

ENTRE A ERA DE OURO E O NOVO CINEMA DE HOLLYWOOD¹

Anderson Alves da Rocha²

RESUMO

O objetivo deste trabalho é apresentar a transição entre a Era de Ouro da indústria cinematográfica dos Estados Unidos e sua nova fase de produção, denominada Nova Hollywood. A proposta é, por meio de uma pesquisa bibliográfica, descrever quais são os elementos e marcos da transição entre os dois momentos do cinema americano, e quais são os elementos marcantes da nova fase de produção fílmica naquele país. É importante perceber que a existência de Hollywood e seu modo de produção afetaram grandemente a comunicação de massa e a cultura pop mundial desde a primeira metade do século passado. Os estúdios localizados na costa oeste americana são um importante foco de atenção para entender o desenvolvimento da cultura ocidental no último século.

PALAVRAS-CHAVE

Cinema. Produção fílmica. Hollywood.

INTRODUÇÃO

A indústria de cinema baseada na costa oeste dos Estados Unidos se tornou, já na década de 1920, uma poderosa máquina de criação de conteúdo para aquele país e para o mundo. Com o tempo as produções de Hollywood só se tornaram mais relevantes. A importância econômica de Hollywood na década de 1940 era tamanha, que a indústria de filmes ocupava agora o terceiro lugar nos negócios de varejo nos EUA. Em 1948, o cinema de Hollywood havia se tornado o principal meio de entretenimento pago pela maioria dos americanos. “Em 1947, 90 milhões de americanos, de uma população total de apenas 151 milhões, iam ao cinema semanalmente” (EPSTEIN, 2008, p. 13).

Assim, buscando formalizar um relato sobre a transição entre a Era de Ouro da indústria de cinema dos EUA e o novo período de produção chamado de Nova Hollywood este trabalho baseia-se em pesquisa bibliográfica e documental para organizar uma narrativa sobre esse recorte no tempo, como forma de constituir uma descrição concisa e embasada sobre o

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

² Doutor em Processos Comunicacionais na Universidade Metodista de São Paulo. Professor do curso de jornalismo na Universidade do Estado de Minas Gerais. E-mail: anderson_arochoa@yahoo.com.br

tema. Esta pesquisa apresentará como técnicas fundamentais para o desenvolvimento de todo o estudo a pesquisa documental e a busca em referências bibliográficas.

No fim da década de 1940 o cinema americano sofria o mais duro golpe de sua história. A Suprema Corte daquele país julgou ilegal o sistema que sustentava a produção fílmica em Hollywood, baseado em alegações de *trust*³, criando um desmonte no sistema de estúdios que havia sido um dos pilares da produção de filmes até aquele momento. “A Lei Sherman Antitruste questionava o sistema de criação, produção e distribuição dos estúdios de Hollywood” (ROCHA, 2019, p. 31). Assim, as empresas de produção fílmica não poderiam mais sustentar seus negócios como tinham feito desde o início na década de 1910.

[...] Sustentaram os juízes que a distribuição da indústria cinematográfica infringia a Lei Sherman, mas não ordenaram aos estúdios que se desfizessem dos cinemas. No seu entender, algumas medidas – que proibiam o aluguel em bloco, a fixação dos preços de ingresso, as liberações “despropositadas”, e vários acordos de isenções e privilégios entre distribuidoras e grandes cadeias exibidoras, suas ou alheias – eliminariam o monopólio (SKLAR, 1975, p. 317).

Concomitante, outro adversário se colocava a frente dos estúdios naquele mesmo período: a televisão. A nova tecnologia lançava dúvidas sobre o modo de produção fílmica nos EUA, já que oferecia um produto similar ao cinema, mas sem os custos de bilheteria e no conforto da casa de sua audiência. “Em 1953, quando se calculava que 46,2% das famílias norte-americanas possuíam televisores, a assistência dos cinemas caíra para quase exatamente a metade do nível mais alto de 1946” (SKLAR, 1975, p. 316).

Apesar de existir apenas 1 milhão de aparelhos de televisão nos Estados Unidos em 1947, a projeção dos fabricantes era que esse número quadruplicasse em dois anos, o que poderia significar uma perda grande para os estúdios. Uma vez que toda sua receita era baseada nas bilheterias, qualquer diminuição significaria menor lucro ou prejuízo. A televisão com sua distribuição gratuita e os anunciantes das emissoras poderiam representar um desastre financeiro para os grandes estúdios de Hollywood (ROCHA, 2019, p. 32)

O fim da Era de Ouro de Hollywood é marcado pelas transformações causadas pela Suprema Corte Americana e a rápida ascensão da televisão naquele país. O modo de produção

³ *Trust* pode ser entendido como a fusão de várias empresas de modo a formar um monopólio, em inglês. A Lei, criada em 1890, intentava que nenhuma empresa se tornasse tão grande, que sozinha pudesse determinar as regras do próprio mercado. Foi proposta pelo político e senador americano John Sherman (1823 – 1900). Em inglês é conhecida como *Sherman Act*.

de Hollywood nunca mais seria o mesmo e a maior produtora de cultura massiva do mundo teria que se transformar para continuar existindo. “Assim, a partir do ano de 1948, o método de sucesso de fabricação de filmes da indústria de Hollywood foi desaparecendo aos poucos. Algumas companhias relutaram mais a desistir das velhas fórmulas, outras de maneira mais depressa aceitaram as novidades e se adaptaram” (ROCHA, 2019, p. 33).

