigiam para a guerra era visto como um sinal de esforço na contribuição para o sucesso da tarefa que cabia ao exército nacional. Por meio deste noticiário, podemos notar como o hábito do tabagismo alcançava ampla aceitação e popularidade entre a sociedade.

O que se nota, nessa breve análise sobre a história do tabagismo nas sociedades ocidentais, é que o processo de massificação do consumo de cigarros, durante a primeira metade do século XX, está relacionado ao desenvolvimento dos mecanismos do capitalismo industrial e financeiro, sobretudo na pujança da economia norte-americana. A produção em série, desencadeada graças à divisão do trabalho e a mecanização das fábricas, exigiu nova

---

<sup>42</sup> A crise desencadeada pela superprodução e pela especulação sem limites que gerou o período de maior recessão econômica da história dos Estados Unidos teve como consequência uma reestruturação significativa do sistema produtivo. O “*New Deal*” representou um programa instituído no primeiro mandato do presidente Franklin Roosevelt de intervenção moderada na economia do país, com diversas ações no sentido de minimizar os sintomas de miséria das populações mais afetadas pela crise e também de equilibrar os desajustes do sistema financeiro. Ver: HUBERMAN, Leo. **História da riqueza dos EUA**. São Paulo: Brasiliense, 1978. p. 234.

<sup>43</sup> LINK, Arthur S. **História moderna dos Estados Unidos**. Vol. 2. Rio de Janeiro: Zahar, 1965. p. 441.

<sup>44</sup> **O cigarro vai para a Guerra** (Arquivo de vídeo do DIP veiculado pela rede globo na mini-série “Aquarela do Brasil”, no ano de 2001). In: <http://www2.gol.com/users/sergiok/media.htm> - acessado em 16/09/2007.

demanda de consumidores. E, nesse sentido, o cinema de Hollywood contribuiu decisivamente.

No livro que procura de descrever as estratégias de *marketing* das “grandes marcas”, José Roberto Martins e Nelson Blecher revelaram que:

Graças às campanhas que contaram com a colaboração do cinema de Hollywood, o consumo de cigarros nos Estados Unidos elevou-se para 267 bilhões em 1945, num crescimento de 124% em relação a 1930.<sup>45</sup>

Se existia um aumento enorme na produção de bens de consumo, os meios de comunicação de massa, tal qual o cinema, o rádio e as revistas, formavam a cada dia novos consumidores. Tratava-se do surgimento de uma sociedade caracterizada pelo consumo estandarizado que, na visão do sociólogo e filósofo alemão Theodor Adorno, assemelhava-se às condições de vida descritas por Aldous Huxley em seu “Admirável mundo novo”. Em um dos textos que compõem a coletânea produzida no período de exílio, decorrência da perseguição do nazismo aos intelectuais da Escola de Frankfurt, Adorno descreve tal circunstância da seguinte maneira:

Os homens não são mais meros compradores de produtos fabricados em série pelas corporações, parecem ser eles mesmos produtos do domínio absoluto dessas corporações, produtos que perderam toda individualização<sup>46</sup>.

Nesse processo de massificação da cultura, em meio à uma verdadeira “selva de mercadorias” constantemente renovada, os indivíduos são a todo o momento afetados por ondas de fetichismo. Inumeráveis bens de consumo e *gadgets* são anunciados através das estratégias dos departamentos de propaganda, utilizando-se de veículos de comunicação que atingem um número cada vez maior de pessoas. O sistema empregado pelos estúdios de Hollywood para transformar atores e atriz em “celebridades” contribuía, direta ou indiretamente, nos mecanismos de promoção de vendas dos mais variados produtos. A veneração pelos artistas de Hollywood era um sinal que indicava a importância deles para a formação do “gosto” e da “opinião pública”, principalmente nos assuntos relacionados à moda e ao comportamento.

---

<sup>45</sup> MARTINS, José Roberto & BLECHER, Nelson. **O império das marcas**. São Paulo: Negócio, 1997. p.145.

<sup>46</sup> ADORNO, Theodor. **Prismas: crítica cultural e sociedade**. São Paulo: Ática, 1998. p. 93.

O escritor Frédéric-Louis Sauser, pioneiro do jornalismo literário e conhecido pelo pseudônimo de Blaise Cendrars, deixou registrado o seu espanto sobre essa idolatria no livro “Hollywood 1936”:

Quando a gente pensa que em 1935 a “*Paramount*” sozinha postou 750.000 fotografias de artistas endereçadas à imprensa e aos fãs [...] e que Clara Bow, que bateu todos os recordes conhecidos do *sex-appeal*, recebeu em sua época até 35.000 cartas de amor em uma única semana!

Como em Hollywood há pelo menos oito grandes trustes cinematográficos e não sei quantas dezenas, ou mesmo centenas de astros e estrelas, imagine-se o volume postal que esse correio internacional representa cotidianamente e o movimento de curiosidade, portanto de atração, que essa imensa correspondência atesta.<sup>47</sup>

Curioso saber que na década que se seguiu ao episódio da quebra da bolsa de Nova Iorque, os negócios em Hollywood prosperavam. Segundo o historiador e jornalista Otto Friedrich, “enquanto o resto do país chafurdava nos resquícios da Depressão, Hollywood continuava ganhando mais e mais dinheiro”<sup>48</sup>. E apesar de que os filmes não podiam habitar as residências dos norte-americanos tal qual o rádio o fazia, pode-se imaginar a importância deles para a sociedade quando se sabe, por exemplo, que:

Em 1939, existiam mais cinemas (15.115) do que bancos (14.952). Mais de 50 milhões de americanos iam ao cinema toda semana. Havia cerca de quatrocentos novos filmes por ano para se ver.<sup>49</sup>

Não só pelo número de público e pela quantidade de produções, mas quiçá também pela qualidade das películas e os melhoramentos técnicos que proporcionaram, inclusive, o advento do cinema falado, muitos críticos e estudiosos consideraram a década de 30 como o início da Era de Ouro do cinema norte-americano<sup>50</sup>.

Desta forma, em uma sociedade industrial, com um sistema produtivo constantemente em busca de expansão, a urgência de ampliar o mercado se tornou uma tarefa que exigiu meios de massificação do consumo. A sociedade de massas, nesse sentido, é a sociedade do consumo, e para seu funcionamento uma indústria diferenciada, que não produz exatamente

---

<sup>47</sup> CENDRARS, Blaise. **Hollywood 1936**. São Paulo: Brasiliense, 1990. p. 81.

<sup>48</sup> FRIEDRICH, Otto. **A cidade das redes: Hollywood nos anos 40**. São Paulo: Cia das Letras, 1988. p. 27.

<sup>49</sup> Idem.

<sup>50</sup> Arthur Link, por exemplo, escreveu no início dos anos 60: “A década de 1930 figurará na história final da cinematografia como a Idade de Ouro de Hollywood, pelo menos, durante o primeiro século da existência da indústria. Havia filmes para todos os gostos e temperamentos, desde as soberbas comédias como “It Happened one night” (“Aconteceu naquela noite”), 1934, até aos dramas épicos como “Mutiny on the Bounty” (“O grande motim”) 1936, e “Gone with the wind” (“...E o vento levou”), 1939. In: LINK, Arthur. Op. cit. p. 481.

bens materiais, deve existir. Segundo Adorno, instaura-se de forma definitiva, nesse contexto, um mecanismo de produção conhecido como “indústria cultural”. Por esta óptica, o rádio, o cinema, os jornais e revistas (e posteriormente a televisão) seriam plataformas para a promoção de uma vida de prazeres comprados. Por estes meios de comunicação circulam mercadorias do âmbito da cultura, produzidas em série, estritamente para o consumo uniforme das massas. Ainda, segundo Adorno: “Filmes, rádio e semanários constituem um sistema. Cada setor se harmoniza em si e todos entre si.”<sup>51</sup>.

Na frequência certa o locutor informa as manchetes dos jornais; nas revistas se anunciam as estréias nos cinemas; e, nos filmes, a música do rádio embala o sono da jovem apaixonada. Nesse circuito se constroem aquilo que Felix Guattari e Gilles Deleuze identificaram como sendo os agenciamentos de enunciação que promovem os desejos para o consumo. A produção destes enunciados se dá por meio de distintas estruturas comunicacionais. Daí o poder que uma imagem fílmica ou o som de um acorde tem na construção dos enunciados. Para os autores, “Um agenciamento em sua multiplicidade trabalha forçosamente, ao mesmo tempo, sobre fluxos semióticos, fluxos materiais e fluxos sociais”<sup>52</sup>. No contexto das grandes agências produtoras de enunciados, próprias do capitalismo industrial, uma perda da capacidade de singularização do indivíduo decorre de um processo de homogeneização dos desejos.

Pensar a sociedade de consumo (ou de massas) sem procurar entender a lógica da produção de subjetividade inerente a ela é ignorar a vida social responsável pela criação dos afetos e desejos que estimulam não somente a compra de mercadorias, visto que: o consumo constitui um emaranhado de práticas enunciativas e agenciamentos coletivos, balizas para a significação das coisas mesmas no mundo. Na sociedade de consumo, quando se compra um determinado produto adquire-se junto com ele toda uma carga de informação subjetiva referente. No consumo não se busca somente a aquisição de um bem em motivo de suas qualidades funcionais, quer-se sempre fazer parte de uma comunhão de sentimentos partilhados.

O lançamento contínuo de linhas mais modernas para os produtos representa, nesse contexto, a “evolução”, motivo pelo qual se almeja a “novidade”. A tendência criada é a do consumo competitivo, onde possuir poder de compra é condição para participar da vida social. Dessa maneira, a publicidade só é eficaz quando dá a impressão de que a marca de seu

---

<sup>51</sup> ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. **A indústria cultural**: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro: 6ed. Paz e Terra, 2002. p. 169.

<sup>52</sup> DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Vol 1. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996. p. 34.

produto carrega consigo sinais personificadores; quando estratégias diversas constroem agenciamentos enunciadores que canalizam o desejo para a compra não somente de produtos, mas de estilos de vida.

“Afinal, o que nos é vendido o tempo todo, senão isto: maneiras de ver e de sentir, de pensar e perceber, de morar e de vestir?”<sup>53</sup> - tal observação, do sociólogo Peter Pål Pelbart, serve para enfatizar a abordagem desta pesquisa. Para além da disputa por mercado, portanto, a construção desse desejo, pelo conjunto das empresas do capitalismo industrial, é responsável pela regulação na ordem da produção de subjetividade.

Pode-se dizer que nas décadas em que os grandes astros e estrelas do cinema eram fumantes inveterados, o consumo de cigarros satisfazia não somente uma vontade fisiológica. No Brasil, por exemplo, ao comprar os cigarros *Hollywood*, o fumante comprava, também, a idéia do sucesso e do estrelato. Nesse sentido, ocorre a partir desse consumo uma produção de subjetividade que atribui uma significação sobre os valores relativos ao sucesso. Fuma-se por que se quer ser reconhecido partilhando do mesmo “bom gosto” das celebridades do cinema<sup>54</sup>. Desse modo, o hábito do tabagismo coloca o fumante numa condição *in*, já que ele se apresenta desfrutando do mesmo prazer das pessoas que alcançaram o êxito e que representam o sucesso. Para as mulheres a idéia se constrói na noção de que fumar é um sinal de “modernidade”, de “liberalização feminina”, e também, de sedução e sensualismo. E, talvez, os jovens sejam atraídos pela esperança de que ao fumar se tornarão adultos, mais cedo. Tudo isso são formas e maneiras de desencadear os processos de produção da subjetividade. Seguindo o pensamento de Félix Guattari, poder-se-ia dizer que são agenciamentos de enunciação trabalhados por máquinas tecnológicas de informação e comunicação que:

operam no núcleo da subjetividade humana, não apenas no seio das suas memórias, da sua inteligência, mas também da sua sensibilidade, dos seus afetos, dos seus fantasmas inconscientes<sup>55</sup>.

Por todas essas considerações, podemos dizer que o cigarro industrial é um bem de consumo repleto de identificações com o desenvolvimento do capitalismo no século XX, tanto pelos aspectos da produção econômica quanto pelos aspectos da produção de

---

<sup>53</sup> PEALBART, Peter Pål. **Biopolítica e Biopotência no coração do Império**. Artigo eletrônico publicado na página no Ministério da Cultura. Extraído de: [http://www.cultura.gov.br/foruns\\_de\\_cultura/cultura\\_digital/artigos/index.php?p=20759&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/cultura_digital/artigos/index.php?p=20759&more=1&c=1&pb=1) – acessado 10 de maio de 2008.

<sup>54</sup> Ver o exemplo da página 09.

<sup>55</sup> GUATTARI, Félix. **Caosmose: um novo paradigma estético**. São Paulo: Ed. 34, 1992. p. 14.

subjetividade. O processo de mecanização das fábricas e a fusão de empresas do mesmo ramo foram aspectos fundamentais para a criação das primeiras companhias transnacionais. No livro que se tornou famoso por revelar informações que eram mantidas em segredo pelas grandes companhias de tabaco norte-americanas, Stanton Glantz, co-autor da obra *The cigarette papers*, publicada em 1996, indica o tamanho do poderio econômico do grupo British American Tobacco:

A BAT é a “companhia mãe” de muitas manufaturas de cigarros pelo mundo, incluindo a “Brown and Williamson (EUA), “BAT Cigarettenfabriken” (Alemanha), “Souza Cruz” (Brasil), e “British American Tobacco” (que produz cigarros em mais de quarenta e cinco países para o mercado interno e para exportação no mercado da Europa, Austrália, América Latina, Ásia, e África). Além disso, a BAT é associada com a “Imasco” no Canadá, a qual é a companhia mãe da “Imperial Tobacco”. BAT é também a “companhia mãe” de várias seguradoras e empresas que prestam serviços financeiros, incluindo a “Farmers Group” (EUA), “Eagle” (Reino Unido), e “Allied Dunbar” (Reino Unido).<sup>56</sup> (tradução minha)

Além dessa tendência para a formação de trustes, outra circunstância que liga a indústria do cigarro com as particularidades da economia capitalista, é o fato de ela sempre se utilizar de mecanismos de propaganda para a promoção de vendas, destacando-se como um dos ramos da economia norte-americana que incentivou, sobremaneira, o surgimento das primeiras agências e departamentos de publicidade.

A importância da produção publicitária para o funcionamento do capitalismo moderno foi exemplificada num interessante estudo antropológico de Everardo Guimarães Rocha. Nele o autor demonstra o papel desempenhado pela publicidade no sentido de transformar produtos indiferenciados, fabricados numa linha de montagem em série, em bens de consumo personificados, que parecem ter “a nossa cara”. Arma indispensável para o desenvolvimento da lógica do capitalismo, os mecanismos da publicidade servem, portanto, como instrumentos de mediação entre a produção e o consumo.

---

<sup>56</sup> GLANTZ, Stanton A. **The cigarette papers**. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1996. p. 6. *In*:

[http://www.escholarship.org/editions/view?docId=ft8489p25j&chunk\\_id=d0e158&toc.depth=1&toc.id=d0e110&brand=ucpress](http://www.escholarship.org/editions/view?docId=ft8489p25j&chunk_id=d0e158&toc.depth=1&toc.id=d0e110&brand=ucpress) - acessado em 15/07/2008. No original: “BAT Industries is the parent company of many cigarette manufacturers throughout the world, including Brown and Williamson (US), BAT Cigarettenfabriken (Germany), Souza Cruz (Brazil), and British American Tobacco (which produces cigarettes in more than forty-five countries for domestic and export markets in Europe, Australia, Latin America, Asia, and Africa). In addition, BAT Industries is associated with Imasco in Canada, which is the parent company for Imperial Tobacco. BAT is also the parent company of several insurance and financial services, including Farmers Group (US), Eagle Star (UK), and Allied Dunbar (UK)”.

É pelo anúncio que um produto busca se distinguir dos outros. Uma vez nascidos todos no indiferenciado do universo da produção irão criar-se como particularidade no espaço simbólico do universo do consumo.<sup>57</sup>

É obvio que estamos falando de um tipo de publicidade que não se restringe aos simples anúncios do tipo “classificado”. A publicidade moderna surge com a popularização das revistas semanais no contexto das “descobertas de Frank Munsey”. Este, segundo Neil Postman, percebeu que ao reduzir o preço das revistas à um valor abaixo do custo de produção aumentaria enormemente sua circulação, podendo, desta maneira, obter lucros gigantescos com a exploração de serviços de publicidade. Junto à isso, outra grande descoberta era de que a propaganda obtêm melhores resultados quando é menos racional e mais emotiva. É este, portanto, o tipo de publicidade que as marcas de cigarro incentivaram, nas quais se percebe que:

Imagens de estrelas do cinema e atletas famosos, de lagos serenos e viagens de pesca machista, de jantares elegantes e diversões românticas, de famílias felizes enchendo caminhonetes para um piquenique no campo – elas nada dizem sobre os produtos que estão vendendo. Mas dizem tudo sobre os medos, ilusões e sonhos daqueles que podem comprá-los.<sup>58</sup>

Outra circunstância de identificação do cigarro com o capitalismo, é o tipo de consumo realizado: sempre em busca de um prazer imediato, consome-se rápido e constantemente. Construído o desejo e inventada a sensação de prazer, o cigarro torna-se um produto de primeira necessidade para àquele que se habitou ao seu consumo.

Por possuir esse vínculo íntimo com o capitalismo, é natural que o cigarro e sua indústria tenham tido, também, relações estreitas com a cultura da sociedade norte-americana. O processo de “americanização” do mundo que decorreu a partir década de 40, principalmente após a entrada dos Estados Unidos na Guerra<sup>59</sup>, trazia junto aos ideais do *american way of life* um mosaico de imagens que compunham e representavam a vida social naquele país. Assim como *coca-cola* e o *hot-dog*, o cigarro foi também, nesse contexto, um ícone tradicional da cultura norte-americana. São os “cigarros da Virgínia” que chamam a

---

<sup>57</sup> ROCHA, Everardo P. Guimarães. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1985. p. 103.

<sup>58</sup> POSTMAN, Neil. **Tecnopólio**: a rendição da cultura à tecnologia. São Paulo: Nobel, 1994. 176.

<sup>59</sup> Sobre este tema, Cláudio de Cicco, por exemplo, afirma que com o fim da Segunda Guerra “A opinião pública mundial aprendeu a identificar os soldados americanos como “os arautos da liberdade e os paladinos da justiça”. In: CICCO, Cláudio de. **Hollywood na cultura brasileira**. São Paulo: Convívio, 1979. p. 31.

atenção de “Zorba, o grego” (personagem de Anthony Quinn), no começo da história do filme que tem como cenário a ilha de Creta.<sup>60</sup>

Nesse sentido, não é de todo surpreendente saber que, no início da década de 50, Ronald Reagan, na época ator de cinema, tenha atuado como garoto propaganda da marca de cigarros “Chesterfield” (Philip Morris). Para que se percebam os valores imbricados, reproduzo, na página seguinte, o anúncio que foi publicado na revista *Life* em dezembro de 1951 (figura 4)<sup>61</sup>.



Figura 4: Anúncio com o ator Ronald Reagan

Com a assinatura de Ronald Reagan abaixo, lê-se na caixa de texto: “Eu estou enviando Chesterfields para todos meus amigos. Este é o melhor natal que um fumante pode ter – Chesterfield maior suavidade sem deixar mau hálito”<sup>62</sup> (tradução livre). No segundo texto, impresso ao lado do ator, pode-se ler: “Vejam Ronald Reagan estrelando “Hong Kong” -- Thomas Paramount Production colorido por Technicolor”<sup>63</sup> (tradução livre).

<sup>60</sup> CACOYANNIS, Michael (dir.). **Zorba, the greek**. EUA: 20th Century Fox, 1964.

<sup>61</sup> Extraído da página eletrônica da “TOBACCO DOCUMENTS ON-LINE”. In: [http://tobaccodocuments.org/pollay\\_ads/Ches06.01.html?ocr\\_position=hide\\_ocr](http://tobaccodocuments.org/pollay_ads/Ches06.01.html?ocr_position=hide_ocr)

<sup>62</sup> No original: “I’m sending Chesterfield to all my friends. That’s the merriest Christmas any smoker can have – Chesterfield mildness plus no unpleasant after-taste”.

<sup>63</sup> No original: “See Ronald Reagan starring in “Hong Kong” a Pine -- Thomas Paramount Production Color by Technicolor”.



Na data mais importante do calendário cristão, sob a tradição de presentear os amigos, a publicidade de cigarros constrói a sua estratégia de vendas utilizando-se da imagem do belo ator de cinema ao mesmo tempo em que divulga o último lançamento do estúdio de Hollywood. Percebe-se, deste modo, como os discursos se misturam; cinema e cigarro caminham juntos e a publicidade incentiva o consumo através do espírito natalino. Na sociedade que viu boa parte de sua tradição ser inventada pelo cinema, não admira que o ator que posa como garoto propaganda viria, trinta anos depois desse anúncio, ser eleito presidente da república.

Na década de 40 foram inúmeros os filmes produzidos em Hollywood que procuraram enaltecer a força do exército norte-americano, a bravura de seus soldados, a defesa da “democracia” e da “liberdade”. Entre tantos exemplos, “Mergulho no inferno” é um dos filmes desse período que deixa explícito a glorificação da “eficiência norte-americana”. E o interessante é notar como o cigarro está presente em diversas cenas do filme, sobretudo, nos momentos de tensão enfrentados pelos oficiais da marinha em suas ações de guerra. Junto com a bandeira norte-americana, que aparece tremulando sobre a embarcação, o cigarro é um elemento que marca cenas importantes do drama. Por exemplo, após o submarino do comando norte-americano sofrer com a tentativa de bombardeio por parte dos alemães, o comandante Dewey Connors (Dana Andrews) ordena a tripulação ficar calma e tirar dez minutos de folga para fumar. Depois disso uma engenhosa idéia para enganar os oficiais alemães é posta em prática com sucesso. Veremos outros exemplos, mais detalhados, dessa relação entre o cigarro e a cultura norte-americana no cinema, no capítulo IV.

O que procurei demonstrar nesse primeiro capítulo é a existência de uma forte relação entre o processo de industrialização da economia capitalista dos Estados Unidos, na primeira metade do século XX, e a massificação da cultura e do consumo através dos grandes meios de comunicação. Percebeu-se, desta maneira, que a popularização do consumo de cigarros está ligada diretamente a esses dois fatores. Antes da mecanização das fábricas, o uso do tabaco era restrito e o cigarro não predominava entre as formas de consumo. Somente a partir da constituição das grandes corporações da indústria tabaqueira é que se inicia a massificação do consumo, incentivada, sobretudo, pela publicidade direta, ou indireta, promovida pelos grandes veículos de comunicação.

No capítulo que se segue realizar-se-á uma análise da constituição do cinema como mídia de massa, justamente nos termos que anuncio nesse capítulo, ou seja, como veículo que promoveu e incentivou uma massificação da cultura e do consumo.

## O cinema como máquina produtora de subjetividade

A história do cinema possui pouco mais de um século de existência. Se pensado como arte, a partir do manifesto [Ricciotto Canudo](#)<sup>64</sup>, o cinema é a última das artes dentro da tradição ocidental a desenvolver-se. No entanto, apesar de sua vida curta, o cinema ocupa um lugar privilegiado na história do ocidente do século XX, se pensado como meio de comunicação de massas da sociedade moderna; ou, nos termos de Adorno, entendido dentro dos parâmetros de uma “indústria cultural”<sup>65</sup>.

O estudo do seu surgimento, em finais do século XIX, e das formas como ele se desenvolveu, no século XX, revela uma falta de coerência e de sentido teleológico para uma das inovações mais significativas da vida moderna. Isto porque podemos pensar que em suas origens se mesclavam às motivações científicas, experimentos oriundos de especialistas na arte dos truques e das “mágicas”<sup>66</sup>. Ademais, logo que passou a euforia do sucesso das primeiras projeções, Louis Lumiere, considerado um dos inventores do cinema, não acreditava que tal empreendimento pudesse receber a importância social e econômica que anos mais tarde receberia.

Evito, portanto, forçar uma racionalidade que pudesse garantir uma suposta linha evolutiva para a descrição de uma história do cinema. Acostumei-me a pensá-lo de maneira a evitar generalizações abstratas e, sobretudo, procuro compreender as produções dentro de seus contextos específicos, buscando entender o cinema como um suporte utilizado com os mais variados objetivos, e configurado de distintas maneiras conforme os interesses de seus produtores.

---

<sup>64</sup> Em 1911 o crítico de cinema italiano publicou em Paris um artigo intitulado [Manifeste de Sept Arts](#), no qual aponta as razões para se considerar o cinema como a última e a mais completa das artes. Ver: XAVIER, Ismail. **Sétima arte: um culto moderno**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

<sup>65</sup> Ver: ADORNO, Theodor. **A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas**. In: ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1985.

<sup>66</sup> Arthur Knight já comentava em seu livro, publicado originalmente em 1957, as relações que, em sua origem, tal inovação travava com as “artes” e com a “ciência”. Numa passagem na parte introdutória do livro o autor comenta que “[...] se o cinema havia sido aceito nessa ocasião na confraria das artes tradicionais, não há como negar que sempre foi filho da ciência. [...] Logo que Peter Mark Roger (famoso pelo *Thesaurus* que lhe leva o nome) enunciou a sua teoria sobre “A persistência da Visão no Tocante a Objetos Móveis” em 1824, o progresso em direção ao cinema e à projeção de filmes foi rápido e direto. Quase imediatamente, cientistas em toda a Europa começaram a submeter-lhe a teoria a testes. Os dispositivos que usam podem ter parecido brinquedos de crianças – discos giratórios, moedas rotativas, livros de imagens folheados com o polegar - mas rapidamente comprovaram a verdade básica da alegação de Roger de que, em virtude de alguma peculiaridade da vista, a imagem é retida por uma fração de segundo mais do que realmente aparece.”KNIGHT, Arthur. **Uma história panorâmica do cinema** – a mais viva das artes. Rio de Janeiro: EDITORA LIDADOR LTDA, 1970. p. 04.

Quando se realizaram as primeiras projeções cinematográficas na Europa, em finais do século XIX e início do XX, não se poderia imaginar que em poucos anos o seu formato sofreria transformações tão importantes que fariam do cinema uma das indústrias mais rentáveis dos Estados Unidos. Se de fato isso é o que ocorre, é porque o sentido, tanto da produção dos filmes quanto da sua divulgação, tornara-se outro.

O historiador norte-americano Tom Gunning é um dos pesquisadores que se destaca na investigação sobre a história do cinema. Preocupado com as transformações das técnicas e dos instrumentos cinematográficos não ignorou os aspectos que se referem à relação espetáculo-público e que remetem a uma história social da cultura cinematográfica. Em artigo publicado no livro organizado por Ismael Xavier, *O cinema no século*, Tom Gunning comenta as impressões que Máximo Gorki (um dos primeiros espectadores a publicar resenhas acerca das projeções cinematográficas) deixa registrada sobre a sua experiência como telespectador. O pesquisador faz questão de evidenciar o modo distinto como se realizavam as projeções, e é neste sentido que a passagem a seguir é exemplar:

Em 1896 Máximo Gorky assistiu à exibição da mais recente novidade vinda da França, na Feira Russa de Nizhi-Novorod – fotografias em movimento produzidas e exibidas pelos irmãos Lumière. Os filmes foram mostrados no Teatro-Concerto Parisiense, uma diversão de um café chantant que viajava pela Rússia, oferecendo as delícias da vida parisiense. O cliente podia usufruir os filmes na companhia de qualquer uma das 120 coristas francesas anunciadas por Aumont (e que segundo consta ofereciam aos clientes diversões bem mais antigas nos andares de cima).<sup>67</sup>

Esta passagem revela o fato de que, nesse período, o cinema não existia ainda como estrutura física destinada exclusivamente para a projeção dos filmes. Estes eram exibidos em ambientes diversificados e sob inúmeros imprevistos. É fácil perceber que a experiência vivenciada por um espectador das projeções filmicas no final do século XIX, nessas circunstâncias, são diferentes daquela partilhada pelos jovens da década de 1920, por exemplo, quando se dirigiam aos cine-teatros para ver seus astros na tela. Por isso, pode-se dizer que não se trata, somente, de um outro filme que é rodado na película, mas de uma outra relação que se estabelece com o espetáculo da projeção.

Se fosse minha intenção traçar uma linha evolutiva sobre o desenvolvimento dos vários instrumentos e técnicas que anteciparam a cinematografia moderna, poderia começar examinando o mito da “caverna de Platão”; fazer menção, também, ao famoso espetáculo de

---

<sup>67</sup> GUNNING, Tom. **Cinema e História**: “fotografia animadas”, contos do esquecido futuro do cinema. In: XAVIER, ISMAIL. *O Cinema no século*. Rio de Janeiro: Imago, 1996. p. 21.

sombras chinesas; comentar as origens dos aparelhos fotográficos; ou discorrer sobre o show de imagens promovido pelas “lanternas mágicas”. A esse respeito, no entanto, me resguardo de qualquer análise e contento-me com a constatação de Gunning, para quem: “Traçar as origens do cinema leva não a um *pedigree* garantido, mas à caótica loja de curiosidades do começo da vida moderna”<sup>68</sup>.

O século XX viu surgir diversos estilos de produção cinematográfica. Cineastas de todo o mundo deram formas distintas para seus filmes e, quando não declararam abertamente o nome próprio que cabia ao estilo de sua produção, os críticos trataram de estabelecer certa nomenclatura para a sua identificação. Pode-se buscar uma compreensão para estes estilos analisando-os conforme os contextos específicos de onde emergiram. Desta forma, tem-se, habitualmente, uma classificação que explicita o país no qual se realiza a produção e um adjetivo que o identifica relacionalmente com alguma categoria artística. Pode-se falar, portanto, em um “cinema russo construtivista”, num “realismo italiano”, numa “*novelle vague* francesa”, bem como, num “cinema clássico americano”.

É óbvio que tal classificação não determina uma homogeneidade de estilo que pudesse representar toda a produção desenvolvida nestes países. E, apesar de que cada estilo cinematográfico tenha apresentado certas características próprias identificadas por seus críticos, não se deve pensar que as inovações técnicas ou as particularidades artísticas que os diretores utilizaram em suas produções ficaram restritas em seus domínios, sem que pudesse haver certa circularidade de idéias, apropriações e reutilizações das formas, entre os diversos grupos que produziram cinema.

Vamos direcionar nossa atenção para a indústria cinematográfica de Hollywood, pois, no que tange aos propósitos deste trabalho, são as produções realizadas pelos grandes estúdios norte-americanos as que nos interessam.

O pesquisador Ernesto Ruiz salienta que “Hollywood” não designa somente o nome de uma localidade da cidade californiana de Los Angeles, “mas um sistema que inclui pessoas e grupos como também instituições, tecnologia, processos de trabalho, convenções e princípios teóricos”<sup>69</sup>. Acrescente a isso o fato de que ao evocarmos esta palavra, de imediato e antes do que qualquer coisa, surgem imagens em nossa mente que nos remetem à pensar nos temas do cinema americano. Também habitualmente, pensa-se “Hollywood” como sendo uma

---

<sup>68</sup> Idem. p. 26.

<sup>69</sup> RUIZ, Ernesto A. **História e cinema**: uma aproximação. In: Anais da XXV Reunião da SBPH/Sociedade Brasileira de Pesquisa Histórica. Rio de Janeiro: SBPH, 2005. p. 351.

indústria que produz filmes, e já é comum ouvirmos a expressão “fábrica de sonhos” quando se quer fazer referência a esta indústria.

De forma muito mais crítica e na contramão das interpretações que exaltam as qualidades artísticas do cinema clássico de Hollywood, boa parte dos trabalhos acadêmicos brasileiros procuraram “denunciar” as mazelas produzidas pela (agora, definida pejorativamente) “fábrica de ilusões”. Desde a década de 60, Jean-Claude Bernardet publicou vários artigos sobre crítica cinematográfica, alcançando grande prestígio entre os intelectuais da época que compunham o coro para fazer a censura ao cinema americano pela sua “característica alienante”<sup>70</sup>. Esse pensamento se desenvolvia ao mesmo tempo e correlacionado com a necessidade de exaltar a produção nacional brasileira, em especial o que passou a ser chamado de “cinema novo brasileiro”<sup>71</sup>, representado principalmente pelos filmes de Glauber Rocha<sup>72</sup>.

Outra restrição que comumente os críticos fazem em relação ao cinema de Hollywood percorre os argumentos que o desqualificam como mero produto mercadológico, isento de qualquer atributo artístico. Um exemplo deste tipo de análise encontra-se no livro comemorativo dos “Cem anos de cinema”, de Guido Bilharinho<sup>73</sup>. Neste tipo de análise costuma-se diferenciar as produções filmicas fazendo a identificação de um cinema-indústria e de um cinema-arte. No primeiro caso estariam as produções que, preocupadas em se tornarem comercializáveis, se constituiriam como “meros artefatos descartáveis de consumo imediato”, ao passo que no segundo caso, elas receberiam o reconhecimento de “obras de arte destinadas ao prazer estético, compondo o patrimônio e a memória artística e cultural da humanidade, eternizando-se”<sup>74</sup>.

---

<sup>70</sup> A respeito da crítica cinematográfica produzida por este autor, citamos BERNARDET, Jean-Claude. **Trajectoria crítica**. São Paulo: Polis, 1978. Apesar de grande parte das críticas que compõem esta coletânea de artigos referir-se à produção de cinema nacional, existem algumas passagens que deixam claro o julgamento depreciativo que o cinema americano recebe por parte deste autor. No artigo intitulado “Três Filmes” (publicado originalmente no jornal “O Estado de S. Paulo” em 13/05/61), Jean-Claude faz uma breve análise da produção de “Sete homens e um destino” (*The magnificent seven*. EUA, 1960. Dir: John Sturges) e comenta: “A fita é bonita: paisagens, cores, arquiteturas, variedades dos tipos masculinos. [...] A atenção do espectador é deliberadamente orientada para este brilho, deixando-o portanto indefeso contra a ideologia que se quer impor, aqui a superioridade norte-americana. Propaganda hipócrita, subreptícia.” p. 64. (grifo nosso)

<sup>71</sup> Duas referências bibliográficas acerca deste tema são: BERNARDET, Jean-Claude. **Cineastas e imagens do povo**. São Paulo: Brasiliense, 1985; BERNARDET, Jean-Claude. **Brasil em tempo de cinema**. Rio de Janeiro: 3ed. Paz e Terra, 1978.

<sup>72</sup> “Deus e o diabo na terra do sol” (1964), “Terra em transe” (1967), e “O dragão da maldade contra o santo guerreiro” (1969), são três produções de Glauber onde se evidencia a tentativa do cineasta em romper com a forma de narrativa clássica do cinema americano. Nelas também se pode observar uma temática que trata dos dilemas enfrentados pelas, ditas, “classes populares”, o que demonstra a preocupação social e o compromisso com a “revolução” que tais produtores exigiam da arte.

<sup>73</sup> BILHARINHO, Guido. **Cem anos de cinema**. Uberaba: Grifo Editora e Gráfica, 1996.

<sup>74</sup> BILHARINHO, Guido. Op. Cit. P. 19.

Para o desenvolvimento desta pesquisa, entretanto, não utilizei estas duas formas de avaliação. Pois, tanto no primeiro caso, em que o cinema norte-americano é censurado por ser compreendido como uma forma de alienação, quanto no segundo, em que a produção hollywoodeana é vista não como arte, mas como mero espetáculo de entretenimento, se desenvolve uma crítica que se baseia numa noção de verdade universal. É desta forma que se pode chegar à conclusão de que o cinema norte-americano é um mal que faz retardar o processo de “conscientização das massas”, bem como, pode-se acusá-lo de “não fazer parte de um processo de criação que fosse autenticamente artístico”. Para mim, no entanto, que vivo numa época marcada pelas desilusões com o programa revolucionário marxista e que não alimento uma noção romântica sobre a arte na qual ela pudesse ser entendida como produto de forças transcendentais, cabe perguntar: existe, de fato, uma consciência que as classes populares devessem encontrar? E, afinal, quem compõe as classes populares? E quanto à arte, qual é a sua constituição? O que dá a ela o direito de se diferenciar de outras produções?

Para os fins deste trabalho, o cinema de Hollywood é compreendido, nos termos de Guattari, como uma “máquina produtora de subjetividades”. Seguindo as orientações do pensador francês, entendo que os sentidos que garantem certa ordem (ou, desordem) das coisas no mundo são fabricados através de processos que ultrapassam os modos de produção material de existência. Assim, para além das análises que pudessem explicar como se dá a relação de produção econômica das sociedades, Guattari sugere que se deva prestar maior atenção aos modos como são produzidas as nossas subjetividades. Sem ter a intenção de reduzir a questão em termos de infra e super estruturas, Guattari adverte:

O capitalismo pós-industrial que, de minha parte, prefiro qualificar como Capitalismo Mundial Integrado (CMI) tende, cada vez mais, a descentrar seus focos de poder das estruturas de produção de bens e de serviços para as estruturas produtoras de signos, de sintaxe e de subjetividade, por intermédio, especialmente, do controle que exerce sobre a mídia, a publicidade, as sondagens, etc <sup>75</sup>.

É nesse contexto que o cinema hollywoodeano é percebido como uma importante máquina do mundo capitalístico que participou e participa na construção da subjetividade dos indivíduos. Isto significa dizer que a veiculação de tais filmes compreende uma forma de agenciamento maquínico que trabalha no processo de atribuição de sentido para uma infinidade de práticas e conteúdos, inclusive com relação ao tabagismo e ao cigarro. Essa é a avaliação que melhor nos orienta.

---

<sup>75</sup> GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Campinas: Papirus, 9ed. 1999. p. 31.

Para um maior entendimento sobre o funcionamento dessa máquina quero destacar alguns elementos caracterizantes dessa indústria cinematográfica, responsável pela construção imagética de tantos elementos da cultura visual de nossa sociedade.

Pode-se dizer que o formato que delineia as principais características do cinema clássico hollywoodiano nasce com as produções de David W. Griffith. Para o estudioso em história do cinema William Everson, apesar de muitas das técnicas cinematográficas que Griffith utilizou em seus filmes já terem aparecido em produções anteriores, foi somente com ele que tais técnicas se combinaram para formar uma linguagem essencialmente narrativa. Antes mesmo do surgimento do sistema de estúdios de Hollywood, esse cineasta já produzia filmes pequenos e ensaiava as técnicas cinematográficas que fariam do filme *The birth of a nation*, produzido em 1915, uma referência central para o restante do cinema americano, pelo menos, até a década de 50<sup>76</sup>.

A utilização de *close-up*, a seqüência de imagens através da mudança gradativa de planos, o ângulo de câmera, e outros recursos, foram peças-chaves que contribuíram na construção de um conjunto de técnicas que se transformaram em um verdadeiro paradigma para a produção americana de cinema. Talvez, a maior consequência que seus filmes proporcionaram tenha sido o efeito de aproximação do público com o espetáculo das projeções.

Antes de Griffith a câmera não ocupava um papel ativo dentro da produção das imagens, sua função se resumia em captar as cenas que os personagens desenvolviam num quadro que se identificava, sobretudo, com o padrão oriundo das apresentações teatrais. Essa forma de produzir filmes eliminava a possibilidade de um maior envolvimento do público com os personagens da trama, assim sendo, logo esses tipos de filmes perderam o interesse do espectador que preferia assistir os atores ao vivo, no teatro. Por isso dizia-se que o cinema, nessa época, era o teatro dos pobres, daqueles que não tinham dinheiro para ver a representação teatral nos palcos.

Para perceber a importância de D.W. Griffith para a superação desse tipo de cinema vale a pena lermos o comentário do especialista em história do cinema, Arthur Knight:

---

<sup>76</sup> EVERSON, William K. **The D. W. Griffith years.** In: STAPLES, Donald E. *The American cinema.* Washington, DC: Forum Series, 1983. p. 42.

Demonstrou Griffith a capacidade incomum de revelar cinematograficamente os pensamentos e emoções mais íntimas de seus personagens, de desnudá-las clara e intimamente perante as platéias. Nada sabendo sobre Griffith, “hieroglifos”, ou técnica cinematográfica, as platéias em tôda parte, reagiam diretamente aos sofrimentos agrídoces da Little Mary, a atormentada espôsa de um marido ébrio, à corajosa Blanche Sweet ou à aterrorizada Lillian Gish. Julgaram os filmes de Griffith mais realistas, mais convincentes, mais humanos do que tudo mostrado nas telas da época.<sup>77</sup>

Pode-se dizer que este diretor foi responsável, também, pelo processo de reconhecimento que os atores de cinema viriam a receber em breve. Estabelecida a linguagem clássica da narrativa e anunciado o sistema de estrelato dos filmes, faltava apenas o estabelecimento dos estúdios em Hollywood para o cinema americano consolidar-se como um grande negócio em termos financeiros.

Em princípio, a utilização da localidade de Hollywood para a produção das filmagens se devia, sobretudo, à razões técnicas e políticas. O clima que propiciava dias ensolarados, mesmo nos meses de inverno, agradava aos produtores que procuravam locações bem iluminadas para as cenas externas<sup>78</sup>. Ademais, as restrições impostas pelo truste praticado pelas produtoras que dominavam o cinema americano no início do século<sup>79</sup>, praticamente, expulsou parte dos produtores independentes das cidades de Nova Iorque e Chicago, pioneiras na produção do cinema nos Estados Unidos. Muitos desses produtores independentes operavam com câmeras contrabandeadas oriundas do México e, por isso, a localização do Estado da Califórnia era estratégica para eles. O Estado também facilitava na questão de impostos a serem pagos pelos produtores<sup>80</sup>.

A hegemonia do cinema americano sobre a produção internacional nesse período se deve, também, às conseqüências da Guerra que eclodira em 1914 na Europa, e que praticamente interrompeu a produção de filmes em países como a França, a Itália, e a Inglaterra. A partir de então, a narrativa clássica que se desenvolveu nas primeiras décadas

---

<sup>77</sup> KNIGHT, Arthur. **Uma história panorâmica do cinema** – a mais viva das artes. Rio de Janeiro: EDITÔRA LIDADOR LTDA, 1970. p. 23.

<sup>78</sup> Ver, CALIL, Carlos Augusto. **Cinema e indústria**. In: XAVIER, Ismail (org). O cinema no século. Rio de Janeiro: Imago, 1996. p. 47 e 48.

<sup>79</sup> O historiador francês Georges Saudol esclarece como funcionou o truste, que aqui nos referimos, em seu famoso compêndio. SAUDOL, Georges. **História do cinema mundial**. Volume I. São Paulo: Martins, 1963. “... o Truste, como chamavam os seus inimigos, de fato impusera ao cinema dos Estados Unidos uma condição draconiana: cada produtor filiado devia pagar meio centavo por pé de película copiada ou impressionada. Cada distribuidor pagava uma licença anual de cinco mil dólares e cada exibidor estava sujeito a uma contribuição de cinco dólares semanais. Esses pagamentos, que logo trouxeram ao truste um milhão de dólares por semana, baseavam-se sobretudo nas descobertas feitas nos laboratórios Edson, entre 1889 e 1894, as quais haviam custado menos de 20 mil dólares”. p. 69.

<sup>80</sup> KNIGHT, Arthur. Op. cit.. p. 41.



nas produções cinematográficas dos Estados Unidos se tornaria o modelo que prevaleceria na exibição dos cinemas nos países do mundo ocidental.

O riso, o amor, o simulacro de vida - era isso o que o mundo queria enquanto a guerra devastava a Europa e foi nisso em que a nova Hollywood se concentrou. Romance, aventura, comédia, “glamour”: os estúdios tomaram esses elementos básicos e, entre 1915 e 1920, transformaram-nos em uma indústria multi-milionária.<sup>81</sup>

O final da década de 20 representa um período de mudanças na parte técnica da produção cinematográfica em razão da evolução nos mecanismos de sincronização do som à imagem. Apesar de que pode-se dizer que o cinema nunca foi mudo, pois geralmente, desde sua origem, as imagens recebiam um acompanhamento sonoro produzido por músicos e orquestras, a possibilidade de os atores poderem fazer ouvir as suas vozes durante a gravação das filmagens alterou, significativamente, as preocupações exigidas dos diretores. O técnico de som surgiu como um importante profissional que cuidava da parte sonora das gravações e, em contrapartida, muitos atores consagrados viram suas carreiras chegarem ao fim por não terem boa locução; alguns diretores também sofreram com as novas exigências e “tiveram suas ordens súbitamente revogadas em favor do microfone”<sup>82</sup>.

No entanto, logo que estes profissionais dominaram o novo recurso, a indústria de Hollywood viu crescer ainda mais os seus rendimentos. Desde o início da década de 30 até a eclosão da Segunda Guerra, a consolidação dos grandes estúdios se fez reconhecida pela produção de obras clássicas como “...E o vento levou”, “O mágico de Oz”, “Casablanca”, entre outros. *Paramount*, *MGM*, *Warner*, *Fox*, *Columbia*, *RKO*, são nomes que representam, ainda hoje, o poder institucional das produções de cinema realizadas em Hollywood. Nesse período de consolidação dos estúdios, cada estúdio se especializou em um determinado gênero de filmes, conforme o perfil do público do circuito das salas de cinema a que estavam associados.

A Metro, que tinha praticamente só salas de primeira linha, investia em filmes caros, sofisticados. A Universal produzia seriados e filmes baratos de terror, para cinemas de segunda linha. A Warner, sob o comando de Zanuck, fazia filmes de gângster e de denúncia da crise social e econômica do país. Ao mesmo tempo, Busby Berkeley conduzia uma produção notável de musicais descompromissados, com coreografias art déco. [...] Na Paramount, que tinha uma linha de produção muito planejada segundo os gêneros, havia

---

<sup>81</sup> Idem. p. 89.

<sup>82</sup> Idem. p. 137.

lugar para as comédias sofisticadas de Lubitsch e as anárquicas dos irmãos Marx<sup>83</sup>.

Essa preocupação que os estúdios têm de se especializarem em determinado segmento de produção demonstra, sem dúvida, as estratégias de competitividade no mercado e as intenções de lucro financeiro. Tal condição revela, talvez, um dos motivos de tanto êxito de público desses filmes.

Uma das características mais marcantes que se associa à produção de cinema pelos estúdios, nesse período, se refere ao sistema de estrelato, condição esta que talvez fosse a principal para o grande êxito dessa indústria. Antes do estabelecimento dos estúdios em Hollywood a maioria das produtoras evitava divulgar o nome de seus atores, preocupadas em que uma valorização acentuada de suas atuações pudesse aumentar os gastos com pagamentos. Os atores e atrizes que se destacavam no filmes eram reconhecidos pelo nome da produtora em que atuavam. Foi um diretor independente chamado Carl Laemmle quem, desvinculado das produtoras cúmplices do truste de Edson, rompeu com o costume de manter os atores no anonimato.

Florence Lawrence, a popular “Biograph Girl”, foi atraída com a promessa de Laemmle não só de pagar-lhe mais, mas apresentá-la sob o seu próprio nome. Laemmle, sempre um firme crente na publicidade, deu excelente divulgação ao seu golpe. Nascia uma estrêla. E, com a estrêla, o sistema do estrelato.<sup>84</sup>

Esse sistema baseava-se na prática da promoção dos filmes através do anúncio da participação de atores e atrizes conhecidos do público. A publicação de matérias, em jornais e revistas especializadas, sobre a vida íntima dos artistas contribuía na fabricação e na transformação dos atores e atrizes em astros e em estrelas. A partir do momento em que esses profissionais se constituíam como atrativos para a promoção dos filmes, passavam a ser disputados pelos diversos estúdios.

Para esse estudo, essa marca que o cinema hollywoodeano cria com o sistema de estrelas é de fundamental importância. Entende-se que uma máquina capaz de produzir subjetividade - de promover hábitos e estimular desejos - deva ter como fundamento estímulos que se originam em sentimentos emotivos, e que dizem mais respeito à questões de fé (como as demonstradas pelos diversos fãs-clubes que estas estrelas tiveram) do que com questões que envolvam uma explicação na ordem da razão. É com as “estrelas” que surgem,

---

<sup>83</sup> CALIL, Carlos Augusto. Op. cit. p. 51.

<sup>84</sup> KNIGHT, Arthur. Op. cit. p. 34

também, as imagens-cliches que se cristalizam na memória social e contribuem na construção significativa da existência. Elias Thomé Saliba, em texto publicado recentemente no livro *História e cinema*, faz uma reflexão em torno dessas imagens e as identifica com o nome de “imagens canônicas”. Assim, define-as com um termo que se refere diretamente ao mundo do sagrado e do religioso, justamente, porque tais imagens “sempre exigiram, de forma inconsciente, uma atitude mais de fé e de crença, do que qualquer outra coisa mais racional”<sup>85</sup>.

O sociólogo francês Edgar Morin, autor de uma obra riquíssima de informações sobre o fenômeno das estrelas, também nos ajuda a pensar sobre a questão. No livro intitulado *As estrelas: mito e sedução no cinema*, Morin explora a importância que esses astros e estrelas adquirem na vida cotidiana dos espectadores. Depoimentos como o de uma estudante inglesa de 22 anos, que declara: “Eu me penteava como ela (Deanna Durbin), e sempre me perguntava o que Deanna faria no meu lugar, para agir como ela”<sup>86</sup>, demonstram a condição quase divina que as “estrelas” adquiriam para os seus espectadores mais entusiasmados. Além disso, pode-se perceber nessa fala o quanto de realidade aquela ficção representada pelas estrelas do cinema adquiria na vida particular dos espectadores.

O chamado *star system*, inventado junto com o surgimento dos estúdios em Hollywood, age como elemento de destaque nas produções de cinema americano até, pelo menos, a década de cinquenta. A decadência de seu sistema anuncia a decadência do próprio modelo clássico dos filmes do cinema hollywoodiano. Arthur Link, pesquisador americano, autor de “História Moderna dos Estados Unidos”, observou:

Enfrentando custos crescentes de mão-de-obra e de produção, além de um declínio de mercado, os principais produtores foram forçados a reduzir os gastos e a renunciar a grande parte do seu antigo poder. Um número cada vez maior de estrelas libertou-se da sua servidão a uma determinada companhia, enquanto outras se reuniram a produtores de igual espírito e estabeleceram pequenas companhias independentes, que competiram com sucesso, devido a orçamentos e despesas de administração menores, com os grandes estúdios.<sup>87</sup>

De fato o surgimento da televisão e de outras formas de entretenimento fez com que a indústria do cinema americano sofresse com a queda de público nas bilheteiras. O crítico de cinema Olivier-René Villon, em sua coletânea informativa sobre os principais diretores do

---

<sup>85</sup> SALIBA, Elias Thomé. **As imagens canônicas e a História**. In: CAPELATO, Maria Helena...[et. al.] História e cinema. São Paulo: Alameda, 2007. p. 88.

<sup>86</sup> MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989. p. 54.

<sup>87</sup> LINK, Arthur S. **História moderna dos Estados Unidos**. Vol. 3. Rio de Janeiro: Zahar, 1965. p. 1065.

cinema americano nesse período, observou que além do surgimento da televisão uma crise política também havia se instalado dentro do circuito de produção cinematográfica. O governo americano aumentou a censura sobre os meios de comunicação e “Hollywood encontra-se imersa pelas primeiras investigações da Comissão de Inquérito sobre as atividades antiamericanas (*House Un-American Activities Committee*), numa grave crise de confiança que coincide com o surgimento da televisão”<sup>88</sup>. A década de 50 marca, portanto, um período de mudanças no sistema de produção dos estúdios.

Um filme sintomático, que revela um pouco das tensões vivenciadas em Hollywood nesse período, chama-se *Sunset Boulevard*<sup>89</sup>, lançado no Brasil com o nome de *Crepúsculo dos deuses*. O filme, dirigido por Billy Wilder e produzido no ano de 1950, causou polêmica na época, principalmente, pelo tema da história que acabava por falar do sistema de produção dos filmes em Hollywood. Um roteirista mal sucedido, que escreve histórias pouco apreciadas pelos produtores, conhece uma antiga diva do cinema da década de 20, Norma Desmond. Ela o contrata para fazer a correção de um roteiro seu, onde espera poder ser a protagonista da história. Seu objetivo é o de voltar às telas do cinema e sair do anonimato, reacendendo o brilho de sua estrela apagado desde o surgimento do cinema falado. Mas a verdade é que o estúdio da *Paramount*, onde antigamente Norma tinha se consagrado, já não se interessa por ela. Os atores da época do “cinema mudo” se destacavam por atuações que revelavam os exageros na gesticulação do corpo. Agora, com a possibilidade de o público escutar a fala dos personagens, não se tem mais a necessidade de tanto empenho no trabalho com a linguagem corporal. Norma Desmond já não pode mais ser uma estrela nesse novo cinema, ela é esquecida pelo público e pelos produtores do estúdio.