Como regra, a indústria cinematográfica dos Estados Unidos ainda tentou encontrar fórmulas para manter seu público e se adaptar à nova realidade. Assim, o objetivo deste trabalho é apresentar essa transição entre o período áureo das produções e um novo sistema de produção fílmica no cinema americano.

2 O FIM DA ERA DE OURO

Após o término da Era de Ouro do cinema americano, no fim da década de 1940, o sistema de produção de Hollywood se transformou por completo, modificando-se na sua estrutura mais fundamental: o sistema de estúdio. O controle completo da cadeia de produção ruiu diante de imposições legais. Além disso, um novo veículo de comunicação de massa ganhou um espaço imenso no cotidiano dos Estados Unidos. A televisão se tornava naquele período cada vez mais popular, ganhando o espaço que era exclusivo do cinema. Esses são os dois principais fatores que decretaram o fim da Era de Ouro e o nascimento da Nova Hollywood.

Entre os anos de 1910 e 1940 o sistema de estúdio monopolizava a produção fílmica em Hollywood. Um processo centralizado e verticalizado que geria todas as etapas (produção, distribuição e exibição), com contratos de longo prazo firmados com atores e técnicos, geridos pelos produtores, que representavam fielmente a mentalidade do estúdio e executavam as obras defendendo integralmente os acordos instituídos entre os donos dos estúdios e a MPAA (por meio do Código Hays). “De certa forma, todos trabalhavam numa linha de montagem, pois o cinema era antes de mais nada uma indústria” (MARTEL, 2012, p. 87).

A grande mudança nesse sistema aconteceu quando a Suprema Corte dos Estados Unidos proibiu o monopólio dos estúdios sobre a distribuição de cinema, em 1948. Havia mais de 10 anos que o Departamento de Justiça pressionava as empresas, sob a alegação de que o controle completo sobre a produção, distribuição e exibição das películas feria a Lei Sherman

Antitruste⁴. “Para solucionar o caso, o governo exigira que os estúdios acabassem com a contratação de filmes em pacote e abrissem mão das subsidiárias de distribuição e das redes de cinemas” (EPSTEIN, 2008, p. 21). Ambas as propostas atingiram o centro do sistema de estúdio, levando à perda do controle completo sobre as produções.

[...] Sustentaram os juízes que a distribuição da indústria cinematográfica infringia a Lei Sherman, mas não ordenaram aos estúdios que se desfizessem dos cinemas. No seu entender, algumas medidas – que proibiam o aluguel em bloco, a fixação dos preços de ingresso, as liberações “despropositadas”, e vários acordos de isenções e privilégios entre distribuidoras e grandes cadeias exibidoras, suas ou alheias – eliminariam o monopólio. Daí por diante, declararam eles, todo filme seria oferecido a todos os interessados em exibi-lo através de uma licitação competitiva (SKLAR, 1975, p. 317).

Essa seria a decisão final contra as companhias. Os tribunais inferiores haviam decidido a favor do Departamento de Justiça, e os estúdios já estavam esgotando as medidas de apelação. O departamento de Justiça dos Estados Unidos e as cortes federais tinham como objetivo acabar com esses acordos que eram considerados ilegais. “Tal atitude fazia parte de um esforço global para acabar com a integração da indústria cinematográfica, com o objetivo último de que os filmes fossem produzidos e vendidos isoladamente” (SCHATZ, 1991, p. 411).

Essas medidas iniciaram o processo que colocou fim no sistema de estúdio, já que isso representava a perda do controle sobre a exibição dos filmes, o que era vital para a existência do sistema. Porém, “a ameaça mais séria para a indústria cinematográfica veio, é claro, da televisão comercial” (SCHATZ, 1991, p. 412)

Após uma aparente onda de confiança para a indústria cinematográfica, com o fim da Guerra e o aumento nas bilheterias – em 1946, primeiro ano de paz, o cinema teve seus mais altos índices de atração de sua história (SKLAR, 1975) – o novo veículo causaria o impacto de sua chegada no já no fim daquela mesma década. “Em 1953, quando se calculava que 46,2% das famílias norte-americanas possuíam televisores, a assistência dos cinemas caíra para quase exatamente a metade do nível mais alto de 1946” (SKLAR, 1975, p. 316).

A nova ferramenta de diversão, ainda que rudimentar naquele momento, poderia oferecer ao espectador uma programação tão variada e divertida quanto no cinema, e sem

⁴ Truste, pode ser entendido como a fusão de várias empresas de modo a formar um monopólio, em inglês. A Lei, criada em 1890, intentava que nenhuma empresa se tornasse tão grande, que sozinha pudesse determinar as regras do próprio mercado. Foi proposta pelo político e senador americano John Sherman (1823 – 1900). Em inglês é conhecida como *Sherman Act*.

custo algum para o consumidor. “Pois eram os anunciantes, e não o público, que pagavam as emissoras” (EPSTEIN, 2008, p. 21).