*Crepúsculo dos deuses* concorreu ao Oscar de melhor filme do ano, mas não logrou obter a estatueta. Muitos comentários da época diziam que isso se devia, sobretudo, pelo fato de o filme revelar o lado desumano do mundo de Hollywood. Na fábrica dos sonhos nem tudo era doce, e já não eram todas as histórias que acabavam com o tradicional “*happy end*”. O filme de Billy Wilder revela o clima de intranquilidade que reina no mundo em que todos acreditavam ser constituído somente de sucessos e glórias. O inusitado, nesse caso, é que ficamos sabendo disso através de mais uma grande produção hollywoodiana.

Hollywood, neste caso, parece encarnar o espírito do capitalismo que logra transformar o trágico em mercadoria. Ao retratar sua crise acaba por encontrar um meio de superá-la, semelhante ao que já Marshall Berman, em seu livro intitulado “Tudo o que é

---

<sup>88</sup> VEILLON, Oliver-René. **O cinema americano dos anos cinqüenta**. São Paulo: Martins Fontes, 1993. p. 01.

<sup>89</sup> WILDER, Billy (dir.). **Sunset Boulevard**. EUA: Paramount Pictures, 1950.

sólido se desmancha no ar”<sup>90</sup>, comentou acerca da capacidade que o sistema produtivo do capitalismo tem de transformar o conteúdo ideológico de seus “inimigos” em produto rentável de sua economia.

A temática de muitos filmes, nesse período, refere-se aos problemas enfrentados por uma sociedade que vê seus valores mais tradicionais ruírem frente ao início de um tempo de mudanças. *Rebeld without a cause*<sup>91</sup>, o filme de maior sucesso de James Dean e conhecido no Brasil com o nome de *Juventude transviada*, fala da falta de perspectiva de uma juventude carente, que sofre com a ausência de sentido para as suas vidas. *On the waterfront*<sup>92</sup>, ou *Sindicato de Ladrões*, retrata a vida degradante das pessoas que moram próximas ao cais do porto na cidade de Nova Iorque. *The wild one*<sup>93</sup>, também com atuação marcante de Marlon Brando no início de sua carreira cinematográfica, mostra o terror causado com as arruaças de um grupo de motoqueiros que invade uma pequena cidade no interior da Califórnia. Esses filmes, e outros ainda que poderiam ser citados, exemplificam como essa nova produção de Hollywood explorou temas que diziam respeito aos problemas vivenciados pela sociedade norte-americana nesses anos.

Mesmo com os problemas enfrentados pelos grandes estúdios do cinema americano no contexto do surgimento da televisão, as décadas de 30, 40 e 50, representam o período onde a produção de cinema realizada pelos estúdios de Hollywood seguiu, na sua grande maioria, um padrão que obedecia às características básicas do cinema clássico. É sobre essa produção que Max Lerner, jornalista e comentador social, escreveu:

Jamais na história uma indústria tão grande como a cinematográfica teve por base, tão franca e diretamente, os sonhos de um povo. A qualquer hora do dia ou da noite pode-se penetrar num cinema escuro e, segundo se movimentam na tela as figuras, o espectador navega pelos tempestuosos mares do sexo, da ação, da violência, do crime e da morte. [...] Quando o espectador regressa ao lar para dormir, seus sonhos giram em torno de símbolos feitos eles próprios dos sonhos do espectador, pois o cinema é a matéria de que se compõem os sonhos dos americanos.<sup>94</sup>

---

<sup>90</sup> BERMAN, Marshall. **Tudo o que é sólido se desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Cia das Letras, 1986.

<sup>91</sup> RAY, Nicholas (dir.). **Rebeld without a cause**. EUA: Warner Bors, 1955.

<sup>92</sup> KAZAN, Elia (dir.). **On the waterfront**. EUA: Columbia Pictures, 1954.

<sup>93</sup> BENEDEK, Laslo (dir.). **The wild one**. EUA: Columbia Pictures, 1954.

<sup>94</sup> LERNER, Max. **Civilização norte-americana: a vida e o pensamento nos Estados Unidos de hoje**. Vol. 4. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1960. p. 161.

A força persuasiva desse tipo de cinema sob o espectador é revelada com muita exatidão, por exemplo, em uma cena do filme “Cidade dos sonhos”<sup>95</sup>, do diretor David Lynch. Trata-se da emblemática cena do “Clube Silêncio” em que as personagens protagonistas assistem a uma apresentação na qual um homem declama, no palco, o seguinte texto: *"No hay banda. Il n'y a pas de orchestra. There's no orchestra. It's all recorded. It's all in the tape"*. Em espanhol, francês e inglês, portanto, o sujeito adverte a platéia que tudo não passa de uma representação. Mesmo assim, quando a maior atração da noite, a cantora Rebekah del Rio, sobe ao palco, as protagonistas choram ao sentirem toda a profundidade da música. No meio da canção, no entanto, a artista desmaia e, assim mesmo, a música continua: confirmando, portanto, que tudo era uma teatralização; a canção estava sendo reproduzida por meio de uma gravação. Não só as personagens que estão na platéia do teatro (na representação fílmica), mas também os espectadores do filme se comovem com a cena e se surpreendem quando a música continua a tocar após o desmaio da cantora. David Lynch, distante da tradição do cinema clássico, constrói uma narrativa repleta de situações que fogem ao controle da normalidade a que o cinema de Hollywood, tradicionalmente, nos acostumou. Mas o significado, por trás do absurdo, neste caso, talvez seja demonstrar outro absurdo: a forma como a platéia e o público se deixam envolver por uma situação distante de suas realidades, tornando difícil esquecer-se de que tudo não passa de representação.

A intenção dos filmes do cinema clássico produzido pelos estúdios de Hollywood é exatamente envolver o público de uma maneira em que ele vivencie no mais alto grau, através da imaginação, todas as histórias narradas. Ocorre daí uma empatia na qual o espectador se coloca no lugar dos personagens da ficção. A arte (ou a técnica) de narrar histórias através de imagens em movimentos produz, no espectador, a fabricação imaginativa de um universo de possibilidades que ele traz para seu mundo, mesmo ao deixar a sala de cinema. Num espaço de tempo de quase duas horas, sentado numa sala escura, iluminada somente pela projeção fílmica, as pessoas deixam seus problemas cotidianos para embarcar num universo de fantasia. Nesse sentido, o cinema é, sobretudo, um lugar para se divertir, para se entreter. O pesquisador italiano Massimo Canevacci, autor de “Antropologia do cinema”, destaca:

A ritualidade do cinema [...], o *comfort* progressivo, ar condicionado, *ice-cream* e *pop corn*, são todas solicitações (*in-puts*) para convencer até mesmo a última resistência do sujeito a se quebrar. Todo esse entorno corporal e

---

<sup>95</sup> LYNCH, David (dir). [Mulholland Drive](#). EUA: Universal, 2001.

comportamental dirige-se no sentido de deixar o espectador contente quanto à qualidade do produto que lhe será oferecido.<sup>96</sup>

Nessas condições é difícil não se deixar seduzir pelo universo de sonhos que é apresentado na tela. Com o desenrolar da história sente-se comoção pelos personagens da trama e não raro se é tomado por emoções que levam, inclusive, ao choro. Por este motivo, ou seja, pela circunstância de o cinema envolver o público mais pela emoção e menos pela razão, seus efeitos para a produção da subjetividade são tão significativos. O espectador fica vidrado na tela; a técnica do corte e da edição cuida para que cada cena se ligue à próxima e evita a pausa para a reflexão, tornando difícil o distanciamento. Perseguições, fugas de trem em movimento, trocas de tiro, brigas de faca e canivete, reconciliações, confissões no leito de morte, declarações apaixonadas, descobertas inesperadas: tudo prende a atenção do público. O encadeamento das ações, promovido por um sistema que relaciona as imagens numa relação de causa e consequência, produz no espectador um envolvimento psicológico com a trama, mesmo que indesejado. A esse respeito, Hitchcock revela: “O essencial é emocionar o público e a emoção nasce da maneira pela qual se conta a história, da maneira pela qual se justapõe as seqüências”<sup>97</sup>.

A sedução persuasiva das histórias contadas por “Hollywood” acaba transmitindo, ao público, um universo de signos imagéticos que educam e geram subjetividades. Afetado pelas imagens do filme, o espectador sai do cinema e carrega consigo um “aprendizado” sobre temas diversos. E, mesmo não existindo um entendimento concreto da mensagem que se quis transmitir, as imagens do filme recheiam a memória daquele que o assiste, contribuindo, entre outras coisas, para a formação do gosto e dos desejos.

Nos próximos capítulos, veremos como as imagens dos filmes do cinema clássico de Hollywood geraram um entendimento sobre o hábito do tabagismo que, atribuindo um conjunto de significados positivadores, incentivou consideravelmente o consumo de cigarros, sobretudo, nas décadas de 30, 40 e 50.

---

<sup>96</sup> CANEVACCI, Massimo. **Antropoliga do cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1984. p. 146.

<sup>97</sup> HITCHCOCK, Alfred. Entrevista à François Truffaut. In: TRUFFAUT, François. **HITCHCOCK/TRUFFAUT: entrevistas**. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 198.

### Nas nuvens de fumaça e de amor

*Carmen* é um romance publicado em 1845 pelo escritor francês Prosper Mérimée que serviu de inspiração para diversas obras, desde a famosa ópera de Bizet até adaptações cinematográficas de diretores como Francesco Rossi e Jean-Luc Godard. Nele está escrito:

Certa noite, à hora em que já não se via mais nada, fumava, apoiado sobre o parapeito do cais, quando uma mulher, subindo a escada que conduz ao rio, veio sentar-se perto de mim. Tinha nos cabelos um grande buquê de jasmims, cujas pétalas exalam à noite um perfume inebriante [...] Chegando perto de mim, minha banhista deixou deslizar pelos ombros a mantilha que lhe cobria a cabeça e, na obscura claridade que cai das estrelas, vi que era pequena, jovem, bem-feita, e que tinha olhos muito grandes. Joguei fora meu charuto no mesmo momento. Ela compreendeu essa gentileza, de uma cortesia bem francesa, e apressou-se a me dizer que gostava muito do cheiro do tabaco e que ela própria fumava quando encontrava *papelitos* bem suaves. Por felicidade, tinha alguns daqueles no meu estojo, que logo lhe ofereci solicitamente [...] Misturando nossas fumaças, conversamos durante tanto tempo, a bela banhista e eu, que acabamos ficando praticamente a sós sobre o cais.<sup>98</sup>

A história da jovem cigana que trabalhava nas fábricas de tabaco em Sevilha trata sobre o arquétipo da mulher livre e independente que pela sua beleza encanta a todos os homens. Um século depois de sua publicação, o cinema de Hollywood irá se reportar à imagem de *Carmen*, caracterizando personagens femininos que se tornaram populares no contexto dos movimentos de emancipação da mulher.

Quero trabalhar nesse capítulo temas que dizem respeito às formas do amor, da paixão e da sedução. Mais especificamente, desejo perceber como a imagem do cigarro compunha as cenas de sedução amorosa dos filmes do cinema clássico. Observaremos, portanto, como aquela cena descrita no texto de Mérimée recebe sua adaptação no cinema. A partir dessa compreensão, almejo identificar quais os sentidos a se extrair dessas imagens que traziam o cigarro para dentro de uma situação na qual os personagens vivem aquilo que é de mais sublime na nossa sociedade, ou seja, o amor. Edgar Morin percebeu a centralidade do assunto no contexto da invenção dos mitos que, produzidos industrialmente, constroem os valores que servem para o estímulo ao consumo. No primeiro volume da obra “Cultura de massas no século XX”, o autor aponta:

---

<sup>98</sup> MÉRIMÉE, Prosper. *Carmen*. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 33.



O amor tornou-se tema obsessional da cultura de massa; esta o faz aparecer em situações nas quais, normalmente, não deveria estar implicado. O aventureiro, o *cowboy*, o xerife sempre encontram na floresta virgem, na savana, no deserto, nas grandes planícies do Oeste o amor de uma heroína pintada e bela.<sup>99</sup>

O amor triunfante que traz o *happy end* para as histórias dos filmes de Hollywood é o engodo para a crença na esperança de um futuro sempre promissor. Anula-se, dessa forma, a tradição trágica que, por exemplo, no romance de Mérimée, fez com que o amante de Carmen, no final da história, desferisse-lhe dois golpes de faca, levando à morte a bela cigana. Nos filmes populares do cinema de Hollywood a felicidade do casal vence as adversidades e representa a realização maior, o triunfo. Com o *happy end* constrói-se, em torno do amor, imagens eufóricas e mitologizantes que confortam as inseguranças do espectador. Nesse contexto, o apelo à sedução amorosa exhibe um universo de mercadorias que compõe a cena do casal. Roupas, maquiagem, acessórios, cigarros: tudo ganha um ar de glamour na composição estética daquelas imagens euforizantes.

Analiso estas cenas dividindo-as em dois grupos. Primeiro, uma atenção a filmes onde o relacionamento amoroso configura-se pelos moldes mais tradicionais, onde o casal constitui-se pela presença do homem charmoso e da mulher cândida. Posteriormente, cuido dos filmes onde o papel feminino ganha uma posição de destaque, sendo evidenciado as estratégias de sedução de uma mulher ousada, moderna.

### 3.1) Um cigarro para a distinção do cavalheiro

Em 1933 o estúdio da *RKO* lançou um filme que figura ainda hoje em várias listas dos “cem melhores filmes de todos os tempos”. A técnica de *stop motion*<sup>100</sup> era o recurso inovador para a criação de efeitos especiais, e foi com este recurso que se produziu *King Kong*<sup>101</sup>, o filme com a quinta maior bilheteria da década de 1930<sup>102</sup>.

---

<sup>99</sup> MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: neurose. São Paulo: Forense Universitária, 8ed. 1990. p. 131.

<sup>100</sup> Esta técnica gera a impressão de movimento ao fotografar quadro a quadro os objetos da cena que são projetados em velocidade. Willis O'Brian foi um dos precursores desta técnica e “King Kong” seu trabalho mais bem acabado.

<sup>101</sup> COOPER, Merian & SCHOEDSACK, Ernest (dir). **King Kong**. EUA: RKO, 1933.

<sup>102</sup> BERGAN, Ronald. **Cinema**: guia ilustrado Zahar. Rio de Janeiro: Zahar, 2007. p. 31.

Com elementos de narrativa típicos dos gêneros de aventura, drama, romance e terror, *King Kong* tornou-se um ícone da cinematografia americana com cenas memoráveis como a do gorila gigante, de pé na torre do *Empire States*<sup>103</sup>, segurando pelas mãos a bela Ann Darrow, personagem de Fay Wray. O sucesso de público deste filme não foi à toa. Com duas refilmagens, *King Kong* demonstra ser um produto do entretenimento repleto de atrativos que despertam o interesse e a curiosidade das pessoas, em geral. E é por este motivo, por se constituir através de elementos desejantes, que queremos iniciar a nossa análise com as imagens que constroem as cenas de envolvimento amoroso, neste filme.

O tom romântico de *King Kong* é marcado pelo relacionamento que se dá entre o capitão Englehorn (Frank Reicher) e a jovem atriz Darrow (Fay Wray). O capitão é uma pessoa séria, representa o homem que é o responsável por toda a tripulação. Quando fica sabendo que na expedição estará presente uma jovem mulher, demonstra insatisfação e chateia-se preocupado com os problemas que poderiam decorrer. Ele tinha a opinião de que em tais expedições mulheres só “trazem problemas”. Abaixo, se reproduz dois quadros que assinalam o momento em que, pela primeira vez, o capitão observa a garota dentro do navio:



Com cuidado, podemos notar que na mão direita ele segura um cigarro entre os dedos. Nesta cena Englehorn dá ordens à tripulação quanto aos procedimentos para a navegação. E é no último quadro que está registrado o momento em que o personagem se apercebe da figura de Ann Darrow. Logo, a câmera registra a imagem da garota, de costas, acompanhada do cineasta que a convidou para participar das filmagens na “Ilha da Caveira”, lugar misterioso para onde parte o navio. É como se esta seqüência de câmera indicasse a visão que o capitão tinha quando o espectador vê a maneira atenciosa com que ele observa. Neste momento o espectador já podia esperar que algo entre esses dois personagens fosse acontecer. O romance da mocinha indefesa e do capitão destemido começa a se revelar na história, sem que eles tenham trocado uma única palavra. Através do jogo de câmeras o espectador é envolvido na narrativa e já identifica um dos temas centrais da trama. A antipatia inicial que capitão sentia

---

<sup>103</sup> Quando o filme foi lançado haviam-se transcorrido pouco mais de um ano da inauguração do *Empire States Building*, na época, o maior edifício do mundo.

pela atriz logo se transforma em encanto e desejo. Numa cena seguinte, o capitão se aproxima da garota e os dois dialogam pela primeira vez de forma amistosa.



Enquanto conversam, Englehorn fuma e demonstra segurança ao flertar com a garota que faz o tipo da moça ingênua. Desta forma, o cigarro acompanha o capitão no momento em que ele admira a beleza de Ann Darrow e, em seguida, serve como artifício para atrair a admiração dela. É evidente o olhar de encanto que a garota faz ao ver a fumaça sair da boca daquele que virá a ser o seu herói, quando surge na história a figura do gorila gigante. O cigarro dá ao capitão ares de um homem destemido, valente, protetor: tudo o que a jovem atriz Ann Darrow procura.

Apesar de o filme ser conhecido mais pela figura do gorila King Kong, o tom sentimental da história é representado pelo romance do casal, e não fica sem ser marcado pela presença incisiva do cigarro. Nas cenas acima registradas, ele é o complemento que empresta um charme na composição imagética da paixão nascente entre o casal.

Outro filme que dá destaque para o tema do cigarro e do tabagismo em cenas de sedução e conquista amorosa chama-se *Um mergulho no inferno*<sup>104</sup>, dirigido por Archie Mayo. Trata-se de um drama romântico envolvendo dois oficiais da marinha que se tornam amigos em uma missão de guerra até descobrirem que estão apaixonados pela mesma mulher. Assim como “King Kong”, este filme, também, se destacou pela produção dos efeitos especiais, conquistando o Oscar na categoria no ano de 1944.

Impressiona a forma como um tema sério sobre os conflitos da Segunda Guerra se mistura aos percalços da vida amorosa. Vemos, desta forma, a agudeza da observação de Morin, já comentada, que explicitou a obsessão das mercadorias que servem à cultura de

<sup>104</sup> MAYO, Archie (dir.). *Crash Dive*. EUA: 20th Century FOX, 1943.

massa em torno dos temas relacionados ao amor. Ao mesmo tempo em que o filme conta as aventuras da tripulação do capitão Dewey Connors (Dana Andrews), que enfrenta missões arriscadas investigando um navio suspeito que navega pela costa do Atlântico, pequenos incidentes fazem com que o tenente da tropa, Ward Stewart (Tyrone Power), se apaixone pela noiva de seu capitão.

Stewart conhece a bela Anne Baxter (Jean Hewlett) de forma inusitada: no trem, já deitado no leito que acredita ser o correspondente à sua numeração, lê uma revista quando Anne chega para ocupar o lugar que lhe pertence de fato. Stewart confere seu bilhete e percebe que, realmente, o seu leito é o de cima. Depois de se desculpar o jovem se retira e, então, a moça encontra uma cigareira sob os lençóis. Stewart abaixa a cabeça para pedir, primeiro, seus cigarros e, depois, o isqueiro esquecido.



A cigareira prateada terá um papel importante para Stewart conquistar o coração de Anne. Numa cena seguinte, ele a utiliza para refletir a luz do poste da rua e chamar a atenção da garota. Anne conversa com sua amiga, na escola em que trabalham juntas, como professoras, quando ela escuta um assobio e repara, no teto da sala, uma luz em movimento. Quando vai à janela, percebe Stewart.



Ela está procurando se distanciar dele para não arranjar complicações, pois já estava comprometida. Stewart, sem saber que Anne era noiva do capitão da tripulação, corre atrás e faz de tudo para que ela aceite sair com ele, para jantarem juntos uma noite.

Finalmente, quando ela aceita sair, ele a leva à sua casa. Surpreendida pela ousadia dele, ela se acalma ao conhecer a mãe do oficial. Quando a mãe se retira e os dois ficam à sós, Stewart rejeita a sugestão de Anne para irem embora e, oferecendo um dos cigarros de sua

cigarreira, pede para que ela sente um momento. Ao recusar o cigarro Anne percebe que dentro da cigarreira existe uma foto sua.



Comovida ela abre um leve sorriso e deixa o seu admirador confessar sua paixão. No entanto, Anne só decide ficar com Stewart, definitivamente, quando este, após descobrir o seu envolvimento anterior com o capitão Dewey Connors, pressiona a garota.

Em seguida, na missão mais arriscada que a tripulação tem de enfrentar, o capitão ferido pede um cigarro ao tenente. Este, ao oferecer-lhe um de sua cigarreira, deixa a fotografia da garota cair. O capitão diz, então: “Melhor você colar a foto para não perdê-la”. Com um sorriso complacente, ele consentia, sem ressentimentos, que sua antiga namorada ficasse com o tenente.

Após o sucesso glorioso da missão, de volta a terra, o tenente e a bela Anne Baxter se casam. Triunfal na guerra, o protagonista da história triunfa também no amor. Assim como o capitão Englehorn, de *King Kong*, ele é o herói. A jovem e bela Anne, balançada entre o amor de Dewey e Stewart, não pode deixar de se render aos encantos do último. Os dois formam a representação do casal tradicional, onde cada um assume as características costumeiras. Ele, oficial da marinha, forte, e astuto; ela, a professora bela e de doce simpatia. Desde do primeiro momento em que os dois se conheceram, a cigarreira de Stewart marcou presença. E, apesar de a moça não ser fumante (o que não combinaria com o seu jeito meigo e doce) ela, em nenhum momento, demonstra-se incomoda em relação ao hábito de seu admirador.

Quero encerrar esta análise com o filme que talvez seja um dos mais apreciados de Hollywood. *Casablanca*<sup>105</sup> tornou-se mundialmente famoso pelo drama romântico vivido entre os personagens de Humphrey Bogart e Ingrid Bergman. Ele aparece em destaque em diversas categorias de *rankings* pesquisados pelo *American Film Institute*. Consta, por exemplo, que seis frases do filme estão entre as mais recordadas de todos os grandes clássicos, e que o personagem de Humphrey Bogart, Rick Blaine, figura em quarto lugar na lista dos

---

<sup>105</sup> CURTIZ, Michel (dir.). *Casablanca*. EUA: Warner Bros, 1942.

“heróis” mais representativos das histórias cinematográficas apresentados por Hollywood <sup>106</sup>. No ano de seu lançamento, 1942, *Casablanca* ganhou o Oscar de melhor filme, roteiro, e direção.

Uma coincidência dos acontecimentos políticos, na época, favoreceu o sucesso do filme: a cidade de Casablanca, no Marrocos, recebia, no mês de lançamento do filme, os líderes dos países aliados no conflito da Segunda Guerra. Sem cenas de batalha entre soldados, “Casablanca”, no entanto, também têm como pano de fundo a ameaça das tropas de Hitler à democracia propagandeada pelo governo dos Estados Unidos.

O comentário de Pedro Vasquez sobre o lançamento de *Casablanca*, no contexto da carreira do ator/astro Humphrey Bogart, é significativo para entender a relação deste filme com a temática que, aqui, queremos explorar:

Ele (Bogart) já tinha então sua personalidade cinematográfica bem definida: era duro, desiludido, meio sadio, íntegro, e brusco com as mulheres. Só faltava mesmo um elemento romântico forte para arrematar seu perfil [...] Foi a sueca Ingrid Bergman, com sua beleza etérea, quem forneceu este elemento, tornando o casal Rich e Ilsa inesquecível. <sup>107</sup>

Apesar de que ao final da história Rich Blaine e Ilsa Lund não ficam juntos, eles são os protagonistas do drama. A separação do casal não anuncia um final trágico, pois foi Rich quem tomou a decisão de deixar Ilsa partir com Victor Laszlo ([Paul Henreid](#)), em nome de uma causa justa: a luta contra o autoritarismo nazista.

Rich Blaine é um norte-americano que vive em Casablanca, depois de partir de Paris nas vésperas da ocupação alemã. É um homem solitário, porém, muito respeitado por todos. Sua seriedade é perpassada nos diálogos com os clientes, funcionários e colegas. O cigarro o acompanha em quase todos os momentos. A primeira e a última cena em que ele aparece no filme o cigarro está presente. Vamos acompanhar as imagens que apresentam o protagonista da história ao espectador:



<sup>106</sup> Ver no site da American Film Institute o link:

<http://connect.afi.com/site/DocServer/handv100.pdf?docID=246> – acessado em 01/10/2007.

<sup>107</sup> VASQUEZ, Pedro. **Humphrey Bogart**. São Paulo: Brasiliense, 1984. p. 44.



Depois da cena que mostra a agitação dentro do bar mais movimentado de Casablanca, quando o garçom explica a uma mesa que Rich, o dono do bar, não bebe com seus clientes nem mesmo se forem os banqueiros mais importantes da Europa, um outro funcionário do estabelecimento entrega um cheque à uma pessoa de quem só se vê a mão. Pela assinatura percebemos que se trata de Rich, o homem que a pouco havia sido citado pelo garçom e que se imagina ser um cavalheiro de distinção incomparável. Na segunda tomada, a câmera focaliza a mão que, após devolver o cheque, segura o cigarro e o leva a boca, a câmera acompanha o movimento da mão e revela o personagem de Humphrey Bogart. O cigarro, desta forma, ganha um destaque especial ao compor esta cena e tornar-se um elemento fundamental na caracterização do personagem protagonista.

O envolvimento amoroso entre Rich e Ilsa aconteceu num tempo passado, poucos dias antes da ocupação das tropas nazistas sobre Paris. Ao reencontrar a antiga paixão acompanhada de um dos mais importantes líderes políticos da resistência ao nazismo, o tcheco Victor Laszlo, Rich tem uma recaída. Depois do expediente, sozinho, fumando e bebendo no bar, ele sofre ao lembrar os bons momentos passados juntos de Ilsa na cidade romântica de Paris. Durante suas lembranças, nas cenas que são mostradas em *flashback*, ele aparece com o cigarro na boca quando está estourando uma champanhe para celebrar um momento especial na companhia de Ilsa.



Ela arruma as flores do quarto e ele se ocupa com o *drink*. Logo quando os dois brindam, Rich fala a famosa frase “Eu estou de olho em você, garota”.

As lembranças seguem com o anúncio da chegada, cada vez mais iminente, do exército alemão. No café “La Belle Aurore”, ao som do piano de Sam, Rich abre mais uma champanhe. Mesmo sabendo do perigo que representa a ocupação do governo nazista na cidade, ele procura manter a calma e a tranqüilidade. Na janela do café onde estão, ele e ela escutam e observam o anúncio da Gestapo sobre a ocupação em Paris. A expressão de Ilsa é



de espanto e apreensão, enquanto Rich demonstra mais atenção do que medo. Depois disso, ao se virar para Rich, Ilsa fala: “O mundo todo desmoronando, e escolhemos essa hora para nos apaixonarmos”. Depois: o beijo e, ao som do estrondo de canhões, o abraço protetor com o cigarro sempre entre os dedos. Mais uma vez tem-se a imagem clichê do casal formado

pelo homem viril que socorre a moça indefesa. Apesar da atriz Ingrid Bergman ter dois centímetros de altura à mais que Bogart, aqui, ela aparenta ter uma estatura bem menor. É evidente a intenção de se remeter à imagem estereotipada que revela o mito do herói ativo: romântico e defensor da bela loira de rosto angelical<sup>10</sup>. A frase de



Ilsa completa, na seqüência, o clichê da cena: “Beije-me como se essa fosse a última vez”.

Toda a encenação revela um jogo de sedução que estabelece um repertório de práticas e falas. A esse respeito, Edgar Morin salientou: “é através do tema do amor que se efetuam as influências diretas do cinema; é a partir das condutas amorosas dos filmes que os processos de identificação desembocam nos mimetismos práticos”<sup>108</sup>.

No parâmetro apresentado nos filmes, o cigarro sempre acompanha o cavalheiro. Ele é parte constituinte do sujeito encantador que transpassa sinais de valentia, segurança e proteção. O gosto do público vai sendo trabalhado através de uma sedução imagética que apresenta o sucesso e a felicidade no amor, envolto por uma bruma de fumaça que brinda com certa áurea a composição da cena.

---

<sup>10</sup> Segundo a página eletrônica *Internet Movie Database*, Ingrid Bergman media 1,74m e Humphrey Bogart 1,72m. Extraído de [www.imdb.com](http://www.imdb.com) – acessado em 03/05/2008.

<sup>108</sup> MORIN, Edgar. Op. cit. p. 136.



### 3.2) A mulher moderna também sabe fumar

No mês de junho do ano de 1953, a revista semanal *Manchete* publicou a seguinte imagem, em uma de suas primeiras páginas (figura 5) <sup>109</sup>.



Figura 5: “Geração revolucionária num mundo...”

Abaixo, acompanhava o seguinte texto:

Desde a pose até a vestimenta, esta garota representa fielmente o século XX. Tudo nela revela despreocupação, tranqüilidade, domínio de si mesma. A displicência com que segura o cigarro; nas roupas sumariíssimas e na atitude com que enfrenta calmamente a máquina do fotógrafo, ela mostra toda a exposição de um século revolucionário que revelou rasgar e submeter preconceitos, costumes, princípios solidamente estabelecidos [...].

Na imagem que choca a opinião do redator, o cigarro é um elemento importante para a caracterização da emancipação feminina. Como vemos, quando associado à mulher, o cigarro representou a quebra de valores e costumes morais. Talvez inspirado na *Carmen* de Prosper Mérimée, a indústria do cinema de Hollywood criou personagens femininos que com o cigarro à boca rompiam com o estereótipo da feminilidade maternal, própria da mulher pura, sempre à espera de seu príncipe protetor. Ao acender seus cigarros, as personagens

<sup>109</sup> MANCHETE. Rio de Janeiro: Bloch, 10/06/56. p. 03.

declaravam estar prontas para tomar a iniciativa: prontas para dar o primeiro beijo e convidar, abertamente, os homens aos prazeres do amor.

Em *Aconteceu naquela noite*<sup>110</sup>, uma comédia romântica lançada no ano de 1934, Clark Gable e Claudette Colbert constroem, com seus personagens, uma das histórias de amor mais inusitadas, daquele período. A filha rebelde Ellie Andrews (Colbert) foge do pai e, no caminho para encontrar o milionário com quem diz estar casada, conhece o jornalista desempregado Peter Warne (Gable). No início do filme, trancada dentro do quarto de um iate, ela discute com o pai antes da fuga.



Enquanto o pai procura convencer a filha a não se juntar com o milionário inescrupuloso, ela traga o seu cigarro, indiferente, segura de si. Sendo um dos primeiros filmes em que a personagem feminina aparece várias vezes em destaque com o cigarro nas mãos, “Aconteceu naquela noite” anuncia a tendência do fumo entre as mulheres.

Uma reportagem bem humorada, publicada na revista *Cruzeiro* quase duas décadas depois, descrevia a inspiração, o estilo, e as motivações das fumantes daquele início de década. Uma anedota lá exposta, talvez, ajude a perceber a força das mudanças que, em parte, foram sendo construídas com a influência dos personagens femininos do cinema de Hollywood. Dizia:

### **O tempo marcha**

*Ontem*

A Luisinha está tão falada.

- Que pequena desfrutável. Até fumar já fuma!

*Hoje*

- A Neli não toma jeito. Que garota desajeitada. Nem fumar a pequena sabe.<sup>111</sup>

Veremos, a seguir, personagens femininos que atuaram no cinema como protagonistas e que se destacavam nas cenas pelo seu jeito sensual de fumar. Um conjunto de filmes

<sup>110</sup> CAPRA, Frank (dir.). *It happened one night*. EUA: Columbia, 1934.

<sup>111</sup> CRUZEIRO. Rio de Janeiro: Diários associados, 19/05/53. p. 55.

contribuiu para fazer do hábito de fumar uma norma, também usual, entre as mulheres. Não saber fumar era um sinal de atraso frente a todas as mudanças: a mulher moderna se distinguia pela naturalidade com que acendia seus cigarros.

Bem distinta da Ilsa Lund de *Casablanca*, por exemplo, é a mulher por quem Steve Morgan, o personagem de Humphrey Bogart, se apaixona em *Uma aventura na Martinica*<sup>112</sup>. Este filme, lançado em 1945, marca a estréia no cinema de Betty Perske, que ficaria conhecida no mundo das estrelas de Hollywood como Lauren Bacall.

Se em “Casablanca” a jovem Ilsa caracteriza uma mulher que se encaixa nos moldes mais tradicionais de feminilidade, a personagem de Bacall, Marie Browning, se destaca por ser uma mulher que seduz não pela projeção de uma imagem imaculada, mas pelo comportamento ousado que expressava e compunha a figura de uma mulher moderna, livre de conservadorismos. No filme *Uma aventura na Martinica*, dirigido por Howard Hawks, a primeira vez em que os personagens que representam o casal romântico da história se entreolham é quando Marie Browning pergunta de forma sensual, na porta do quarto de hotel onde Morgan está hospedado: “Alguém tem fogo”?



Prontamente atendida por Steve, que arremessa a caixa de fósforo, ela o encara ao acender o seu cigarro.



<sup>112</sup> HAWKS, Howard (dir.). **To have and have not**. EUA: Warner Bros, 1944.

O olhar marcante da personagem lhe valeu o apelido de “the look”<sup>113</sup>, e aqui ele acentua a impressão que caracteriza a mulher sedutora. Com esta cena logo no início do filme, aos 13 minutos, o público podia esperar que uma paixão ardente fosse se desenvolver entre o casal protagonista da trama <sup>114</sup>.

A sensualidade da personagem de Lauren Bacall é evidente e o cigarro, neste caso, é parte do conjunto de elementos que compõe a imagem da *femme fatale*. A mulher com o cigarro na boca desperta as paixões dos homens e revela, na personagem, um despudor com relação aos conservadorismos.

Apesar de ter sido a personagem de Ingrid Bergman, em “Casablanca”, quem despertou o lado sentimental dos personagens de Bogart, é com Lauren Bacall que ele se casará, na vida real. O comentário de Pedro Vasquez, crítico de arte, fotografia e cinema, é significativo, nesse contexto:

Ao contrário dos galãs românticos de seu tempo, incapazes de agradar às mulheres modernas, Bogart continua conquistando os corações femininos porque ele nunca gostou do tipo de mulher submissa moldada pelo cinema americano. As mulheres de Bogie eram independentes, dotadas de forte personalidade, e não precisavam de ninguém para defendê-las, não deixando que nenhum homem as subjugasse. <sup>115</sup> (grifo meu)

Era exatamente esse o papel de Lauren Bacall no seu primeiro filme. Já Bogart representa o capitão, dono um pequeno barco, que realiza passeios com os turistas na ilha da Martinica. Seu estilo de homem durão que não se deixa enganar e que só sabe respeitar sua própria moral é revelado a todo o momento.

Quando descobre que um de seus clientes quer lhe aplicar um golpe e sair do país sem lhe pagar o que deve, ele resolve pressionar o cliente para conseguir o dinheiro. Quando Steve desmascara o golpista, ele ameaça partir para cima de seu mau cliente pondo o cigarro que está em suas mãos na boca. Então, a jovem Marie Browning acende, oportunamente, o seu cigarro e evita uma briga desnecessária; Steve se recompõe e faz o sujeito aceitar a idéia de assinar o cheque imediatamente.

---

<sup>113</sup> VASQUEZ, Pedro. Humphey Bogart: o anjo de cara suja. São Paulo: Brasiliense, 1984. p. 57.

<sup>114</sup> É esta cena que o protagonista do filme “Obrigado por fumar”, citado na introdução do trabalho, comenta entre os amigos da empresa que defende a liberdade para o uso do tabaco (ver pág. 07).

<sup>115</sup> VASQUEZ, Pedro. op. cit. p. 93.



O cigarro presente, mais uma vez em uma cena com o casal protagonista, é o sinal da virilidade de Steve no momento em que ele subjuga a pessoa que iria lhe faltar com a palavra. É interessante observar que antes de acender o cigarro na chama oferecida por Marie, Steve olha para ela como quem pergunta: “porque esta mulher está do meu lado? Será que eu aceito a sua ajuda?” E pensativo ele dirige o cigarro em direção ao fósforo nas mãos da jovem e bela garota. Nesse momento o personagem de Bogart se rende. Porque é desse tipo de mulher que ele precisa, de uma mulher que esteja com ele e que saiba tomar iniciativas.

Vale lembrar que a outra mulher marcante no filme, e que chama a atenção de Steve pela sua beleza, é Madame Hellene de Bursac (Dolores Moran). Ela é a mulher do militante da resistência francesa ferido no braço durante a travessia clandestina que Steve realizou resgatando o casal até a capital da Martinica. Pode-se dizer que Steve fica balançado por ela, e a intenção do diretor era a de deixar o público na dúvida sobre com quem ele ficará. Madame Hellene parece ser o outro tipo de mulher, aquela que pensamos para distinguir Marie. Ou seja, o tipo de mulher que espera pela proteção do homem, que não arrisca e neste caso, que não fuma. Steve acaba ficando com Marie, com a mulher moderna, forte, de ação, e que compartilha o fogo para acender os seus cigarros.

Grande notoriedade ganhou esta produção pelo comentário de que durante as filmagens Humphrey Bogart e Lauren Bacall se apaixonaram de fato. O produtor do filme Howard Hawks, que foi quem apostou na modelo Betty Perske, e quem a transformou em Lauren Bacall, soube aproveitar do caso para promover o filme. Os dois atores, com diferença de vinte e seis anos, se casaram em 1946 e serviram muitos anos ainda como elementos do *star system* para a indústria cinematográfica americana.

Outro filme que confirmou a tendência de explorar a imagem da mulher fatal foi *Gilda*<sup>116</sup>, lançado um ano depois de *Uma aventura na Martinica* pelo estúdio da *Columbia*. A grande estrela do filme era a já famosa Rita Hayworth, que havia se destacado no musical *Cover girl*, também dirigido por Charles Vidor, e que, segundo o historiador Otto Friedrich, já havia estampado as capas de uma das revistas mais populares dos Estados Unidos, no começo da década:

*You'll Never Get Rich (Ao compasso do amor)* inspirou a revista *Time* a colocá-la na capa no fim de 1941 e a descrevê-la como “a melhor parceira que (Astaire) já teve”. Dizia ainda que ela era pessoalmente “de índole serena e às vezes inerte”, mas que, “diante das câmeras, ela brilha como um dólar”.<sup>117</sup>

Boa parte da publicidade do filme foi feita explorando diretamente a imagem da personagem de Hayworth como símbolo de sensualidade e paixão. O *trailer*, disponível no material de extras que acompanha o *dvd* do filme distribuído pela *Columbia Tristar*, começa logo anunciando a personagem.



Gilda é a mulher bela e fatal, aquela que se utiliza de todas as artimanhas para a conquista dos homens. No filme, ela se destaca como uma cantora que dança de forma sensual e apaixonante. Os cartazes de divulgação (figura 6)<sup>118</sup> também são reveladores ao explorar a imagem do cigarro, associando-o com a temática da beleza estonteante da personagem.

<sup>116</sup> VIDOR, Charle (dir.). **Gilda**. EUA: Columbia, 1946.

<sup>117</sup> FRIEDRICH, Otto. **A cidade das redes**: Hollywood nos anos 40. São Paulo: Cia das Letras, 1988. p. 156.

<sup>118</sup> Extraído da página eletrônica da Internet Movie Poster awards:

[http://www.impawards.com/1946/gilda\\_ver2.html](http://www.impawards.com/1946/gilda_ver2.html) - acessado em 10/05/2008.

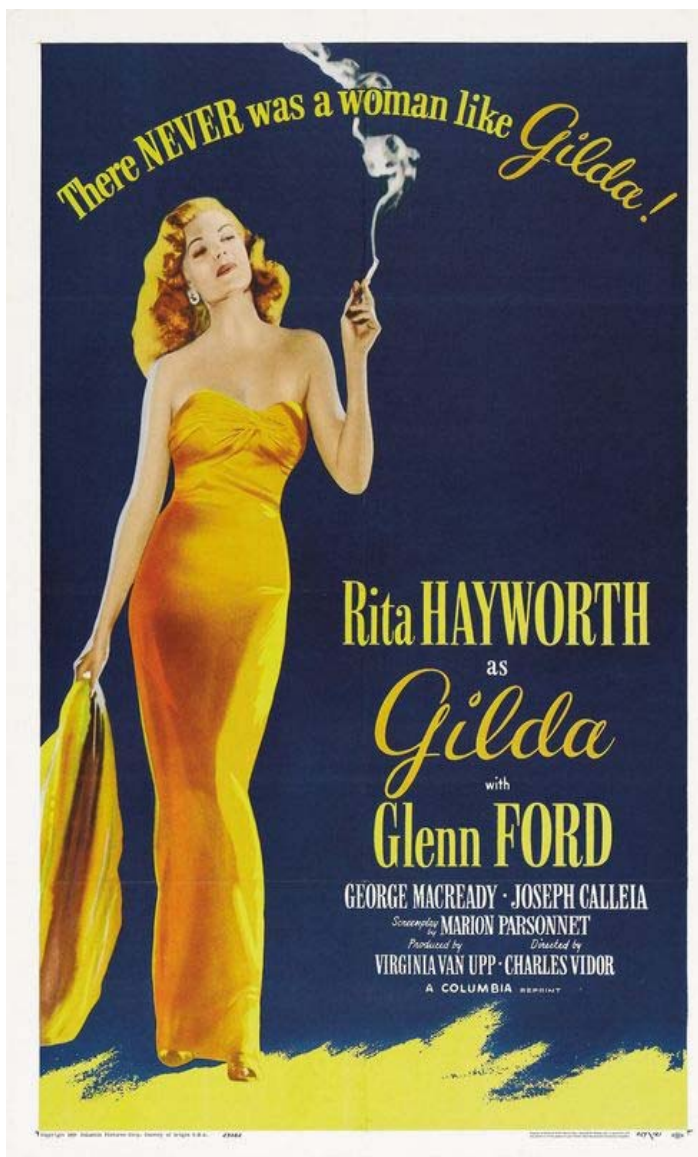


Figura 6: Cartaz do filme *Gilda*

Não é à toa, portanto, que Rita Hayworth interpretará dois anos depois uma adaptação da novela de Prosper Mérimée intitulada *Os amores de Carmen*<sup>119</sup>. Como já se sabe, o sistema que lançava os grandes astros e estrelas do cinema procurava caracterizar os personagens de um mesmo ator/atriz com atributos semelhantes, para que o público identificasse mais facilmente seus ídolos.

Cenas de romance e sedução também marcam a produção de um dos mais reconhecidos diretores de suspense do século XX. No final da década de 50, Alfred Hitchcock já era prestigiado pela indústria de Hollywood por algumas bem sucedidas produções como: *Rebeca, a mulher inesquecível*, 1940 (sua estréia em Hollywood e que conquistou Oscar de melhor filme); *Festim diabólico*, 1948 (conhecido por ser o primeiro filme produzido sem montagem); e *Um corpo que cai*, 1958 (considerado pelos críticos como uma das melhores

<sup>119</sup> VIDOR, Charles (dir.). *The loves of Carmen*. EUA: Columbia, 1948.

obras do diretor inglês). Queremos seguir nossa análise descrevendo a seguinte cena, representada pelos fotogramas que foram extraídos do filme *Intriga Internacional*<sup>120</sup>, lançado em 1959 pela *MGM*.



A cena roda aos 47 minutos e marca o momento em que o galã Roger Thornhill (Cary Grant) conhece Eve Kendall (Eva Marie Saint). O diálogo travado pelo casal é extremamente sensual e excitante; e o fogo, que primeiro acende o cigarro e depois é apagado pelo sopro de Eve, serve como elemento de metáfora que indica o significado, indireto, daquele diálogo. Mas antes de detalhar as palavras dessa conversa, vamos retornar um pouco para compreender o enredo do filme.

Roger Thornhill é um publicitário de bem com a vida, quando é inusitadamente seqüestrado por agentes de uma organização mafiosa que o confundem com um personagem inventado pela polícia secreta americana para servir de isca aos criminosos. Em apuros, perseguido tanto pelos mafiosos como pela polícia, ele foge conseguindo embarcar num trem onde encontra a ajuda de Eve Kendall. A moça é uma agente da CIA que está infiltrada dentro do grupo de mafiosos representando ser a mulher do chefe da organização criminosa, mas Roger não sabe disso. Ele a conhece sem saber que ela trabalha para a CIA, e passa a ser envolvido pelo seu sensualismo.

---

<sup>120</sup> HITCHCOCK, Alfred (dir.). *North by northwest*. EUA: MGM, 1959.



Em 1959, ano do lançamento do filme, a atriz que interpreta Eve Kendall, Eva Marie Saint, já havia ganhado o Oscar como melhor atriz coadjuvante em *Sindicato de Ladrões* (no qual contracenou com Marlon Brando) e Cary Grant era já um ator consagrado e conhecido do público por suas atuações em diversos filmes dirigidos por Hitchcock e Hawks. Os dois eram, portanto, um casal conhecido do público cinematográfico e tido como exemplos de beleza: Eve Kendall como a jovem loira sedutora e Cary Grant como um “cavalheiro simpático e charmoso”. Mas, vamos voltar à cena registrada.

Pouco antes de Roger acender o cigarro de Eve, ele pergunta à jovem moça porque ela está sendo tão solícita para com ele. Eve responde a pergunta dizendo que a noite será longa e que ela não gostou do livro que começou a ler. Então, flertando, rebate: “você sabe o que quero dizer?” Roger pede para pensar um pouco e responde: “Sim. Eu sei exatamente o que quer dizer”. Logo após a resposta de Roger, Eve tira um cigarro da bolsa e, Roger providencia imediatamente o fogo. Nesse momento, a música da trilha fica com o volume maior e o tom romântico da partitura evidencia, ainda mais, o significado daquele diálogo.

A volúpia despertada pela beleza do rosto jovem e sensual de Eve Kendall faz o cigarro combinar com os prazeres vivenciados naquela cena, onde os protagonistas combinam passar juntos a noite que se aproxima. O sensualismo extremo aparece no momento em que, após acender o cigarro, Eve puxa a mão de Roger e, juntando os lábios, sopra para apagar a chama.

É significativo que o diretor tenha se utilizado do cigarro como elemento para compor a cena que representa o primeiro momento de romantismo do filme. No desfecho da história, um pequeno detalhe desta cena será fundamental para que o protagonista salve Eve das mãos dos criminosos: a caixa de fósforo com as iniciais de Roger Thornhill, a qual Eve repara e comenta no momento em que ele acende seu cigarro.

Uma outra produção dirigida por Hitchcock que quero comentar é *Quando fala o coração*<sup>121</sup>. Lançada quinze anos antes de “Intriga Internacional”, este filme destaca como protagonistas a Dra. Constance Peterson, personagem de Ingrid Bergman, e o falso Dr. Anthony Edwardes (Gregory Peck), que será o motivo do suspense do filme e, ao mesmo tempo, fará o par romântico com a Dra. Constance Peterson.

Este filme é significativo não por trazer o cigarro relacionado ao apelo da mulher fatal, mas por associá-lo a uma personagem que se destaca numa profissão e mantém uma imagem de mulher autônoma, que possui a mesma competência (ao até mais) do que seus colegas de

---

<sup>121</sup> HITCHCOCK, Alfred (dir.). **Spellbound**. EUA: United Artists, 1945.

trabalho. É um filme que revela as mulheres como profissionais que podem sair da função de donas-de-casa e alcançar o reconhecimento e respeito em ambientes antes destinados só aos homens.

Portanto, apesar de Constance não fazer o papel da loira fatal, ela representa, também, a mulher moderna, livre e independente, e, como tal, o cigarro ajuda a compor a sua caracterização. A Dra. Peterson é uma jovem psiquiatra que trabalha na clínica chefiada pelo Dr. Murchison (Leo G. Carroll).

Na sala da clínica onde consulta, ela aparece lendo e fazendo anotações em um relatório enquanto segura um cigarro com a piteira entre os dedos.



A campainha da sala soa; a imagem na tela mostra a porta da sala e em seguida o olhar da doutora que aguarda a entrada de uma paciente.



A paciente entra acompanhada por um segurança; Constance dá um breve olhar e manda o segurança aguardar fora da sala; finalmente se levanta para conversar com a paciente.



Durante a conversa ela ainda segura por alguns instantes o cigarro entre os dedos.

Os livros sobre a mesa, o jaleco branco, os óculos: tudo procura caracterizar a personagem como uma mulher detentora de certa autoridade. A maneira como dispensa o segurança e a forma como se dirige à sua paciente demonstram ares de uma pessoa que detém uma segurança garantida pelo *status* de doutora.

O cigarro terá também uma importância destacada para que o romance, entre a doutora Constance e o personagem de Gregory Peck, triunfe. Após um desmaio do falso doutor na sala de emergência da clínica, Constance descobre a verdade: o Dr. Edwardes não é a pessoa que todos da clínica acreditam ser. Ao ser perguntado por ela sobre sua identidade, ele confessa de forma confusa: “Eu me lembro agora. Edwardes está morto. Eu matei ele. Tomei o seu lugar. Não sei quem eu sou”. Na cena seguinte, já de pé o falso doutor caminha de um lado para outro enquanto fuma, e conversa com Constance, tentando entender o acontecido. É nesse momento que ele lembra que, no dia em que chegava a clínica pela primeira vez, encontrara uma cigareira em seu bolso com as iniciais J.B. Ele recolhe a cigareira de uma gaveta e a mostra a doutora.



A partir de então, a doutora procura ajudar-lo a recuperar a memória, pois está convencida de que ele não tem culpa alguma sobre o desaparecimento do verdadeiro Dr. Edwardes. Sua paixão torna-se cada vez maior, e a vontade de solucionar o caso é o desejo de poder viver a paixão amorosa, despertada pelo misterioso homem.

A publicidade se inspirou muito na imagem dessa mulher independente e moderna. Um exemplo é o anúncio da marca de cigarros Columbia (Souza Cruz) publicado na revista *Manchete* no ano de 1957 (figura 7)<sup>122</sup>, que reproduzo a seguir.

<sup>122</sup> MANCHETE. Rio de Janeiro: Bloch, 26/09/57.

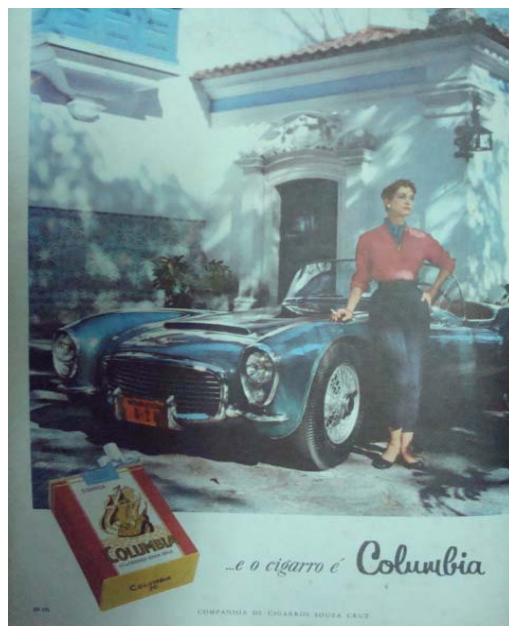


Figura 7: Anuncio *Cigarros Columbia*

Ao lado de um automóvel, a jovem posa elegantemente com o cigarro na mão. Note que ela veste calça ao invés de saia ou vestido. Nesta fotografia publicitária o carro serve como elemento que empresta um sentido de modernidade para o fato da mulher poder desfrutar dos “prazeres” do cigarro. Fica bem evidente a relação estreita entre as temáticas dos filmes do cinema hollywoodiano e os desejos de consumo que a propaganda procura despertar.

Na publicidade norte-americana, vários foram os atores e atrizes que posaram para os anúncios. Nesse contexto, Rita Hayworth aparece na revista *Life* no mês de maio de 1942 (figura 8)<sup>123</sup>, por exemplo. Vejamos na página seguinte.

---

<sup>123</sup> Extraído da página eletrônica da “TOBACCO DOCUMENTS ON-LINE”. In: [http://tobaccodocuments.org/pollay\\_ads/Ches07.16.html](http://tobaccodocuments.org/pollay_ads/Ches07.16.html) - 03/05/2008. Texto original do anúncio: “Rita Hayworth Columbia Picture Star with her own Chesterfield vanity cigarette case. In my case It's Chesterfield In mine too say millions of satisfied smokers. . .for a Milder and decidedly Better--Tasting cigarette, one that's Cooler-Smoking, you just naturally pick Chesterfield. And of course the big thing in Chesterfield that is giving everybody so much more smoking pleasure is its Right Combination of the world's best cigarette tobaccos. . .for regardless of price there is no better cigarette made today. Make your next pack Chesterfields. . .and enjoy 'em They Satisfy”.



Figura 8: Anúncio com Rita Hayworth

Em cima da imagem que reflete o lindo rosto da atriz, se lê: “Rita Hayworth – estrela da Columbia Picture com sua vaidosa cigarreira”. Abaixo, o texto indica as qualidades próprias da marca *Chesterfield*.

O batom nos lábios, a luva sensual, o vermelho das unhas: tudo indica sensualismo. Neste caso, o apelo se dirige diretamente aos elementos luxuriantes das personagens de Rita no cinema. No contexto dos movimentos de emancipação da mulher, o cigarro representou um símbolo de liberdade e autonomia ligado ao estabelecimento de novas formas de se relacionar com a sexualidade. A imagem da moça seduzida cede lugar à da mulher sedutora.

### 3.3) Desejo e arte de sedução

Boa parte das cenas dos filmes aqui analisados representam jogos de sedução amorosa. Através de um repertório próprio o casal desenvolve um diálogo que é acompanhado por gestos, movimentos e olhares que sugestionam e instigam o desejo. Seja nos filmes onde a mulher representa a pureza e espera a proteção do distinto cavalheiro, seja naqueles onde é ela quem toma a iniciativa dentro do jogo sedutor, o cigarro sempre está presente auxiliando a composição de uma imagem de glamour. Por sua vez, tais imagens cooperam para a fixação de valores positivos relacionados ao tabagismo, construindo uma idéia que relaciona o cigarro com uma sensação de bem-estar.

Os jogos de sedução que nos referimos são construídos pelo desejo da conquista. Marilena Chauí em um belo texto intitulado *Laços do desejo* expõe a etimologia da palavra “desejo” através da compreensão do vocábulo latino *desidero*.

A palavra desejo tem bela origem. Deriva-se do verbo *desidero* que, por sua vez, deriva-se do substantivo *sidus* (mais usado no plural, *sidera*), significando a figura formada por um conjunto de estrelas, isto é, as constelações. Porque se diz dos astros, *sidera* é empregado como palavra de louvor – o alto – e, na teologia astral ou astrologia, é usado para indicar a influência dos astros sobre o destino humano, donde *sideratus*, siderado: atingido ou fulminado por um astro. De *sidera*, vem *considerare* – examinar com cuidado, respeito e veneração – e *desiderare* – cessar de olhar (os astros), deixar de ver (os astros).<sup>124</sup>

Nesse sentido, o verbo “desejar” pode ser compreendido, portanto, como uma vontade que, desvencilhada de um destino programado, enxerga a necessidade da busca pelo ausente. “Desejo” é, deste modo, a tentativa de suprir uma carência, de conquistar algo que se foi perdido. No entanto, em relação ao relacionamento amoroso e à sedução, “desejo” parece ser, acima de tudo, uma vontade de se ser desejado.

Forma de nossa relação originária com o outro o desejo é relação peculiar porque, afinal, não desejamos propriamente o outro, mas desejamos ser para ele objeto de desejo. Desejamos ser desejados, donde a célebre definição do desejo: desejo é desejo do desejo do outro.<sup>125</sup>

É assim que, nos jogos de sedução que são representados nas cenas, a estratégia para a conquista do outro sempre foi motivada por elementos que procuravam estimular, antes de tudo, a vontade de desejo do outro: o jogo só termina quando o sedutor, ou a sedutora, se sentem desejados. Nessa ânsia pela conquista, tem-se uma encenação que no cinema ganha um caráter didático, no sentido que acaba por instruir ao público às maneiras de se bem relacionar para obter o sucesso no amor.

Ana Alexandra Seabra de Carvalho, pesquisadora portuguesa da área de estudos lingüísticos e literários, publicou no ano de 2003 um livro sobre a obra do escritor setecentista Claude Crebillon no qual analisa os processos retóricos de sedução. Sobre esse tema ela afirma: “A sedução é um jogo, ela é da ordem do ritual, codificado como sistema de signos – lúdicos e discursivos”. Mais adiante, explicita o termo do seguinte modo:

---

<sup>124</sup> CHAUI, Marilena. **Laços do desejo**. In: NOVAES, Aauto (org.). O desejo. São Paulo: Companhia das Letras: 1990. p. 22.

<sup>125</sup> Idem. p. 25.

Jogo conforme às leis do teatro, para o qual as máscaras e a ilusão constituem elementos essenciais, bem como a encenação num espaço cênico (o da mundanidade) pertencente ao mundo real, mas ao mesmo tempo projectando-se para fora dele numa abertura para a dimensão lúdica, onde o desejo se joga como fantasia, através da palavra e da representação.<sup>126</sup>

A sedução, entendida como jogo teatral, possui códigos estabelecidos em contextos sócio-culturais específicos. Tais códigos são responsáveis pela montagem do palco, do figurino e do repertório do episódio romântico. Tal compreensão nos ajuda a pensar as cenas de envolvimento amoroso dos filmes, na medida em que nos permite examiná-las como mecanismos que sugerem as formas de galanteio que possibilitam o êxito. No ritual, ali representado, faz-se necessário estar presente o cigarro, e a chama que o acende é elemento que simboliza e assinala o fogo da paixão. Não foram poucos os poetas que escreveram sobre esta co-relação. Lembremos-nos, como exemplo, do célebre verso de Camões que diz: “o amor é fogo que arde sem ver”.

Inserido nos momentos de romantismo, o cigarro associava-se, através das cenas representadas pelos “astros” e “estrelas” de Hollywood, com os elementos que simbolizavam o amor, a paixão, a felicidade. Temas que, nesse contexto, marcam os produtos da indústria do entretenimento.

Gilles Deleuze, em entrevista à Claire Parnet, alerta para o fato de que “desejar” não é almejar somente um ser, um objeto, em particular. Nesse sentido, afirma: “vocês nunca desejam alguém ou algo, desejam sempre um conjunto”. Essa reflexão, um tanto óbvia, é essencial para construção de uma análise mais profunda acerca das cenas de envolvimento e sedução amorosa. Ainda, segundo Deleuze:

Quando uma mulher diz: desejo um vestido, desejo tal vestido, tal *chemisier*, é evidente que não deseja tal vestido em abstrato. Ela o deseja em um contexto de vida dela, que ela vai organizar o desejo em relação não apenas com uma paisagem, mas com pessoas que são suas amigas, ou que não são suas amigas, com sua profissão, etc.<sup>127</sup>

Assim, nesse processo de sedução onde se procura despertar o desejo da pessoa amada o que se produz é um agenciamento que envolve coisas outras, para além da pura conquista amorosa. No caso das cenas que estivemos analisando o cigarro participava da construção de um agenciamento que se encontrava num contexto de busca pelo sublime.

---

<sup>126</sup> CARVALHO, Ana Alexandra Seabra de. **O jogo do desejo em Claude Crébillon**: estudo dos processos retóricos da sedução. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003. p. 75.

<sup>127</sup> Extraído da página eletrônica O estrangeiro [http://www.oestrangeiro.net/index.php?option=com\\_content&task=view&id=67&Itemid=51](http://www.oestrangeiro.net/index.php?option=com_content&task=view&id=67&Itemid=51) – acessado em 09/10/2008.

### **Construindo uma nação... massificando um consumo**

A despeito de que foram poucos os que deram ouvidos a sentença, no Brasil, um famoso escritor anunciou, certa vez: “Um país se constrói com homens e livros”. Como reflexão sobre o país que se tornou a maior potência econômica do século XX, a expressão poderia ser reinventada do seguinte modo: “Um país se constrói com homens e filmes”. O mais famoso longa-metragem de Griffith, “O nascimento de uma nação”, pode ser compreendido como sendo um marco que fez nascer o estilo clássico do cinema americano. E, curiosamente, através desse estilo os estúdios cinematográficos que se estabeleceriam em Los Angeles nas décadas seguintes iriam contribuir para a disseminação e invenção dos tradicionais valores da cultura norte-americana. Não seria exagero, portanto, pensar o surgimento da produção da polêmica história de *O nascimento de uma nação* em termos metafóricos.

A indústria cinematográfica de Hollywood teve responsabilidade direta para a criação dos valores comuns partilhados por uma sociedade que, principalmente após o fim da segunda guerra, se sentia cada vez mais orgulhosa pelo seu alto padrão de vida<sup>128</sup>. O que significava, sobretudo, gozar de um alto padrão de consumo.

Neste capítulo quero discorrer sobre temas que foram uma constante na produção do cinema clássico norte-americano. Num cenário onde os Estados Unidos despontavam como potência mundial e construíam o seu famoso “*american way of life*”, os filmes foram de importância fundamental para a fixação dos valores comuns da sociedade daquele país. Ao mesmo tempo, foi a veiculação desse cinema no restante do globo que formatou a imagem que o mundo construiu sobre a maior potência do capitalismo do século XX. Veremos em três eixos identificados nas noções de “liberdade”, “masculinidade”, e “sucesso” a maneira como o tabagismo se fez presente na construção imagética que garantiu ao cigarro e ao hábito de seu consumo identificações positadoras.

A “liberdade” que trataremos aqui se refere, sobretudo, aos desejos de emancipação da juventude norte-americana do pós Segunda Guerra. Veremos como personagens que se transformaram em ícones da cultura *pop* norte-americana, tais como James Dean e Marlon

---

<sup>128</sup> O historiador Antonio Pedro Tota, já comentou o assunto utilizando a expressão “*american standard of living*”. In: TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra**. São Paulo: Cia das Letras. 2000. p. 129.



Brando, representaram a figura do rebelde ansioso por liberdade, sempre fazendo uso do cigarro. Com respeito ao tema da “masculinidade”, farei uma análise de produções como *O falcão maltês*, entre outras, para perceber como o cinema se utilizou do cigarro para dar aos seus personagens um tom sério e caracterizá-los como típicos “valentões”. E, finalmente, trato da questão da busca constante pelo sucesso, condição que caracteriza, sobremaneira, a cultura daquela sociedade.

Poder-se-ia pensar que, muitas vezes, os elementos da “liberdade” se confundem com as características da “masculinidade” e acabam sendo as causas e a condição que possibilita o “sucesso”. Sabemos, portanto, que esses elementos podem se confundir e comumente costumam estar co-relacionados. Mesmo assim, optei por trabalhar com cada um deles separadamente para melhor enfatizar a sua relação com o tabagismo, foco da pesquisa.

Antonio Tota, historiador e autor de *O imperialismo sedutor*, reconhece na sociedade norte-americana, daquele período, uma dimensão de “*progressivismo*”, na qual as pessoas sempre almejam “ter mais”. Trata-se, desta maneira, de uma sociedade onde o “mercado podia oferecer em abundância vários produtos úteis e atraentes, criando uma nova forma de prazer: o prazer de consumir”<sup>129</sup>. Nesse contexto, o cigarro é um elemento que participa dessa cultura do consumo, e as imagens produzidas pelo cinema clássico puderam contribuir para a sua massificação, uma vez que associavam o tabagismo aos valores tradicionais da sociedade.

#### **4.1) Transgressores da ordem: o anseio por liberdades**

A “liberdade” é um dos temas do lema da Revolução Francesa, acontecimento que tradicionalmente é assinalado como sendo o marco de inauguração da era moderna. Tal palavra foi empregada nos discursos ideológicos dos mais variados segmentos políticos, desde então. Especificamente na tradição liberal democrática, ela figura em reivindicações clichês, tais como: liberdade de comércio, liberdade de escolha, liberdade de expressão, etc. Sabe-se, também, que o país onde floresceu a maior indústria cinematográfica é o mesmo que abrigou as indústrias tabaqueiras responsáveis pela popularização do consumo de cigarros, nas sociedades ocidentais. Esse mesmo país declara, através do documento de seu

---

<sup>129</sup> TOTA, Antonio. Op. cit. 19.

nascimento, a prerrogativa de que “Todos os seres humanos são, pela sua natureza, igualmente livres e independentes”<sup>130</sup>. (grifo meu)

O que quero analisar aqui é a maneira como se processou um dos mecanismos que fez o cigarro constituir-se como ícone de “liberdade”. Qual a relação entre cinema, liberdade e cigarro? E, como um produto, hoje condenado a representar um vício que domina o fumante, foi um dia tido como um símbolo de autonomia?

Nesse sentido, talvez, o ator de Hollywood que mais tenha sido relacionado com os anseios de liberdade da juventude norte-americana do pós-segunda guerra tenha sido James Dean. Com uma curta carreira, somente estrelou três produções de Hollywood, James Byron Dean morreu aos 24 anos de idade pilotando um porsche a 160 km/h. Abaixo, reproduzimos a imagem de um dos cartazes de divulgação do filme<sup>131</sup> em que ele atua como um jovem conturbado por conflitos pessoais relacionados à problemas familiares e sociais<sup>132</sup>.

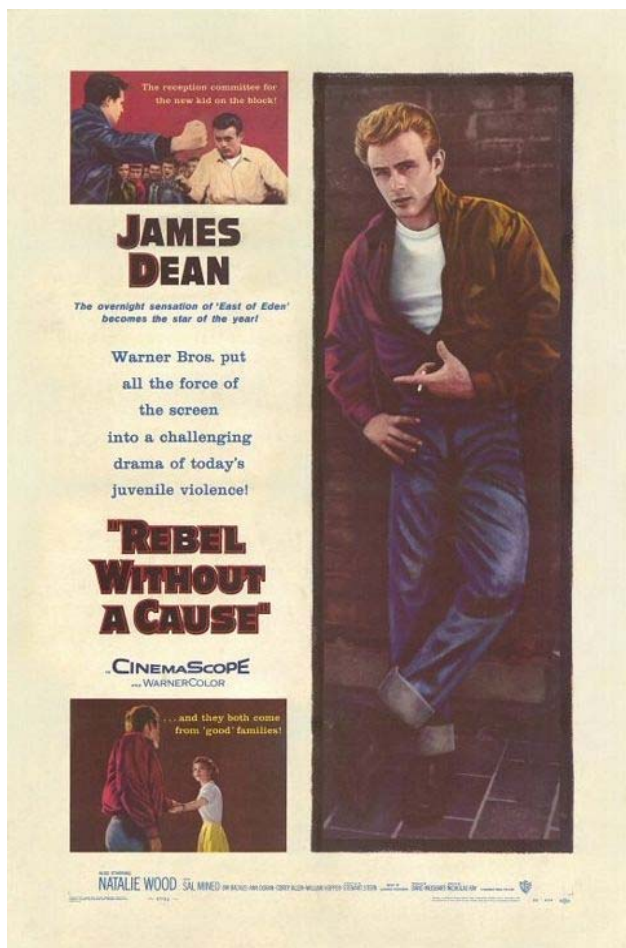


Figura 9: Cartaz do filme *Juventude Transviada*

A imagem mostra o protagonista numa pose que evidencia o olhar desafiador. Vestindo calça *jeans* e camiseta, a jaqueta aberta no peito, ele parece convidar o público à embarcar numa aventura de rebeldia, como se quisesse dizer: “você encara ir comigo?” Lançado somente após a morte trágica do ator, este filme, conhecido no Brasil com o nome de *Juventude Transviada*, é recheado de cenas que trazem a aventura do risco como o mote para despertar atração do público. Stewart Stern, roteirista do filme, afirma no documentário *Inocentes provocadores* que para produzir *Juventude Transviada* o diretor Nicholas Ray inspirou-se na ascensão da delinquência juvenil noticiada na imprensa dos Estados Unidos, naquele

<sup>130</sup> COMPARATO, Fábio Konder. **A afirmação histórica dos direitos humanos**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 49.

<sup>131</sup> Extraído da página eletrônica da Internet Movie Poster awards:

[http://www.impawards.com/1955/rebel\\_without\\_a\\_cause.html](http://www.impawards.com/1955/rebel_without_a_cause.html) acessado em 10/05/2008.

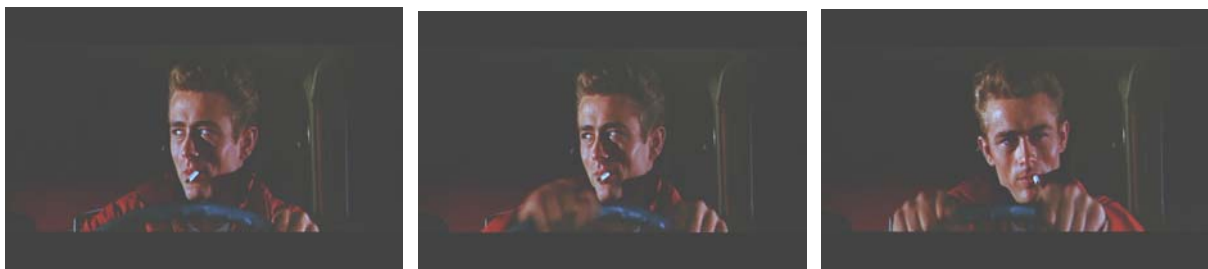
<sup>132</sup> RAY, Nicholas (dir.). **Rebel without a cause**. EUA: Warner Bros, 1955.

período. No depoimento filmado, Stewart comenta:

Havia muita inquietação entre os jovens de classe média que agiam de forma totalmente inesperada. Ele (Nicholas Ray) percebeu que isso era em função da família, não em função da situação econômica. Era o ódio deles, por serem criados por gente cujos valores eles consideravam antiquados [...] Explicações precisavam ser encontradas, e isso certamente era alimento para Hollywood.<sup>133</sup>

A história do filme se passa em pouco mais de um dia. Jim Stark é o novo garoto da cidade que se envolve em problemas sem ter motivo aparente. Levado pela polícia por encontrar-se, tarde da noite, embriagado nas ruas de Los Angeles, ele discute com seus pais no departamento de polícia e os acusa de serem um casal problemático. Assim começa a trama de *Juventude transviada*, um filme que conta ainda com a participação de Natalie Wood, Sal Mineo e Corry Allen.

A cena que quero registrar, a seguir, refere-se ao momento de maior tensão do filme. Trata-se de um duelo entre dois jovens numa arriscada corrida de carros. James Dean, interpretando Jim, é o adversário de Buzz, o líder de uma gangue da cidade. O desafio consiste num jogo onde os dois aceleram seus carros contra um precipício nas montanhas, aquele que pular primeiro do carro é o perdedor, o covarde. Vejamos as imagens do instante que precede a largada dos carros:



Jim Stark olha para o lado e observa o seu oponente, passa as mãos sobre o volante e encara o perigo que o aguarda à frente. Dada a largada, ele continua com o cigarro nos lábios e só o joga fora poucos segundos antes de saltar do carro:



Ele vence a disputa, Buzz não consegue saltar e cai, junto com o carro, precipício abaixo.

<sup>133</sup> PALERMO, Sergio (prod.) *Rebel without a cause*: defiant innocents. EUA: Warner Bros, 2005.

Neste filme, poucas são as cenas em que os personagens principais aparecem fumando. No entanto, essa que acaba de se mostrar é demasiado expressiva para atribuir significados positivadores em torno do tabagismo. O cigarro aparece na boca do protagonista da história, um jovem que encarna a rebeldia e a insatisfação e que testa seus limites numa perigosa aventura em alta velocidade. É por ele que o público sente atração; é por Jim Stark que se torce. Não é difícil imaginar a admiração que este jovem ator despertou na juventude norte-americana da época, ansiosa por romper com os valores de uma geração por eles menosprezada <sup>134</sup>.

Tal filme é emblemático pela representação da crise vivida dentro da instituição familiar e na caracterização da figura do jovem rebelde. O sucesso de *Juventude transviada*, na época de seu lançamento, se deve à sintonia existente entre o tema do roteiro do filme e o clima de insatisfação vivenciado por muitos jovens norte-americanos, naquele período. Uma das grandes mudanças na sociedade ocidental do pós-segunda guerra diz respeito, justamente, ao surgimento da figura desse personagem: o jovem em busca de independência; um sujeito que ainda não constituiu família e que ao mesmo tempo exige o direito de ter uma vida privada.

Essa noção tão óbvia para a sociedade de nosso tempo era algo completamente estranho para os pais daquela geração. Em seu estudo sobre “a família e o indivíduo” no século XX, o historiador francês Antoine Prost nos ajuda a compreender essa estranheza ao apontar:

na sociedade pré-1950, o poder dos pais é inquestionável [...] Eles vigiavam minuciosamente as relações de seus filhos e mostravam uma grande reticência quanto às amizades extrafamiliares [...] O controle das relações dos filhos se estendia, naturalmente, à correspondência: ler suas cartas não era apenas um hábito, era uma obrigação, caso se quisesse educá-los bem. [...] Essas práticas educacionais davam aos pais o poder de decidir sobre o futuro dos filhos. Sobre o futuro, em primeiro lugar, profissional. <sup>135</sup>

---

<sup>134</sup> Dos três filmes em que James Dean atua como protagonista, dois deles seriam lançados somente após a sua morte. Yves Salgues, jornalista e autor da biografia do ator, percebeu também nessa condição um elemento importante para a criação do mito. Lançado na França após pouco menos de dois anos da tragédia, ele afirma em seu livro: “A juventude ia se pôr a desejá-lo, depois a amá-lo desenfreadamente em seus sonhos. A vida não dera a James Dean – o ator – o tempo de virar um ídolo. A morte – que tem a eternidade diante de si mas que é veloz – iria criar rapidamente as condições para uma idolatria. Em 1956, *Juventude transviada* encheu as salas escuras porque cada um de nós abrigava em seu pensamento esse fantasma desconhecido, esse morto estranho. In: SALGUES, Yves. **James Dean**. Porto Alegre: L&PM, 1992. p. 80.

<sup>135</sup> PROST, Antoine. **Fronteiras e espaços do privado**. In: PROST, Antoine & VICENT Gérard. História da vida privada 5: Da Primeira Guerra a nossos dias. São Paulo: Cia das Letras, 1992. p. 79.

O anseio por “liberdades” que nos referimos neste capítulo, portanto, está diretamente relacionado a esse sujeito que emerge na cultura ocidental durante o período do pós-segunda guerra. É certo que houve, em outros momentos, formas diversas de “juventude”. A coleção *História dos jovens*<sup>136</sup>, organizada pelos historiadores Giovanni Levi e Jean Claude Schmitt, apresenta artigos que problematizam questões em torno desse objeto desde as sociedades antigas da Grécia e de Roma. Não obstante, o jovem representado no cinema de Hollywood, no período em questão, é o arquétipo de um novo modelo de juventude. Aliás, talvez essa seja a primeira vez em que os jovens encontram em outros jovens o modelo para a idealização de seus desejos.

Outro ator que também ficou reconhecido como ícone da cultura jovem norte-americana dos anos 50 foi Marlon Brando. Dois anos antes do lançamento de *Juventude transviada*, Brando já personificava a rebeldia juvenil interpretando Johnny, no filme *O selvagem*<sup>137</sup>. A história conta as aventuras desencadeadas numa pequena cidade da Califórnia quando esta recebe a “visita” de uma gangue de motoqueiros rebeldes. O grupo se chama *Black Rebel Motorcycle Club* e o seu líder: Johnny.

*O selvagem* é um filme recheado de elementos que serão partilhados pela cultura jovem nascente. Calça *jeans*, camiseta e jaqueta de couro substituem a calça social, a camisa e o blazer. Na *junkebox* a música escolhida é o *rock'n roll*. E o desejo de buscar aventura viajando sem destino pelas estradas do país contribui na produção do culto pela motocicleta e pela velocidade.

Marlon Brando dá ao seu personagem características tão bem definidas que podemos dizer que Johnny acaba por se tornar o protótipo do jovem rebelde. No papel de protagonista da história ele age sempre por instinto, não se deixa aprisionar por moralismos, e faz da vontade de seu corpo a única lei a ser seguida. Quando interrogado sobre o motivo para tanta revolta, Johnny responde enfaticamente: “O que você tem aí para me dar”?

Junto a esse universo de contestações, o cigarro figura como mais um elemento dentro do conjunto de alegorias que são utilizadas para fazer referência ao movimento da juventude no caminho da destruição dos valores constituídos. A cena, neste filme, que bem demonstra isso é o momento em que Johnny recusa o fogo oferecido pelo delegado da cidade para acender o seu cigarro. Na página seguinte, podemos observar as imagens:

---

<sup>136</sup> LEVI, Giovanni & SCHMITT, Jean Claude (org.). **História dos jovens**: da antiguidade a era moderna. São Paulo: Cia das Letras, 1996.

<sup>137</sup> BENEDEK, Laszlo (dir.) **The wild one**. EUA: Columbia, 1953.



Johnny está sentado no balcão do café; o policial aproxima-se e senta ao seu lado. Respeitosamente tira o chapéu e saca do bolso um cigarro; Johnny tem o seu posto na boca, mas ainda não aceso. Vejamos a seqüência da cena:



O delegado conversa com Johnny; tenta convencê-lo a ir embora da cidade e levar o grupo de arruaceiros consigo. Johnny não pronuncia uma palavra, não responde, e deixa o policial falando sozinho. Quando este oferece a chama de seu isqueiro, Johnny empurra seu braço. Recusa a oferta, portanto, e risca ele mesmo o seu fósforo, conforme as imagens que retratam a cena, na próxima página.



Pode-se perceber, desta forma, o desprezo que o jovem tem pela autoridade policial. A moral que parece estar estabelecida é a do jovem anárquico que preza pelo “*Do it yourself*”. Dois mundos antagônicos: de um lado os valores de uma instituição desgastada, obsoleta, que preza pela ordem e disciplina; de outro os ideais de liberdade brotando do inconformismo daquele grupo de aventureiros.

Johnny e seu bando procuram o desafio. Assim como os personagens de *Juventude transviada*, estão em busca de aventuras e querem se ver livres da sociedade criada por seus pais. São, sobretudo, jovens desviantes.

Nesse sentido, Gerard Vincent, num dos capítulos do quinto volume da coleção *História da vida privada*, aponta: “O desviante perturba por ser desafiador, desprezando os “valores” legitimados: saúde, trabalho, carreira, propriedade, etc”<sup>138</sup>. Seguindo tal raciocínio, pode-se dizer que é nesse desprezo que se manifesta a liberdade, exatamente como condição para a afirmação de uma identidade própria, desvinculada das regras e normas estabelecidas. O cigarro acompanha os jovens transgressores, ele parece combinar com o destemor empregado na busca pelo risco e pela identidade individual.

As imagens abaixo são, também, extraídas de “O selvagem”:



---

<sup>138</sup> VINCENT, Gerard. **Uma história do segredo?** In: PROST, Antoine & VICENT Gérard. *História da vida privada 5: Da Primeira Guerra a nossos dias*. São Paulo: Cia das Letras, 1992. p. 277.



Primeiro tem-se a imagem de um canivete cravando na madeira, a imagem se afasta e percebemos que se trata de um dos rapazes do grupo de Johnny. Então, o outro rapaz arremessa também. Trata-se de uma disputa que os dois realizam enquanto passam o tempo: Johnny, o líder, decidiu permanecer por mais algumas horas na cidade. As imagens abaixo prosseguem na seqüência da cena.



O enquadramento horizontal mostra os rapazes do grupo de Johnny sentados, aguardando o momento de entrarem em ação: o plano é soltar da prisão um membro antigo do grupo. As imagens são rápidas, mas se olharmos com cuidado reparamos que nos dois enquadramentos tem-se a imagem do jovem que fuma. No contexto da cena estas imagens são muito reveladoras e trazem uma carga de elementos significadores com relação ao tabagismo e, em específico, ao consumo de cigarros pelos jovens. As imagens rodam aos 38 minutos, exatamente no meio do filme. Elas surgem após um efeito de *fad out* e *fad in* que parece ser utilizado, justamente, para dar a impressão de que uma nova parte da história se inicia. É o



momento em que a trilha sonora transmite um clima de expectativa e de tensão. Reconhece-se ali o “ponto de virada” da história do filme: o presságio de acontecimentos trágicos está anunciado.

As imagens representadas nos dois enquadramentos com o grupo de motoqueiros mostram que os jovens estão preparados para um desafio perigoso: enfrentar as autoridades locais da cidade. Sentados displicentemente em suas motocicletas, eles fumam, conversam e observam o movimento nas ruas. O cigarro aparece como algo espontâneo, ele figura como parte constituinte dos elementos simbólicos que acabam por criar o protótipo da imagem do jovem rebelde.

O roteiro do filme *O selvagem* também teve como inspiração as notícias, sobre delinqüência juvenil, divulgadas pela imprensa. A revista norte-americana *Harper's* publicou em janeiro de 1951 uma *short story* do escritor Frank Rooney intitulada *The Cyclist' Raid*. Tal escrito foi baseado sobre um fato noticiado na revista *Life* em 12 de junho de 1947 que relatava a invasão de um grupo de motociclistas à pequena cidade de Hollister, na Califórnia<sup>139</sup>. O produtor de cinema Stanley Kramer comprou os direitos e contratou o diretor Laszlo Benedek para adaptar a história. Pode-se perceber, desta forma, como os acontecimentos cotidianos divulgados nos meios jornalísticos eram fontes de inspiração temática para as produções.

Mauro Lauria de Almeida foi um jornalista pernambucano que morou e estudou nos Estado Unidos durante o final dos anos 50. Em 1961 ele publicou um livro sobre a sua impressão da sociedade norte-americana intitulado “Civilização Empacotada”. Trata-se de um livro de crônicas sobre a cultura e a sociedade dos Estados Unidos daquele período. Em um capítulo inteiramente dedicado ao fenômeno da juventude transviada, Mauro Almeida aponta:

Dentre as coisas que são mundialmente apontadas como legitimamente americanas, uma delas é, sem sombra de dúvidas, a chamada “juventude transviada”. [...] Nas grandes cidades, jovens de ambos os sexos reúnem-se em bandos, com o objetivo exclusivo de praticar toda a espécie de desordens. Passam a se chamar “Os Tigres”, “Os Centauros”, “Os Centuriões”, “Dragões”, e coisas semelhantes. Usam a mesma indumentária, que é geralmente constituída de uma calça “blue-jean”, um blusão de cor, tendo nas costas, espantosamente bordado, um animal símbolo, e o nome do bando. [...] estão sempre à cata de motivos para arruaças...<sup>140</sup>

---

<sup>139</sup> Página eletrônica oficial da revista Harper's.

<http://harpers.org/archive/1951/01/0005767-> acessado em 15 de abril de 2008.

<sup>140</sup> ALMEIDA, Mauro Lauria. E.U.A: Civilização empacotada. São Paulo: Editora Fulgor, 1961. p. 51 e 52.

Se Hollywood produzia filmes sobre essa temática era porque seguramente ela chamava a atenção da sociedade e garantia um bom público. Deve-se lembrar que, na década de 50, o surgimento da televisão traz, para os produtores de Hollywood, uma preocupação relacionada à queda nas bilheteiras dos cinemas. Nesse sentido, o crítico Ronald Bergan é extremamente perspicaz ao perceber que, além das inovações técnicas para a produção e a projeção dos filmes, os temas dos mesmos também funcionavam como estratégia para resistir à nova concorrência de audiência. No guia de cinema, publicado pela editora *Zahar* em 2006, Bergan aponta:

Havia recurso mais interessante para fazer as pessoas trocarem a TV pelo cinema: temas controversos e adultos, inadequados segundo os patrocinadores da televisão para o público familiar. Para ouvir as palavras “virgens” e “sedução” tinha-se de ir ao cinema.<sup>141</sup>

Percebemos, portanto, porque temas que se relacionam com a rebeldia juvenil, os conflitos de geração, e com a busca de “liberdades” e novas formas de ser, são explorados pela indústria cinematográfica, nesse período. Essas novas temáticas contribuem para o surgimento de novos ídolos: no lugar de modelos tipo Humphrey Bogart, Gregory Peck, e Cary Grant, aparece jovens atores como Marlon Brando, James Dean e Paul Newman. Do galã romântico de meia idade passa-se ao jovem aventureiro e inconformista. Tratava-se de uma cinematografia que tinha nos jovens os seus personagens protagonistas e nos seus problemas os argumentos do roteiro. O público alvo não poderia ser outro se não o composto por jovens e adolescentes. Tais filmes foram muito bem definidos como *teenpics*, sendo uma referência abreviada de *teenpictures*, ou seja, filmes que se destinavam aos *teenagers*.

É significativo que obras emblemáticas para a geração de jovens norte-americanos dos anos 50 tenham sido escritas já na primeira metade da década de 40 sem ter obtido a popularidade que conquistariam na década seguinte. Este é o caso, por exemplo, do clássico de Jack Kerouac, *On the road*, escrito inicialmente com o título *The beat generation*, em 1941, e recusado pelos editores até o ano de 1957. Caso semelhante refere-se à obra do romancista Robert Lindner, *Rebel without a cause*: publicada no ano de 1944 só foi ganhar popularidade através da sua adaptação para o cinema, lançada em 1955<sup>142</sup>.

---

<sup>141</sup> BERGAN, Ronald. **Cinema**: guia ilustrado Zahar. Rio de Janeiro: Zahar, 2007. p. 49.

<sup>142</sup> PASSERINI, Luisa. **A juventude, metáfora da mudança social. Dois debates sobre os jovens**: a Itália fascista e os Estados Unidos da década de 1950. In: LEVI, Giovanni & SCHMITT, Jean Claude (org.). **História dos jovens**: da antiguidade a era moderna. São Paulo: Cia das Letras, 1996. p. 353.

Se o jovem trazia consigo problemas para a ordem social, conjuntamente, ele abria ao mercador mais um segmento para movimentar a economia das grandes empresas. A historiadora italiana Luisa Passerini expressou tal situação da seguinte maneira:

[...] muita da insistência sobre os jovens como consumidores, novo e gigantesco mercado que se abriu à venda da Coca-Cola, goma de mascar, balas, discos, roupas, cosméticos, acessórios para carros e carros usados, podia ser transmitida, apesar dos tons de escândalo, ao prazer secreto de ver confirmada a filosofia do consumo que representava uma bíblia do bem-estar americano.<sup>143</sup>

Portanto, além do mercado da indústria de bens de consumo, a juventude era público alvo das novas produções da indústria cultural e do entretenimento. E era essa mesma indústria a que contribuía para apresentar aos jovens um arsenal de bens a serem consumidos.

Desta maneira, no processo de mudanças pelos quais os filmes de Hollywood ganham nova temática, o que se pode observar é que o cigarro não fica relegado aos antigos “galãs”. Ele continua sendo um elemento que compõe a estética dos novos “astros”; acompanhando as mudanças, passa a ser indício de intenções “libertárias”. Juventude e liberdade: esses são, portanto, os símbolos nos quais, neste novo segmento de filmes, o cigarro passa a se associar. É interessante notar que se os jovens mudaram de vocabulário e de vestimenta, o cigarro não foi deixado de lado; apenas deixou de ser um símbolo de classe e elegância para o se tornar um indício de rebeldia e transgressão. Desde então, a publicidade da indústria tabaqueira se valeu dessas imagens-clichês para elaborar suas peças e estratégias publicitárias. Não é por acaso que uma das marcas da companhia *Souza Cruz* leva o nome de *Free*, e é uma das mais consumidas pelos jovens de nosso país<sup>144</sup>.

Para concluir, cito o verso da canção de uma banda brasileira de *rock* dos anos 80. Trata-se de uma música que se tornou *hits* do primeiro álbum do grupo *Capital Inicial*. Chama-se *Psicopata*, e o verso diz: “quero soltar bombas no Congresso / fumo *Hollywood* para o meu sucesso”<sup>145</sup>.

Essas palavras sintetizam da melhor forma, a meu ver, a contradição implícita existente dentro da revolta de uma juventude que Renato Russo definiu como “geração coca-

---

<sup>143</sup> Idem. p. 360.

<sup>144</sup> Em pesquisa realizada entre adolescentes e jovens da cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul, um grupo de pesquisadores, ligados ao “Departamento de Saúde da Comunidade” da UFSM, constatou no ano de 1998, por exemplo, que a marca é a mais consumida entre fumantes, e entre não-fumantes é a marca que possivelmente viriam a fumar caso resolvessem comprar um maço ou uma carteira de cigarros. Ver: BENVENÚ, Luis Antônio et. al. **A relação entre o adolescente e o cigarro: o marketing** como fator predisponente. In: <http://www.pediatriasaopaulo.usp.br/upload/html/411/body/04.htm>

<sup>145</sup> LEMOS, Flávio et. al. **Psicopata**. In: *Capital Inicial*. São Paulo: Polygram, 1986.

cola”. A ironia das palavras da letra joga com o tema da publicidade da marca de cigarros “Hollywood”, ao mesmo tempo em que relaciona o desejo de rebeldia dos jovens de classe média às tentações oferecidas pela sociedade de consumo. Parece lembrar a condição das idéias de liberdade anunciadas nos filmes que estivemos analisando, anteriormente. Junto aos desejos de libertação representado nas imagens de James Dean e Marlon Brando, são criados desejos de consumo. O *blue jeans*, a motocicleta, e o cigarro, acompanham os “jovens rebeldes”, desde então.

#### 4.2) O cigarro como um sinal de masculinidade

Antes do jovem contestador que desafia a lei e a ordem, os protagonistas dos filmes de Hollywood eram, em sua maioria, personagens que representavam homens de muita firmeza, caráter e valentia. Personificados, por exemplo, como heróis que denunciam o crime, que combatem o exército inimigo, ou que encaram pistoleiros do velho oeste, tais personagens cativam o público por defenderem a justiça e lutar contra o mal que ameaça a ordem. Espero, neste item, discorrer sobre três filmes de gêneros distintos que trazem exatamente este modelo de personagem. Iremos perceber como, a esses homens, era indispensável a presença do cigarro. Para afirmar a força da virilidade não bastavam ações de valentia e de hombridade, era necessário pôr detalhes que exaltassem essas ações. Tais detalhes era, costumeiramente, o apreço pelas bebidas fortes e pelo cigarro.

A importância desses personagens na cultura daquela sociedade é evidenciada pelo comentário de Max Lerner, quando afirma, por exemplo, que:

A história do cinema teve um marco no episódio clássico de *Inimigo Público*, quando JAMES CAGNEY lançou uma toranja no rosto de sua pequena. Foi saudado como a reafirmação do poder masculino numa sociedade aturdida pelas virtudes femininas.<sup>146</sup>

Os atores de Hollywood, inseridos em histórias que mexiam com a emoção do público, faziam com que seus personagens representassem os anseios mais íntimos da sociedade. Como veículo de comunicação que atingia, sobretudo, as classes médias, os filmes de Hollywood traziam elementos que dialogavam com problemas do cotidiano social. E como veremos, a crise de masculinidade foi uma questão que afetou aquela sociedade de diversas

---

<sup>146</sup> LERNER, Max. **Civilização norte-americana: a vida e o pensamento nos Estados Unidos de hoje**. Vol. 4. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1960. p. 173.

formas. Personagens “durões” que evidenciassem os tradicionais valores de virilidade contribuíam, nesse contexto, para crer que “nem tudo estaria perdido”.

Começamos com o personagem de Humphrey Bogart, o detetive particular Sam Spade no clássico do *film noir*, *Falcão Maltês*<sup>147</sup>. Nesta produção cinematográfica, dirigida por John Houston e adaptada do romance de Dashiell Hammett (*The maltese falcon*), Bogart encarna as características típicas do *hard-boiled*: um sujeito difícil, que não se deixa enganar; com esperteza para despistar inimigos; e possuidor de uma integridade moral inquestionável. Envolto num mundo de corrupção e cinismo, típico das representações dos filmes *noir*, Samuel Spade é o detetive de meia idade, solitário, que procura descobrir a verdade sobre o desaparecimento de uma peça de antiguidade rara e muito valiosa, feita em ouro maciço e incrustada de pedras preciosas. Seduzido pela bela Brigid O’Shaughnessy (Mary Astor), Sam consegue desvendar as farsas e mentiras da loira evitando ceder aos seus encantos.

A primeira cena do filme mostra a imagem da ponte de São Francisco através da janela do escritório onde Sam Spade trabalha e recebe seus clientes. Num movimento vertical a câmera se desloca para baixo e mostra o protagonista, Humphrey Bogart, sentado confortavelmente.



Ele prepara um cigarro, quando sua secretária entra e lhe comunica a chegada de mais uma cliente. Trata-se da loira que comentamos anteriormente, e que vem solicitar seus serviços de detetive particular. É desta maneira que começa a trama na qual os personagens do filme serão envolvidos. Pelo reconhecimento da imagem da *Golden Gate Bridge* (inaugurada pouco mais de cinco anos antes da estréia), imagina-se que a história do filme acontece em São Francisco; e, desde o início, o público espectador identifica o hábito que acompanhará o

<sup>147</sup> HUSTON, John (dir.) **The Maltese Falcon**. EUA: Warner Bros, 1941.

protagonista em quase todas as cenas do filme. O cigarro preparado manualmente por Sam Spade serve para distingui-lo dos demais personagens.

O momento, no entanto, que representa de forma excepcional a valentia e o destemor do detetive é a cena em que ele desarma um membro do grupo de criminosos que está em busca da relíquia desaparecida. Joel Cairo (Peter Lorre) adentra na sala do detetive e se faz passar por um cliente qualquer, quando retira do bolso uma arma e exige que Sam o deixe vasculhar o escritório em busca da estátua do *Falcão Maltês*. Surpreendido, o detetive consegue reverter a situação, mesmo tendo uma arma apontada em sua direção. Vamos acompanhar os quadros.



Durante toda a cena, desde a conversa que antecede o assalto repentino de Cairo, Sam Spade aparece com o cigarro posto à boca. A reação ágil que o detetive toma para livrar-se da ameaça é realizada sem que ele tenha a necessidade de soltar o cigarro. A posição da câmera que registra o momento de reação do detetive sugere ao espectador a sensação de apequenamento frente à bravura e valentia do personagem de Bogart. Dono da situação, agindo astutamente e com toda a autoconfiança, Sam Spade tem a tranqüilidade necessária para reagir com bravura e não deixar-se submeter às vontades de um estranho.

Em outra cena vemos Sam aproximar-se de um rapaz que disfarçadamente, sentado e fingindo ler um jornal, o observa. Sam senta-se ao lado, retira do bolso seu pacote de tabaco e começa a preparar seu cigarro. Sem cerimônias, ele começa a conversar com o estranho dando a entender que não é necessário o disfarce, pois ele já sabe que está sendo vigiado. Irritado e de forma rude, o rapaz manda Sam se retirar.



O detetive não se intimida, levanta, e ameaça: “Você vai perder os dentes falando assim. Se quer ficar por aqui, seja mais educado”. Em seguida, ele se dirige ao balcão da recepção do hotel, chama o gerente e pede que o acompanhe, pois quer lhe mostrar algo importante. Nesse momento ele acende o cigarro.



Quando chegam até o rapaz que está sentado, Sam fala, sem rodeios, ao gerente: “Deixa essa sujeito ficar por aí com a arma saliente sob a roupa?” O gerente observa a arma que realmente estava sob a roupa e manda o rapaz sair do hotel. Então, ele se levanta e, na tentativa de intimidar os dois, fala: “Não esquecerei de vocês”.

Fazendo pouco caso, Sam dá uma tragada no seu cigarro e sopra a fumaça na cara do rapaz enquanto o encara.





Sem reação, o jovem se retira. Mais uma vez, o cigarro está presente num momento em que o personagem de Bogart revela sua firmeza inabalável. A fumaça atirada na cara de seu antagonista remete ao destemor do detetive.

Esses atributos que compõe a personalidade de Sam acompanham os personagens de Humphrey Bogart na maior parte dos seus filmes, desde então. Não é sem razão que o crítico de cinema Pedro Vasquez comenta no livro biográfico sobre a carreira do ator: “não seria exagero afirmar que o mito Bogart nasceu com *Relíquia Macabra*”. Todas as características marcantes de seus personagens estão definidas no comportamento e na personalidade de Sam Spade. O determinismo e a auto-confiança nas suas ações faz com que seu personagem mantenha uma postura que, a toda hora, exige o respeito. Sempre educado e polido, mas nunca submisso, ele encara todos de frente: criminosos ou oficiais da polícia.

Outro modelo de personagem que se constituía através das qualidades de bravura, virilidade e valentia, surgia na produção cinematográfica dos filmes de guerra. Na década de quarenta, em decorrência dos conflitos da Segunda Guerra, esses filmes fazem muito sucesso e estimulam a produção abundante pelos estúdios. Um filme destacado dentro dessa produção chama-se *Almas em chamas*<sup>148</sup>, produzido em 1949, já no período de pós-guerra.

A partir da lembrança de um dos personagens, o ex-combatente major Stovall (Dean Jagger), a narrativa procura retratar os dramas psicológicos vivenciados por uma tropa de aviadores que sofre com a baixa estima causada pelos constantes fracassos em suas missões de guerra. O protagonista da história é representado pelo ator Gregory Peck, na figura do General de Brigada Frank Savage. Ele torna-se o novo comandante da tropa, após o afastamento de Keith Devenport (Gary Merrill) que é acusado de estar emocionalmente envolvido com os problemas psicológicos de seus soldados e, portanto, de ser complacente com a falta de ânimo dos mesmos.

Produzido pelo estúdio da FOX, *Almas em chamas* foi indicado ao Oscar de melhor filme do ano e construiu sua publicidade em cima do fato de mostrar cenas reais de combate aéreo ocorridos durante a guerra. No ano de seu lançamento, Gregory Peck já era um ator

---

<sup>148</sup> KING, Henry (dir.). *Twelve o'clock high*. EUA: 20th Century Fox, 1949.



prestigiado pelos estúdios e pelo público por suas atuações em *As chaves do reino* (1944)<sup>149</sup>, *Quando fala o coração* (1945)<sup>150</sup>, e *A luz é para todos* (1947)<sup>151</sup>, por exemplo.



Figura 10: Cartaz do filme *Almas em chamas*

Em *Almas em chamas*, o cartaz do filme (figura 10)<sup>152</sup> já comunica tratar-se de um drama de guerra: a figura de um aviador aparece em destaque no lado esquerdo e a direita fotogramas do filme expõem sempre os personagens em trajes militares. O nome de Gregory Peck aparece em destaque, logo abaixo o título do filme. Dentro do sistema de estrelato do cinema americano ele é o ator-estrela, utilizado como elemento de atração do público. Sendo a figura de destaque da produção, Peck aparece representado no desenho como o líder do grupo; e a caracterização de seu personagem ganha, logo de início, a marca distintiva do cigarro.

No filme, Frank Savage é o tipo de comandante que exige o máximo esforço de seus soldados. Como líder do grupo, ele tem que demonstrar, a todo o momento, sua bravura e valentia; tem de servir como exemplo para o restante da tropa.

<sup>149</sup> STAHL, John (dir). **The keys of the kingdom**. EUA: 20th Century Fox, 1944.

<sup>150</sup> HITCHCOCK, Alfred (dir). **Spellbound**. EUA: SELZNICK INTERNATIONAL PICTURES, 1945.

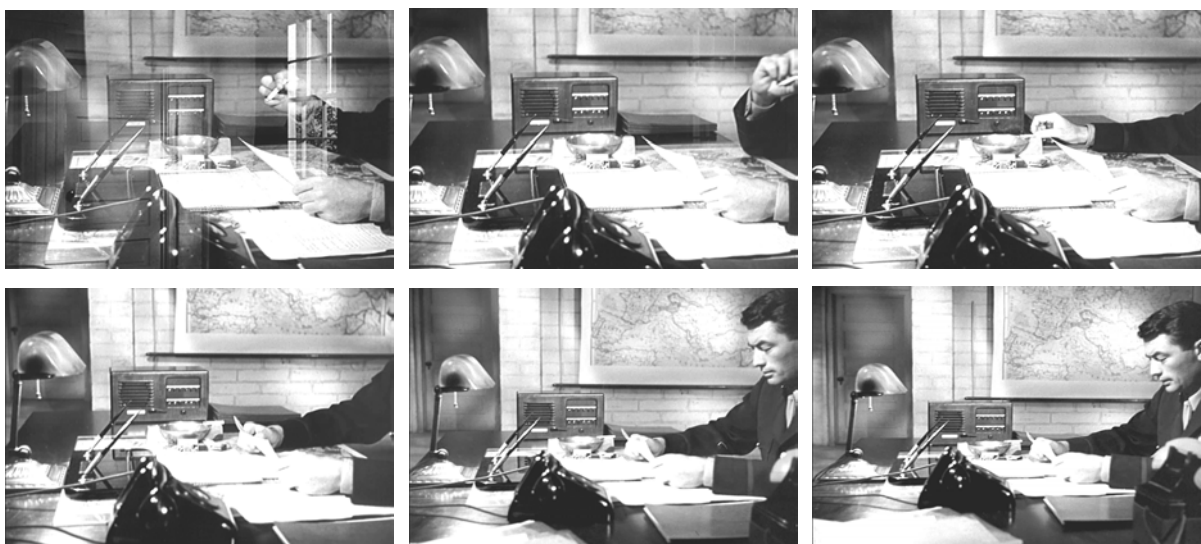
<sup>151</sup> KAZAN, Elia (dir). **Gentleman's Agreement**. EUA: 20th Century Fox, 1947.

<sup>152</sup> Extraído da página eletrônica da Internet Movie Poster awards.

[http://www.impawards.com/1949/twelve\\_o\\_clock\\_high.html](http://www.impawards.com/1949/twelve_o_clock_high.html) - acessado em 10/05/2008

Sua personalidade forte e seu bom comando fazem com que a tropa aos poucos comece a recuperar a auto-estima obtendo maiores rendimentos nas suas missões. Personagem principal, Frank Savage representa os valores de autoconfiança, determinação, e superação. A solução para reabilitar o moral da tropa está, segundo o comandante, na busca pelo orgulho. A tropa tem de recuperar sua dignidade e os soldados devem deixar de sentir “pena de si mesmos”.

A primeira atitude do novo comandante da tropa é a ordem de destituição de cargo do coronel Ben Gately (Hugh Marlowe). Ao ler nos relatórios pessoais que Gately é um dos homens mais qualificados para as missões aéreas e, no entanto, é um dos que menos atua nos vôos, Frank faz um discurso humilhante ao coronel, na cena que se inicia com a seguinte seqüência de quadros:



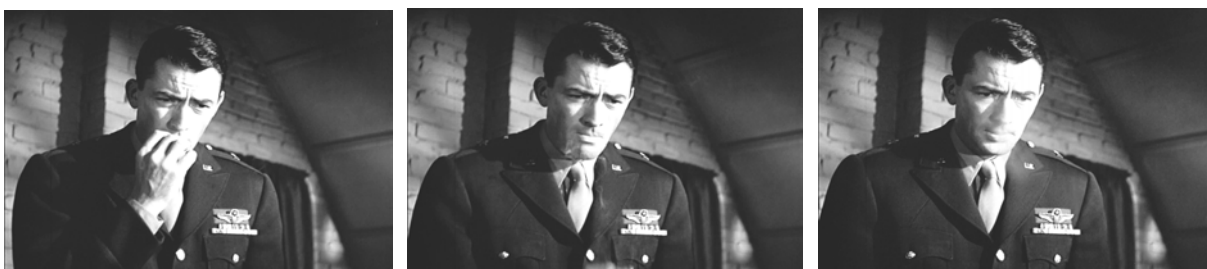
Através de um efeito de sobreposição de imagens, a cena anterior se desfaz no momento em que surge o foco da nova cena: uma mesa de escritório com um telefone, papéis, rádio, etc; tudo está imóvel e somente a mão que apóia o cigarro no cinzeiro se mexe. Lentamente a câmera se afasta e percebe-se o comandante Frank Savage. Em seguida de alguns segundos, adentra a sala o oficial que sofrerá com as duras palavras de seu superior.

Esquecido no cinzeiro, o cigarro só volta às mãos do comandante depois de encerrada a conversa. É o momento em que Frank dispensa Gately e arruma os papéis sobre sua mesa para devolvê-los ao major Stovall. Com o cigarro na mão, ele atravessa a sala e se dirige ao major ordenando-lhe que faça a destituição do cargo de Gately. O major lhe pergunta se deseja algo mais, ao que ele responde incisivamente: “Eu lhe farei saber, major”. Por fim Frank se retira e a cena termina. Durante toda a cena não vemos o protagonista fumar uma única vez, no entanto, a cena começa e termina com o cigarro nas mãos de Frank.

A partir da melhora nos rendimentos das operações de guerra da tropa, Frank torna-se menos intransigente com os combatentes. Numa conversa particular entre o comandante e um dos soldados abatido pela falta de ânimo, Frank tenta convencer Jesse Bishop (Bob Patten) a não desistir da missão de lutar junto ao batalhão. Representando o comando da tropa, Frank fala em pé para o soldado que se encontra sentado no centro da sala.



Desanimado por achar que as missões da tropa não servem para nada, Bishop já não sente vontade de seguir voando; diz não ter nada em que confiar, e deseja, portanto, voltar para casa.



Frank reconhece que sua conversa não consegue recuperar o ânimo do jovem; como última tentativa, no entanto, apela para as seguintes palavras: “É fácil transferir-se de um grupo, Jesse. Difícil, para um homem, é transferir-se de sua obrigação. Mas todo homem tem que agir segundo a sua consciência”. Depois de ter tentado convencer o soldado com estórias fantasiosas de reconhecimento militar, Frank expressa suas últimas palavras com toda a sinceridade. E são essas palavras as que realmente tocam a sensibilidade do jovem soldado e o faz restabelecer a vontade de seguir lutando.

Na cena, Bishop declara não ter nada em que confiar. Percebe-se, portanto, que a missão de Frank é clara: ele deve restaurar a confiança, tem de transpassar a segurança e a convicção necessária para readquirir o ânimo do jovem. A presença do cigarro marca a personalidade do comandante como um sujeito de fibra; o movimento realizado pela mão que o segura (quadros da primeira linha) caracteriza a firmeza no discurso. Vale observar que estes gestos são características marcantes nos discursos de políticos quando estes se dirigem aos seus eleitores. São movimentos que procuram garantir a credibilidade e a firmeza na fala. Desta forma, pode-se pensar que o cigarro, preso entre os dedos da mão que gesticula,

associa-se diretamente aos sinais que transpassam os valores que buscam garantir o respeito e a confiança. E ainda, a fumaça que se solta do cigarro contribui para o tom sério da conversa a qual é marcada pela ausência de trilha sonora.

A próxima cena revelará o êxito do comandante, pois, todos os soldados que haviam solicitado a transferência retiram o pedido. Desta maneira, o personagem de Gregory Peck vai se constituindo como o “grande homem” que passa a receber o respeito e admiração dos demais combatentes. Ele consegue reerguer a baixa estima do grupo e trazer o orgulho e a honra de volta ao pelotão. As palavras “difícil, para um homem, é transferir-se de sua obrigação” soam como desafio, ao mesmo tempo em que servem de estímulo para incitar a busca pela dignidade perdida. Por todas as dificuldades encontradas, a superação dos combatentes vai construindo uma história típica dos épicos que narram os acontecimentos vividos nos períodos de guerra.

De fato, neste filme, as cenas que envolvem personagens com cigarros acesos são muitas, como geralmente acontece nos filmes que retratam o cotidiano dos combatentes da Segunda Guerra. Mas, ao contrário de filmes recentes como *O resgate do soldado Ryan*<sup>153</sup>, quem fuma, neste caso, são os atores principais e os personagens que mais conquistam o carisma do público, em motivo tanto da beleza física quanto da generosidade de sentimentos.<sup>154</sup> Este é, em especial, o caso do comandante Frank Savage, um homem que reúne as qualidades de bravura e liderança. É o típico personagem que a indústria cinematográfica norte-americana, da época, aprecia para fazer a homenagem aos ex-combatentes, como se lê no prólogo que introduz a história.

Este filme é dedicado aos americanos, vivos e mortos, que tornaram possível o “bombardeamento diurno”. Eram os únicos americanos lutando na Europa no outono de 1942. Resistiram sozinhos, contra o inimigo e as dúvidas de casa e do exterior. Esta é a história deles.<sup>155</sup>

---

<sup>153</sup> SPIELBERG, Steven (dir.). *Saving private Ryan*. EUA: Paramount, 1998.

<sup>154</sup> Fazendo a análise do filme de Spielberg, reparei que tanto o capitão Miller (Tom Ranks) quanto o soldado Ryan (Matt Damon), protagonistas da história, não aparecem fumando em nenhum momento. Significativa é a cena em que o personagem Timothy Upham (Jeremy Davies) comenta com o seu colega, o soldado Mellish (Adam Goldberg), que ao embarcar para a Inglaterra, no momento de sua convocação, ele não aceitou os maços de cigarros distribuídos porque não fumava. Entretanto, convivendo com a guerra diariamente, acabou por tornar-se um fumante inveterado. O seu colega, de não muitas palavras e um tanto quanto ríspido, responde ao comentário explicando uma gíria muito utilizada pelos soldados, naquele contexto: FUBAR “Fucked-up - Beyond All Recognition”. Pelas imagens desta cena, que demonstram a fragilidade física de Upham e a pouca educação do soldado Mellish, percebemos que o tabagismo, neste caso, é tido mais como um mal necessário para os combatentes da guerra do que como uma prática que pudesse receber qualquer qualificação positiva.

<sup>155</sup> No original: “This motion picture is humbly dedicated to those Americans, both living and dead, whose gallant effort made possible daylight precision bombing. They were only Americans fighting in Europe in the fall of 1942. They stood alone, against the enemy and against doubts from home and abroad. This is their story”.

Um outro gênero de filmes da indústria de Hollywood que explorou a imagem do homem viril foi o *western*. E também, junto a esse tipo de personagem destemido que esbanjava coragem e valentia, costumava-se associar o hábito do tabagismo. Tanto os “mocinhos” quanto os “bandidos” fumavam no “velho oeste”, na maior parte dessas representações cinematográficas. E, é inegável o fato de que a indústria tabaqueira se beneficiou consideravelmente por este tipo de promoção indireta. O famoso personagem das propagandas da marca de cigarros *Malboro* é uma referência explícita aos heróis dos filmes de faroeste. Também, o tema da música que acompanhava os comerciais televisivos da marca foi retirado da trilha sonora de um grande sucesso do gênero intitulado *Sete homens e um destino* (1960)<sup>156</sup>.

No *western Matar ou morrer*<sup>157</sup>, lançado em 1952, Gary Cooper interpretou um dos heróis mais conhecidos na cinematografia desse tipo de filme. Numa produção que é composta por todos os elementos básicos desse gênero, o ator representou o xerife de um pequeno condado do oeste que luta sozinho, contra quatro “foras-da-lei” que ameaçam a cidade, e a sua vida.

Ao contrario dos outros dois filmes que estivemos analisando, no entanto, as cenas que mais trazem a imagem do cigarro não estão relacionadas com o protagonista da história. São os antagonistas do xerife Will Kane que aparecem maior número de vezes com o cigarro na boca. O filme inicia com uma fotografia composta por elementos que logo indicam tratar-se de uma história de faroeste. Em preto e branco, vemos, na primeira imagem, uma linda paisagem natural: duas grandes árvores sombreiam um homem sentado numa rocha e um cavalo amarrado.



Em seguida, no próximo corte, tem-se a imagem do típico pistoleiro do “velho oeste”. E logo se identifica a presença do cigarro:

<sup>156</sup> STURGES, John (dir.). **The magnificent seven**. EUA: United Artists, 1960.

<sup>157</sup> ZINNEMANN, Fred (dir.). **High noon**. EUA: United Artists, 1952.



Na próxima tomada aparece a perspectiva de visão do pistoleiro, que enxerga a aproximação de um homem montado a cavalo. É um dos companheiros que ele aguardava. Logo que desce do cavalo, os dois trocam algumas palavras, e de imediato o homem que acaba de chegar senta para preparar, também, o seu cigarro.



Dentro de alguns segundos, chega mais um pistoleiro e, então, os três partem montados em seus cavalos.

Ainda enquanto aparecem os créditos da produção, a primeira cena rodada apresenta os três comparsas de Frank Miller (Ian MacDonald), o bandido temido por todos na localidade e que prometeu “acertar as contas” com o xerife assim que deixasse a prisão. Com esta introdução, percebe-se a importância destes personagens para o enredo do filme. Não sendo os protagonistas da história, eles são, no entanto, imprescindíveis para o desenrolar dos acontecimentos. Sem eles não haveria o drama que afeta o xerife e, portanto, não existiria história a ser contada, pois a vida naquela pequena vila seguiria seu curso normal. A chegada deles ao vilarejo é sinal de temor para os moradores, pois todos sabem que eles representam uma ameaça à lei e à ordem.

A música que acompanha a cena de apresentação leva o nome de *High noon* e foi composta, especialmente para o filme, por Dimitri Tiomkin. Interpretada pelo famoso cantor de músicas populares da época Frankie Laine, a letra indica exatamente o tema do filme ao falar do drama vivido por um homem que sofre com a ameaça de abandono da recém esposa, Amy Kane (Grace Kelly), e com o dever de enfrentar os destemidos “foras-da-lei”. A melodia e o ritmo também são significativos, pois remetem diretamente às tradicionais canções do “velho oeste”.

A caracterização dos pistoleiros se faz pela presença de elementos comuns àqueles homens, tais como: a gaita de boca, a garrafa de bebida, a pistola na cintura e, claro, o cigarro. Enquanto o xerife descobre que ninguém na cidade tem coragem para auxiliá-lo no combate aos bandidos, estes aguardam na estação a chegada do líder que desembarcará no trem do meio-dia. Vejamos três imagens de cenas não-contínuas, mas que representam esse momento de espera:

1) faltando pouco menos de uma hora para a chegada do trem, os três comparsas passam o tempo e trocam poucas palavras entre si. Colby (Lee Van Cleef) fuma isolado em seus pensamentos e Ben Miller (Sheb Wooley) oferece bebida à Pierce (Robert Wilke);



2) passado quinze minutos, agora quem aparece com o cigarro na boca é Ben Miller; Colby se distrai tocando gaita; e Pierce observa a linha do trem. Do outro lado, o xerife segue se decepcionando por não encontrar voluntários dispostos a enfrentar os bandidos;

3) o apito da locomotiva já soa ao fundo, indicando a chegada do trem. Os três, de pé, esperam ansiosos pelo desembarque de Frank Miller. Colby, mais uma vez com o cigarro à boca, olha para Ben num sinal de cumplicidade. Pierce observa o desembarque.



Percebe-se que na caracterização, destes homens de alma indômita, o cigarro ajuda a compor os traços de masculinidade que se manifestam, por exemplo, no olhar fixo e no suor do rosto. Apesar de serem os “bandidos da história”, eles são sempre representados como os

possuidores do poder que se origina pela bravura e que lhes permitem o auto-governo. Como símbolos da masculinidade são os “sujeitos de ação”, os que exercem o poder e que subjagam os homens de pouca valentia, medrosos e acovardados (só não são maiores que o xerife, e isso não é difícil de entender). Dentro das expectativas que cabe ao formato dos filmes clássico de Hollywood, no final da história vê-se o xerife Will Kane derrotar, praticamente sozinho, os três “mal-encarados” e mais o seu líder, Frank Miller. Mesmo assim, percebemos a importância desses personagens, pois são eles que desafiam a vida do protagonista, e este só se torna o herói da história porque os supera.

O detetive particular Sam Spade, o comandante da tropa de aviadores do exército Frank Savage, e os pistoleiros do velho oeste liderados por Frank Miller, são todos personagens que se constituem com os elementos daquilo que tradicionalmente se reconhece por sinais de masculinidade. São todos homens que se dispõem ao combate e a luta corporal; são destemidos com relação ao perigo; fazem sacrifícios para resguardar a honra e cumprem um certo código de nobreza que é o que lhes outorga a condição de serem “homens com H (maiúsculo)”. Estão sempre caracterizados por elementos que remetem a uma imagem de dureza e rudeza viril: no caso de *Relíquia Macabra*, Sam Spade usa seu chapéu com a aba para baixo, escondendo um pouco as feições de seu rosto; já em *Almas em chamas* o comandante Savage nunca aparece sem o seu ostentoso uniforme militar; e, por fim, em *Matar ou morrer* os “foras-da-lei” trazem sempre à cintura suas armas de fogo. Todos esses sinais de apelo ao homem viril contrastam com um fenômeno que afetou a sociedade norte-americana na primeira metade do século XX.

Segundo a pesquisadora francesa Elisabeth Badinter, mudanças econômicas surgidas com a industrialização das fábricas nos Estados Unidos acompanharam transformações na vida familiar, o que gerou certa perturbação entre os homens por abalar os tradicionais valores da identidade masculina. Tal crise eclodiu abertamente “quando as mulheres norte-americanas, assim como as da Europa, pretenderam preencher outros papéis além da função de mãe e dona-de-casa”<sup>158</sup>. As novidades do mundo moderno traziam consigo mudanças na ordem da sociedade afetando as tradicionais relações entre os sexos. A superioridade masculina, antes uma condição natural, passou a ser questionada; e cada vez mais se escutou a máxima “prove que você é homem”.

Nesse contexto, as duas grandes guerras do século XX são momentos que serviram para revigorar os tradicionais valores de masculinidade e, sem dúvida, a representação delas

---

<sup>158</sup> BADINTER, Elisabeth. *XY: sobre a identidade masculina*. 2 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993. p. 20.



nas produções do cinema norte-americano foi, também, um dispositivo que procurou trazer de volta a imagem do “verdadeiro homem”.

Badinter descreveu também, com muita precisão, o surgimento de toda uma literatura voltada para o tema do faroeste (e, como se sabe, grande parte dos filmes de *western* foram inspirados em romances da literatura norte-americana). Segundo a autora, nas primeiras décadas do século existe uma literatura específica que faz “reviver o Oeste selvagem e inventa a figura emblemática do caubói, homem viril por excelência”<sup>159</sup>. Nessas representações, tanto o bandido quanto o mocinho andam sempre munidos com seu revólver, combatendo infatigavelmente.

Portanto, num período conturbado pelas mudanças nas relações de gênero da sociedade norte-americana, o cinema hollywoodiano procurava, desta forma, resgatar alguns “valores perdidos”. Reay Tannahill, autor do livro *O sexo na História*, percebeu, por exemplo, o apelo ao casamento promovido pelos filmes, ao apontar:

Foi Hollywood, desde os dias em que sua popularidade se disseminou – nos anos 20 – até a televisão solapar sua influência nos anos 50, que da maneira mais consistente, conscienciosa e na moda, sustentou a imagem do casamento como o objetivo natural da mulher, a culminação romântica de sua vida. [...] Muito depois que a “mulher moderna” se libertou das idéias e hábitos de sua avó vitoriana, Hollywood continuava a condicioná-la à crença de que o lugar e o destino da mulher estavam no lar. Não porque, como no passado inexistissem opções para ela, mas porque essa mulher estava voluntariamente atada lá, pelo mágico poder do amor.<sup>160</sup>

Essa revalorização da tradição só poderia acontecer se o personagem masculino assumisse os antigos valores viris. E o interessante, para os fins desse trabalho, é perceber como em todos esses personagens, que representavam a força masculina, o cigarro se fazia presente. Se os homens daquela sociedade tinham que provar sua masculinidade constantemente, os astros de Hollywood ensinavam como fazer. Através de seus personagens, estavam demonstrados os valores de nobreza que eram indispensáveis para a afirmação da virilidade, e esta demonstração sempre era acompanhada de boas baforadas.

---

<sup>159</sup> Idem. p. 22.

<sup>160</sup> TANNAHILL, Reay. **O sexo na história**. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1983. p. 438.

### 4.3) Sucesso e opulência

Já foi apontado por muitos especialistas na história da cultura e do pensamento norte-americano a importância do cinema clássico de Hollywood no processo de criação e difusão dos valores de sua sociedade. Max Lerner, já na década de 60, reconhece, por exemplo, a existência de uma “forte relação entre os temas do cinema americano e os impulsos psicológicos da vida americana”<sup>161</sup>. Não é novidade pensar que os produtores dos maiores estúdios de cinema do mundo viam seus filmes como produtos que deviam render lucros cada vez maiores, necessitando, portanto, que seus filmes trouxessem temas de interesse do público. Dentro desse pensamento, Lerner admite: “Certo, os senhores de Hollywood tentaram aprofundar o padrão da personalidade dos americanos, explorando tudo o que encontra profunda ressonância”<sup>162</sup>.

Cláudio de Cicco, em seu livro *Hollywood na cultura brasileira*, cita o pensamento da antropóloga Margaret Mead para descrever os valores tradicionais da cultura norte-americana, destacando que:

uma característica fundamental da cultura norte-americana é o fato de que “todo norte-americano é da terceira geração”, isto é, todo americano procede como filho de um filho de imigrante, assimilando as características do imigrante de primeira geração, ou seja, esquecimento voluntário das tradições européias, anseio de realização pessoal [...] desejo de que seu filho seja mais do que ele foi, tal como ele mesmo foi mais do que seu pai conseguiu ser. “*We are'll third generation*” significa uma geração completamente voltada para o futuro e em perpétua competição com as que lhe procederam, esperando fazer sempre mais.<sup>163</sup>

A busca sempre constante do sucesso e do êxito faz parte da cultura geral da sociedade norte-americana. A necessidade de se tornar um “vencedor” é uma exigência recompensada pela fama e popularidade conquistadas quando se exhibe os bens materiais adquiridos. Nesse sentido, o sucesso e o êxito, são, sobretudo, mensuráveis em termos materiais.

Scott Fitzgerald, escritor norte-americano expoente da “geração perdida” do pós-primeira guerra, destacou em suas obras as peculiaridades dos norte-americanos. Em *Suave é a noite*, a protagonista Rosemary (atriz de cinema que vive em Hollywood) e sua mãe estão de férias na “deliciosa costa da Riviera Francesa” e num dado momento se vêem

---

<sup>161</sup> LERNER, Max. Op. cit. p. 171.

<sup>162</sup> Idem.

<sup>163</sup> CICCIO, Cláudio. **Hollywood na cultura brasileira na década de 40**. São Paulo: Convívio, 1979. p. 42.

surpreendidas pela “súbita sensação de monotonia que se abate sobre os viajantes americanos em calmos lugares estrangeiros”. O narrador enfatiza:

Nada há a estimulá-los, nenhuma voz os chama, nenhum fragmento de suas próprias idéias parte de repente de outra pessoa e, sentindo falta do clamor do Empire, eles sentem que a vida ali não está continuando. <sup>164</sup>

O que se estranha, segundo o autor, é a ausência do mundo da competitividade e da fama, o que faz parecer com que a vida ali não seja mais do que uma sucessão de dias sem novidades: “Ao contrário dos trens americanos, preocupados com seu enérgico destino, desprezando pessoas de outro mundo menos rápido e menos esbaforido, este trem fazia parte da paisagem que atravessava” <sup>165</sup>.

A vida nos Estados Unidos exigia um senso maior de praticidade. A máxima “*time is money*” revela essa condição ao mesmo tempo em que destaca o dinheiro como valor imprescindível. Nesse contexto, Max Lerner testemunha que “os filmes espelham o valor e o poder do dinheiro”. E acrescenta:

Há dinheiro na voz de Hollywood, na maneira por que a câmera se detém na superfície e na contextura. Há dinheiro nos exuberantes cenários, seja dos cômodos de uma grande propriedade, seja de um hotel ou de um apartamento duplex: todo filme diz leal e explicitamente que o dinheiro não é tudo, que o dinheiro (de fato) não conta, que o amor e o respeito próprio e a felicidade são melhores do que o dinheiro; mas cada filme continua a dizer implicitamente, por tôdas as coisas com que conta e por seu próprio exemplo, que nada realmente é tão importante quanto o dinheiro. <sup>166</sup>

Em 1952 a escritora norte-americana Edna Ferber publicou *Giant*, romance inspirado na história real Glenn McCarthy, um milionário que representou a nova classe ascendente do Texas a partir da exploração petrolífera iniciada no começo do século XX. Glenn McCarthy inaugurou no ano de 1949 um hotel avaliado em 21 milhões de dólares, este fato o pôs na capa da revista *Times*. O livro de Edna Ferber obteve um bom sucesso e logo os seus direitos foram comprados pelo estúdio da *Warner Bros*. Em 1955, George Stevens co-produziu e dirigiu a adaptação da obra para o cinema.

*Giant* <sup>167</sup> foi lançado no Brasil com o nome de *Assim caminha a humanidade* e marcou o fim da carreira do jovem ator James Dean, que morreria antes mesmo do lançamento do

---

<sup>164</sup> SOTT, Fitzgerald. **Suave é a noite**. São Paulo: Nova cultura, 1995. p.23.

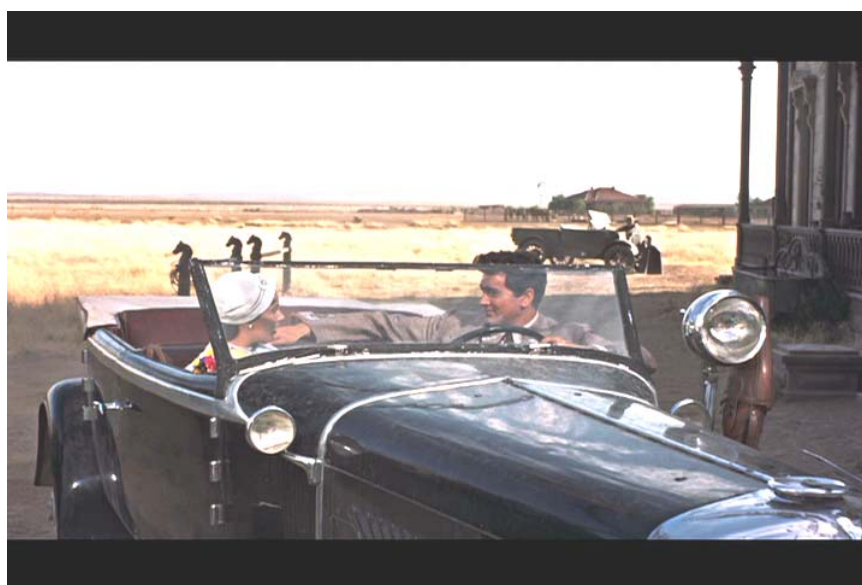
<sup>165</sup> Idem. p. 24.

<sup>166</sup> LERNER, Max. Op. cit. p. 171.

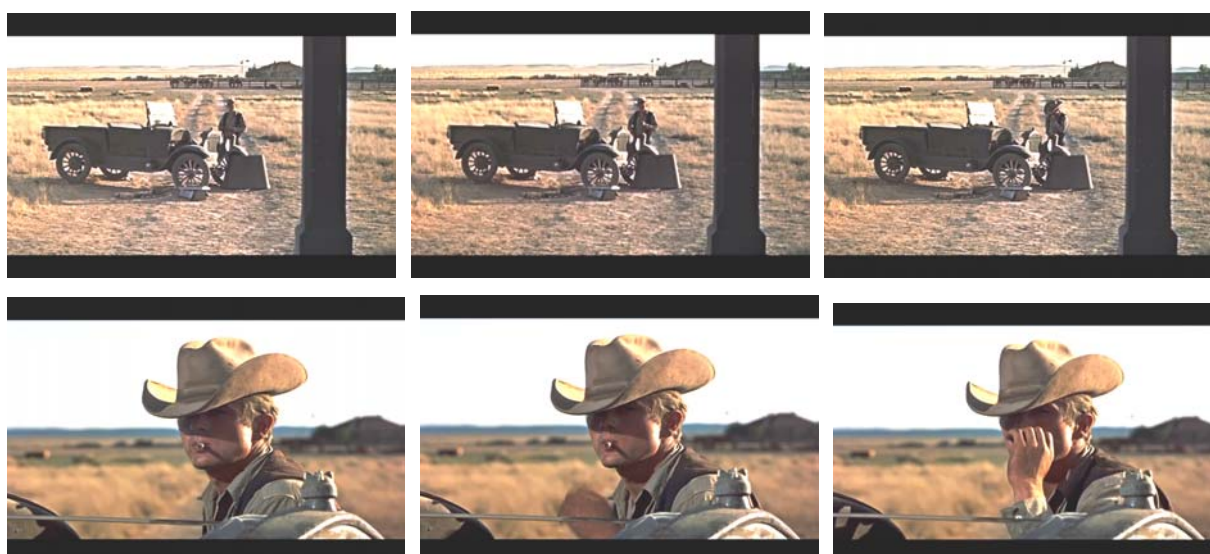
<sup>167</sup> STEVENS, George (dir.). **Giant**. EUA: Warner Bros, 1995.

filme. Outros dois artistas do mundo do estrelato de Hollywood protagonizavam a história: Rock Hudson e Elizabeth Taylor. Com quase três horas de duração o filme narra o conflito entre o patriarca de uma família de grande tradição no negócio da pecuária e um jovem que no início da história é seu empregado, mas que logo se tornará um dos maiores empreendedores no ramo da extração de petróleo da região.

A primeira cena em que James Dean aparece no filme é no momento em que Bick Benedict (Rock Hudson) e Leslie Lynnton (Elizabeth Taylor), recém casados, chegam à mansão dos Benedict numa cálida região do Texas.



Enquanto Bick fala entusiasmado com Leslie, Jett Rink (James Dean) os observa, ao fundo. Logo, em duas tomadas consecutivas, a câmera aproxima.



A fotografia da cena impressiona e faz recordar a imagem tradicional dos filmes de *western* que retrata o típico caubói do oeste norte-americano (veja a similitude com a tomada que inicia o filme “Matar ou morrer”, já comentado). Tal imagem é o que se pode chamar de

imagem canônica, no sentido atribuído por Elias Thomé Saliba <sup>168</sup>. Veja, por exemplo, a semelhança com a famosa imagem do antigo garoto-propaganda da marca de cigarros *Marlboro* <sup>169</sup>:

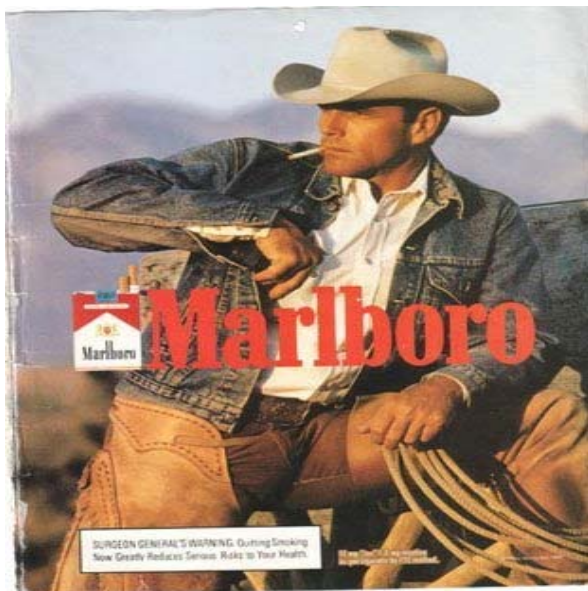


Figura 11: Anúncio Cigarros *Marlboro*

As cores se assemelham e em ambas as imagens a aba dianteira do chapéu é levemente inclinada para baixo, assim como, o olhar fixo transmite uma seriedade desafiadora, em ambos os casos. A reprodução em série exibida pelos grandes meios de comunicação de massa pretende que tal representação se cristalice de forma subjetiva em nossas mentes. É um caso em que a publicidade se aproveita da produção cinematográfica para explorar uma imagem já estereotipada.

No entanto, deve-se notar, também, que todo o processo de produção dos filmes de Hollywood é marcado por elementos estritamente publicitários. Mas, vamos voltar para a análise de “Assim caminha a humanidade” e de como o cigarro contribui para a caracterização do personagem de James Dean.

Jett Rink é o jovem que trabalha para a família Benedict. Ressentido, ele sente pelo desprezo e rudeza com que é tratado pelo estancieiro Bick, e isto é o que servirá de motivação para construir sua fortuna, quando descobre que recebeu como herança da irmã de seu patrão uma pequena quantia de terra. Apaixonado pela recém esposa de Bich, Jett trabalha com persistência em sua terra até que acaba por descobrir petróleo nelas. E então, começa a “virar o jogo” para cima de seu antigo patrão.

O cigarro em sua “época áurea”, quando não sofria as acusações da “cruzada anti-tabagista”, foi um elemento importante para os diretores de cinema para caracterizar o sucesso e êxito de seus personagens. No caso de *Assim caminha a humanidade*, o cigarro aparece nas cenas com maior evidência quando o personagem de James Dean começa a prosperar no novo ramo de negócios da extração de petróleo. Aliás, essa atividade significa a

<sup>168</sup> SALIBA, Elias Thomé. **As imagens canônicas e a História**. In: CAPELATO, Maria Helena...[et. al.] História e cinema. São Paulo: Alameda, 2007. p. 88.

<sup>169</sup> Publicidade de revista extraída de: [http://arquivo.digital.publicidade.googlepages.com/marlboro\(s.d.\)](http://arquivo.digital.publicidade.googlepages.com/marlboro(s.d.)) – acessado em 10/06/2007.

chegada de um novo tempo para o ritmo de vida daqueles texanos. A atividade pecuarista (representada pelos negócios da fazenda *Reata* de Bick) cede lugar aos empreendimentos das companhias petrolíferas (Jett logo muda o nome de seu empreendimento, antes *Little Reata*, para *Jetexas Company*). O ritmo de vida passa a ser ditado pela velocidade das máquinas; o arcaico mundo da criação de gado cede lugar aos modernos equipamentos utilizados na extração do petróleo. E se antes Jett Rink aparecia fumando cigarros feitos manualmente, agora ele sempre aparecerá com os cigarros brancos industrializados. Um momento do filme em que essas condições ficam evidentes é uma cena que se passa no escritório do novo milionário e que é precedida pelas seguintes imagens:



Trata-se do movimento das máquinas da usina. A seqüência de imagens dura não mais do que cinco segundos e é acompanhada pelo barulho das máquinas em atividade. Logo aparece o enquadramento da cena seguinte:



Sentado na poltrona ostentosa de seu escritório, com os pés sobre a mesa, o novo milionário conversa com seus assessores sobre os rendimentos de seu negócio. No fundo da

sala a parede é preenchida com a imagem fotográfica da sua companhia, e pela janela lateral se observam edifícios. Jett Rink aparece fumando, bem vestido; usando óculos escuros, ele representa a nova classe de milionários do Texas que fizeram fortuna por meio dos investimentos na atividade do petróleo. Desde então, o antigo peão da fazenda *Reata*, exibe o sucesso dos seus investimentos ostentando a todos suas riquezas.

Passado quase vinte anos desde que era um simples empregado da fazenda *Reata*, o auge dessas manifestações de megalomania é representado pela festa de inauguração de seu luxuoso hotel. Nesse dia, Jett procura seduzir a filha de seu antigo patrão. Na cena abaixo representada, ele conversa a sós com Luz Benedict, um pouco antes de realizar a cerimônia de inauguração aos convidados.



O cigarro se destaca na mesma mão que segura o copo de uísque. Toda a opulência se manifesta na imagem de Jett Rink como o “filho mais bem sucedido do Texas”. Nesse contexto, ele indaga a Luz se ela não gostaria de tornar-se a “primeira dama desta região do país”.

Outro filme que destaca a figura do milionário americano é *Adorável pecador*<sup>170</sup>. Marilyn Monroe, já era uma “estrela” quando representou, neste filme, a bela Amanda Dell. O filme, uma comédia romântica lançada em 1960 pela Twentieth Century Fox, conta as aventuras e desventuras de um magnata do mundo dos negócios que se apaixona perdidamente por uma jovem atriz de teatro. Jean-Marc Clement preside a empresa e administra a fortuna herdada de seu pai, avaliada em um bilhão de dólares, quando descobre que um grupo de teatro do pequeno circuito da Broadway ensaia uma peça na qual ele será ridicularizado como um *playboy* envolto em escândalos sexuais.

Ainda que Marilyn seja a “estrela” do filme, o personagem do ator Yves Montand, na pessoa de Jean-Marc Clemente, é uma figura central na trama, por ser a sua irresistível paixão o mote da história. O interessante para essa pesquisa é identificar os elementos que caracterizam o seu personagem como uma pessoa de alta classe, dono de uma fortuna invejável e famoso por ser um conquistador, à maneira de Casanova.

---

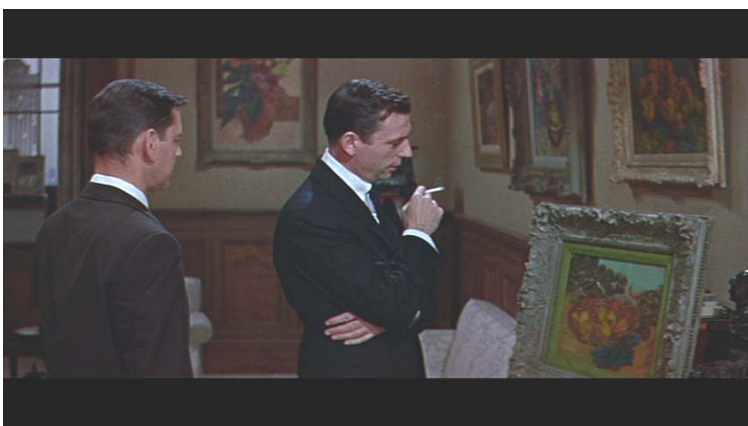
<sup>170</sup> CUKOR, George (dir.) *Let's make a love*. EUA: Twentiteh Century Fox, 1960.

Jean-Marc se veste impecavelmente, é poliglota, tem apreço por quadros de arte e, no momento que lhe comunicam sobre a peça de teatro, ele acaba de adquirir “um Renoir, um Matisse, e um Van Gogh”. O seu escritório, instalado na cobertura do edifício que leva o nome da família, na Wall Street de Nova York, é repleto de requinte e sofisticação como, por exemplo, um elevador particular com portas automáticas e interfone. Na sala de reuniões, na mesa ampla forrada com tecido sempre aparece os cinzeiros: Jean-Marc é um fumante distinto que guarda seus cigarros numa bela cigarreira em prata.

Logo no início do filme, na cena em que ele conversa sobre a peça que estão anunciando no jornal, aparece sentado na sua cadeira com o cigarro posto a boca, enquanto o seu assessor dá ordens ao “relações públicas” para tomar as providências necessárias no intuito de resguardar o moral do presidente da empresa. Vejamos as imagens:



Jean-Marc é o típico homem de negócios bem sucedido e os escândalos que envolvem sua vida privada só fazem aumentar o *status* de celebridade, ele parece se divertir com toda a preocupação de seu assessor. Numa cena seguinte, no entanto, depois de ler que será ridicularizado pela peça teatral, ele manda chamar o “relações públicas” e os dois conversam sobre como poderiam solucionar o problema. Mais uma vez o cigarro compõe a caracterização do magnata.



Jean-Marc aguarda a chegada de Coffman apreciando um de seus quadros. Quando este se aproxima, ele pergunta num tom de afirmação: “Maravilhoso, não?” Logo, Jean-Marc manda o rapaz sentar e os dois começam a conversar sobre a peça. Na imagem

seguinte os dois aparecem frente a frente:





A identificação do patrão está explícita no fato de ele sentar-se à vontade por sobre a mesa enquanto o empregado fica sob seu olhar atento. A mão esquerda tocando a cintura e a direita em riste com o cigarro à boca demonstram segurança e tranquilidade. Jean-Marc percebe que Coffman tem uma sugestão e o manda falar. A idéia é simples: visitar o grupo de teatro num de seus ensaios, e tentar ser um pouco simpático com eles para convencê-los a não desmoralizar a imagem de Jean-Marc. O milionário aceita a idéia e resolve se dirigir imediatamente ao teatro. Para responder ao espanto de seu empregado que se admira pela rapidez da decisão de seu chefe, ele responde com a máxima do capitalismo: “Tempo é dinheiro. E eu não gosto de desperdiçá-los”.

Depois de visitar a companhia de teatro, Jean-Marc fica deslumbrado com a beleza da jovem Amanda Dell. Na volta para o seu escritório, no luxuoso carro, ele conversa com o seu “relações públicas” e mais uma vez aparece fumando. De sua cigarrreira prateada, ele retira um cigarro e, em seguida, o ascende com um isqueiro tipo *Dupont*, todo dourado.



Todos os sinais de “alta classe” acompanham o personagem. Com escritórios nas maiores capitais do mundo, ele dita a correspondência para suas secretárias em alemão, francês e, até mesmo, em árabe. Quando tem de assinar algum papel sempre o faz com uma distinta caneta dourada; costuma sair para a rua de chapéu e bengala; e, no olhar está explícito o ar de superioridade que emana de sua pessoa. Tudo isso irá mudar a partir do momento em que ele decide se passar por um aspirante a ator na tentativa de se aproximar da bela Amanda. Sua nova maneira de se apresentar é com roupas simples, já não usa bengala, chapéu ou relógio, e também não aparece mais acendendo seus cigarros.

Vê-se, portanto, como o cigarro entrava na composição da cena para caracterizar o personagem ostentoso e orgulhoso de sua riqueza. Tanto o americano que construiu a fortuna com o empenho de seu trabalho na extração de petróleo quanto o descendente francês de família abastada que vive em Nova Iorque, fumam seus cigarros dando mostras de supremacia. Ao mesmo tempo em que estas imagens fabricavam um agenciamento que caracterizava o cigarro com os índices de opulência, o cigarro contribuía para a identificação dos personagens dando-lhes esses elementos característicos.

## - CONSIDERAÇÕES FINAIS -

Vivemos numa época onde reina a moral do “politicamente correto”. Sob os argumentos do respeito às diferenças, do cuidado com a saúde, da valorização da vida e proteção da natureza, se constrói uma cultura imperativa que se baseia em noções inquestionáveis. As posições contrárias aos valores estabelecidos são vistas como sintomas de irracionalismo, afronta aos bons valores da cristandade ocidental. O domínio dos governos democráticos estabelece a sensação de otimismo e perpetua a crença no progresso tanto das condições de vida quanto dos valores da sociedade.

A facilidade ao acesso à informação, possibilitada graças à revolução digital, faz supor que estejamos vivendo uma época de maior liberdade individual, sofrendo danos menores dos mecanismos de massificação da cultura. No entanto, como vimos acima, o gerenciamento das subjetividades continua se impondo, conformando os padrões do “politicamente correto”. Nesse contexto, o cigarro paga o preço e vê sua onda de magia, glamour, e encantamento, desaparecer como fumaça frente aos discursos impositivos da medicina e da estética da saúde. Uma histeria provocada por estes discursos proibitivos coloca o fumante na posição inversa que ocupava em décadas passadas, quando não fumar era um sinal de carência.

O que se pôde observar com a realização desta pesquisa foram algumas formas de agenciamento que conformaram ao cigarro, exatamente, o *status* que lhe falta hoje em dia. Percebeu-se, desta forma, as estratégias que contribuíram para a criação de um sentido positivador em torno do tabagismo. Mas mais do que isso, este trabalho procurou construir argumentos que desnaturalizassem as identidades e os significados das coisas no mundo. Se fumar foi um charme para a sedução, ou um índice de anseios libertários, por exemplo, isso se deu por uma força persuasiva de agenciamentos imagéticos.

O discurso anti-tabagista dos dias de hoje deve ser compreendido, a meu ver, da mesma forma. Não se trata, portanto, de avanços e progressos, mas sim de mudanças nos processos de subjetivação das práticas. Assim como pudemos observar que a exaltação do cigarro, no período estudado, se ligava a um conjunto de valores partilhados e instituídos, o anti-tabagismo, seguramente, também está associado a um contexto valorativo. De minha parte, o enxergo como sintoma de uma sociedade que louva a longevidade como um valor absoluto. Em nome da saúde perfeita impõem-se restrições puritanas que, talvez, ultrapassem a questão polêmica sobre a proibição ou não do cigarro.

Não tenho intenção de fazer uma defesa contra o imperativo do “politicamente correto”, se teço essas considerações é com a preocupação de dar ênfase na perspectiva que orientou esta pesquisa. Mais importante do que discutir os malefícios ou benefícios do tabaco seja, quem sabe, perceber os processos envolvidos na fabricação das subjetividades. Com isso, abandonamos as noções essencialistas que acompanham grande parte dos discursos de nossa sociedade, ainda nos dias de hoje.

O simples ato de acender um cigarro, em qualquer contexto, apresenta um universo de significados, compreendido a partir das configurações valorativas e dos agenciamentos da subjetividade. Oferecer um cigarro pode ser o começo de um romance ou o conforto a um amigo desiludido, mas também, uma gafe embaraçosa que pode custar o emprego ou a popularidade entre os eleitores.

Nos filmes, a fumaça que saía das baforadas do fumante convicto era a fala muda que advertia o rival; por outro lado, a gentileza de emprestar o fogo na hora certa era o estímulo para a simpatia e a confiabilidade entre o casal. Inscrições nas cigarreiras podiam personalizar o fumante que, no universo de massificação do consumo, procurava formas de individualização. Por meio destes códigos, o cigarro contribuía para a definição das qualidades e características do personagem, bem como, explicitava o sentido da trama. Inserido dentro daquele universo de valores partilhados, o espectador aprende a ver no cigarro uma legenda, já que de fato, ele recebe qualidades capazes de sublimar a representação cênica. Tal qual a personagem Carmen da ópera de Bizet, os espectadores seguem “com os olhos a fumaça que pelo ar sobe ao céu brindando-o com seu perfume”<sup>171</sup>. (tradução livre)

Tornam-se apropriadas, nesse sentido, as impressões do escritor Richard Klein quando considera:

Tirado do maço e fumado, o cigarro escreve um poema, canta uma ária, ou coreografa uma dança, narrando uma história em sinais que são escritos hieroglificamente no espaço e respiração.<sup>172</sup>

---

<sup>171</sup> “Carmen”, como já salientamos, foi publicado originalmente em forma de romance por Prosper Mérimée. Extraímos a citação do libreto da ópera adaptada pelo compositor Georges Bizet. Nela se lê o canto das *cigarières*: “Dans l’air, nous suivons des yeux / la fumée,/ qui vers les cieux /monte, / monte parfumée”. – Extraído de: <http://www.geocities.com/Vienna/Choir/7652/carmen/acto1.htm>

<sup>172</sup> KLEIN, Richard. **Cigarros são sublimes**: uma historia cultural de estilo e fumaça. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. p. 26.

Desta forma, ao mesmo tempo em que o tabagismo foi agraciado com a produção de imagens cinematográficas que elevavam sua aura, diretores e produtores de cinema souberam se utilizar dos seus elementos para explicitar as intenções e significados da composição cênica.

Espera-se que outros trabalhos possam surgir a partir dessa investigação. Talvez o desafio seja analisar os processos de subjetivação contemporâneos que colocam o cigarro na posição incômoda de réu. Acredito que um estudo dessa natureza seguramente se depararia com mecanismos de subjetivação tão perversos quanto os que contribuíram para a massificação do consumo nas décadas anteriores. Creio ser necessário voltar à atenção aos censores da moral puritana para perceber os estragos causados pelos modos de produção da subjetividade capitalística que, todavia, perpetuam-se.

## - REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA -

- ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1985.
- ADORNO, Theodor. **Prismas: crítica cultural e sociedade**. São Paulo: Ática, 1998.
- ALMEIDA, Mauro Lauria. **E.U.A: Civilização empacotada**. São Paulo: Editora Fulgor, 1961.
- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado (AIE)**. 2 ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.
- BADINTER, Elisabeth. **XY: sobre a identidade masculina**. 2 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.
- BERNARDET, Jean-Claude. **Cineastas e imagens do povo**. São Paulo: Brasiliense, 1985;
- BERNARDET, Jean-Claude. **Brasil em tempo de cinema**. Rio de Janeiro: 3ed. Paz e Terra, 1978.
- BERNARDET, Jean-Claude. **Trajectoria crítica**. São Paulo: Polis, 1978.
- BERGAN, Ronald. **Cinema: guia ilustrado Zahar**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BILHARINHO, Guido. **Cem anos de cinema**. Uberaba: Grifo Editora e Gráfica, 1996.
- BOEIRA, Sérgio Luís. **Atrás da cortina de fumaça: - Tabaco, tabagismo e meio ambiente: estratégias da indústria e dilemas da crítica**. Itajaí: Univali, 2002.
- CANEVACCI, Massimo. **Antropoliga do cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- CAPELATO, Maria Helena...[et. al.] **História e cinema**. São Paulo: Alameda, 2007.
- CARVALHO, Ana Alexandra Seabra de. **O jogo do desejo em Claude Crébillon: estudo dos processos retóricos da sedução**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- CENDRARS, Blaise. **Hollywood 1936**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- CHAUÍ, Marilena. **Laços do desejo**. In: NOVAES, Adauto (org.). **O desejo**. São Paulo: Companhia das Letras: 1990.
- CICCO, Cláudio. **Hollywood na cultura brasileira na década de 40**. São Paulo: Convívio, 1979.
- COMPARATO, Fábio Konder. **A afirmação histórica dos direitos humanos**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- DELEUZE, Gilles. **Cinema 1: a imagem-movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34. 1992.
- DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol 1. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

- FERRO, Marc. **Cinema e História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- FOUCAULT, Michel. **Arqueologia das Ciências e História dos Sistemas de Pensamento**. Coleção Ditos & Escritos II. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.
- FRIEDRICH, Otto. **A cidade das redes: Hollywood nos anos 40**. São Paulo: Cia das Letras, 1988.
- GLANTZ, Stanton A. **The cigarette papers**. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1996.
- GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Campinas: Papyrus, 9ed. 1999.
- GUATTARI, Félix. **Caosmose: um novo paradigma estético**. São Paulo: Ed. 34, 1992.
- GUATTARI, Felix. **Micropolítica: cartografias do desejo**. 4.ed. Petropolis: Vozes, 1996.
- HUBERMAN, Leo. **História da riqueza dos EUA**. São Paulo: Brasiliense. 1978.
- KNIGHT, Arthur. **Uma história panorâmica do cinema – a mais viva das artes**. Rio de Janeiro: Lidador, 1970.
- KUNDERA, Milan. **O livro do riso e do esquecimento**. São Paulo: Circulo do livro, 1990.
- LERNER, Max. **Civilização norte-americana: a vida e o pensamento nos Estados Unidos de hoje**. Vol. 4. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1960.
- LEVI, Giovanni & SCHMITT, Jean Claude (org.). **História dos jovens: da antiguidade a era moderna**. São Paulo: Cia das Letras, 1996.
- LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: 6ed. Paz e Terra, 2002.
- LINK, Arthur S. **História moderna dos Estados Unidos**. Vol. 2. Rio de Janeiro: Zahar, 1965.
- KLEIN, Richard. **Cigarros são sublimes: uma história cultural de estilo e fumaça**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- MARTINS, José Roberto & BLECHER, Nelson. **O império das marcas**. São Paulo: Negócio, 1997.
- MÉRIMÉE, Prosper. **Carmen**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- MORAIS, Fernando. **Souza Cruz - 100 Anos - um Século de Qualidade**. São Paulo: DBA, 2003.
- MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. São Paulo: Forense Universitária, 8ed. 1990.
- NARDI, Jean-Baptiste. **A história do fumo brasileiro**. Rio de Janeiro: Abifumo, 1985.

- NIETZSCHE, Friedrich. **Crepúsculo dos ídolos** (ou como filosofar com o martelo). 2 ed. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
- NIETZSCHE, Friedrich. **Nietzsche**. Coleção obras incompletas. São Paulo: Nova Cultural, 1999.
- NOVAES, Adauto (org.). **O desejo**. São Paulo: Companhia das Letras; [Rio de Janeiro]: Funarte, 1990.
- PARENTE, André. **Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.
- POSTMAN, Neil. **Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia**. São Paulo: Nobel, 1994.
- PROST, Antoine & VICENT Gérard. **História da vida privada 5: Da Primeira Guerra a nossos dias**. São Paulo: Cia das Letras, 1992.
- ROCHA, Everardo P. Guimarães. **Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- ROLNIK, Suely. **Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1989
- SALIBA, Elias Thomé. **As imagens canônicas e a História**. In: CAPELATO, Maria Helena...[et. al.] **História e cinema**. São Paulo: Alameda, 2007.
- SALGUES, Yves. **James Dean**. Porto Alegre: L&PM, 1992.
- STAPLES, Donald E. **The american cinema**. Washington, DC: Forum Series, 1983.
- SOTT, Fitzgerald. **Suave é a noite**. São Paulo: Nova cultura, 1995.
- TANNAHILL, Reay. **O sexo na história**. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1983.
- TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra**. São Paulo: Cia das Letras. 2000.
- TRUFFAUT, François. **HITCHCOCK/TRUFFAUT: entrevistas**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- VASQUEZ, Pedro. **Humphrey Bogart**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- VEILLON, Oliver-René. **O cinema americano dos anos cinqüenta**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- XAVIER, Ismail (org.). **O cinema no século**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.



## **- FONTES -**

### **Filmes:**

- Aconteceu naquela noite.** CAPRA, Frank (dir.). EUA: Columbia, 1934.
- Adorável pecadora.** CUKOR, George (dir.) EUA: Twentiteh Century Fox, 1960.
- Almas em chamas.** KING, Henry (dir.). EUA: 20th Century Fox, 1949.
- Assim caminha a humanidade.** STEVENS, George (dir.). EUA: Warner Bros, 1995.
- Casablanca.** CURTIZ, Michel (dir.). EUA: Warner Bros, 1942.
- Cidade dos sonhos.** LYNCH, David (dir.). EUA: Universal, 2001.
- Crepúsculo dos deuses.** WILDER, Billy. EUA: Paramount, 1950.
- Gilda.** VIDOR, Charle (dir.). EUA: Columbia, 1946.
- Quando fala o coração.** HITCHCOCK, Alfred (dir.). EUA: United Artists, 1945.
- Intriga Internacional.** HITCHOCK, Alfred (dir.). EUA: MGM, 1959.
- Juventude transviadas.** RAY, Nicholas (dir.). EUA: Warner Bors, 1955.
- King Kong.** COOPER, Merian & SCHOEDSACK, Ernest (dir.). EUA: RKO, 1933.
- Matar ou morrer.** ZINNEMANN, Fred (dir.). EUA: United Artists, 1952.
- Obrigado por fumar.** REITMAN, Jason (dir.). EUA: FOX, 2006.
- O falcão maltês.** HUSTON, John (dir.). EUA: Warner Bros, 1941.
- O resgate do soldado Ryan.** SPIELBERG, Steven (dir.). EUA: Paramount, 1998.
- Os amores de Carmen.**VIDOR, Charles (dir.). EUA: Columbia, 1948.
- O selvagem.** BENEDEK, Laslo (dir.). EUA: Columbia Pictures, 1954.
- Sete homens e um destino.** STURGES, John (dir.). EUA: United Artists, 1960.
- Sindicato de ladrões.** KAZAN, Elia (dir.). EUA: Columbia Pictures, 1954.
- Uma aventura na martinica.** HAWKS, Howard (dir.). EUA: Warner Bros, 1944.
- Um mergulho no inferno.** MAYO, Archie (dir.). EUA: 20th Century FOX, 1943.

### **Revistas:**

- CRUZEIRO. Rio de Janeiro: Diários associados, 07/05/49.
- CRUZEIRO. Rio de Janeiro: Diários associados, 19/05/53.
- MANCHETE. Rio de Janeiro: Bloch, 10/06/56.
- MANCHETE. Rio de Janeiro: Bloch, 26/09/57.

## **Páginas eletrônicas:**

Página eletrônica **Arquivo Digital de Publicidade:**

<http://arquivo.digital.publicidade.googlepages.com/>

Página eletrônica do **American Film Institute:** <http://www.afi.com>

Página eletrônica da **BBC Brasil:** <http://www.bbc.co.uk/portuguese>

Página eletrônica do **Consejo Nacional contra las adicciones** do Ministério de Saúde do governo mexicano: <http://www.conadic.salud.gob.mx/>

Página eletrônica da revista de medicina **Doyma:** <http://work.doyma.es>

Página eletrônica da **e-Scholarhip Editions:** <http://www.escholarship.org/editions/>

Página eletrônica da **Folha on-line:** <http://www.folha.uol.com.br>

Página eletrônica da revista **Informacion Comercial Española:**

<http://www.revistasice.info/RevistasICE/portada.htm?in=0>

Página eletrônica da revista **Harper's:** <http://harpers.org>

Página eletrônica da **Internet Movie Database:** <http://www.imdb.com>

Página eletrônica da **Internet Movie Poster awards:** <http://www.impawards.com>

Página eletrônica do músico **Jaroslav Hutka:** <http://www.hutka.cz>

Página eletrônica do **Ministério da Cultura:** <http://www.cultura.gov.br>

Página eletrônica da empresa **NicStic:** <http://www.nicstic.com>

Página eletrônica da revista acadêmica **Pediatria:** <http://www.pediatrinsaopaulo.usp.br>

Página eletrônica da empresa **Philip Morris Brasil:**

<http://www.philipmorrisoninternational.com/BT>

Página eletrônica pessoal **Sérgio & Mônica:** <http://www2.gol.com/users/sergiok/index.htm>

Página eletrônica do portal **Terra:** <http://www.terra.com.br>

Página eletrônica da **Tobacco Documents On-line:** <http://www.tobaccodocuments.org>

Página eletrônica da enciclopédia **Wikimedia Foundation:** <http://pt.wikipedia.org>