O cinema reagiu ao novo veículo, tentando impedir que seus filmes fossem exibidos e evitando que as instalações dos estúdios fossem disponibilizadas para a gravação de programas, mas as emissoras encontraram produtos para agradar sua audiência: transmissões esportivas, noticiários, programas de jogos e filmes independente ganhavam o gosto do telespectador do novo meio (EPSTEIN, 2008). A feitura de filme para a televisão tinha relação direta com a aplicação da Lei Antitruste. Com o fim da contratação de filmes em bloco, a demanda de longas-metragens de baixo orçamento, atrações sempre vinculadas à exibição principal, diminuiu e “as rede de televisão se aproveitaram da reserva de talentos de Hollywood e os que faziam filmes de classe ‘B’ passaram a fazer filmes semanais de gênero, comédia, mistérios e banguê-banguês para a televisão” (SKLAR, 1975, p. 328)

Apesar de existir apenas 1 milhão de aparelhos de televisão nos Estados Unidos em 1947, a projeção dos fabricantes era que esse número quadruplicasse em dois anos, o que poderia significar uma perda grande para os estúdios. Uma vez que toda sua receita era baseada nas bilheterias, qualquer diminuição significaria menor lucro ou prejuízo. A televisão com sua distribuição gratuita e os anunciantes das emissoras poderiam representar um desastre financeiro para os grandes estúdios de Hollywood. A televisão, assim como o rádio, “era um negócio sem prejuízo, de lucro garantido, ao passo que a cinematografia se parecia muito mais com a edição de livros: nem sempre se poderia ter a certeza de que determinado produto daria prejuízo ou lucro” (SKLAR, 1975, p. 324)

Ainda, para Schatz (1991), “a televisão foi uma faca de dois gumes para Hollywood. Ela revitalizou a produção sediada no estúdio, mas também pôs fim ao sistema de estúdio” (p. 481). A Warner, por exemplo, no ano de 1955, “transferiu o modo controlado de operação para séries de televisão, e tornara-se uma companhia de produção cinematográfica apenas em sentido periférico” (SCHATZ, 1991, p. 438)

Uma grande contribuição da televisão para a derrubada do sistema de estúdios estava na liberdade proporcionada aos astros, diretores, produtores e até técnicos. A gestão das carreiras de um ator ou atriz ficou fora das mãos dos grandes estúdios. As ações dos produtores e diretores não estavam mais tão intimamente ligadas aos estúdios, como nos

anos anteriores, e a produção independente ou semi-independente (como Alfred Hitchcock⁵, que já havia trabalhado na Era de Ouro em parceria com os estúdios, mas ainda era considerado um *free lancer*, não tendo contrato com nenhuma empresa) ganhava espaço naquela nova realidade. Muitos produtores e diretores optaram por trabalhar à serviço das grandes companhias, mas operando em pequenos estúdios próprios. Algumas empresas, como a Universal, atravessaram de maneira mais tranquila para a Nova Hollywood. Isso porque, essa prática já era exercida no estúdio. “A Universal já tinha contratos com diretores independentes [...], que arrendavam espaço do estúdio e faziam a distribuição pela companhia” (SCHATZ, 1991, p. 463).

Como a partir da década de 1950 as bilheterias se esvaziaram, e a busca constante por maneiras de agradar ao público e atraí-lo de volta as salas de exibição tomou conta de Hollywood, a relação entre os estúdios e os atores se modificou. A necessidade de grandes filmes que atraíssem a audiência dava mais força aos atores dessas produções. A balança pendeu para o lado dos astros e estrelas, o que reforçou a modificação na relação histórica entre atores e as companhias.

Assim, a partir do ano de 1948, o método de sucesso de fabricação de filmes da indústria de Hollywood foi desaparecendo aos poucos. Algumas companhias relutaram mais a desistir das velhas fórmulas, outras de maneira mais depressa aceitaram as novidades e se adaptaram. De maneira geral, a indústria cinematográfica dos Estados Unidos ainda tentou encontrar fórmulas para manter seu público. Pesquisas indicavam os tipos de filmes preferidos pelo público e produções musicais como “*Singin’ in the Rain*”⁶ (“Cantando na Chuva”) e “*The Bandwagon*”⁷ (“A Roda da Fortuna”, no Brasil) foram respostas de Hollywood à análise do interesse da audiência. Independentemente do gênero, a resposta para reaver sua audiência parecia ser a concentração de esforços em produções de melhor qualidade, mais caras e de maior apelo.

Mesmo com filmes que atendiam a expectativa do público, o cinema não parecia ter força para recuperar o folego na década de 1950. A televisão era a novidade do momento, e

⁵ Alfred Joseph Hitchcock (1899 – 1980) foi um cineasta inglês de destaque no cinema americano. Considerado um dos grandes nomes dos filmes de suspense foi responsável por obras reconhecidas como “*Foreign Correspondent*” (“Correspondente Estrangeiro” – 1940), “*Rear Window*” (“Janela Indiscreta” – 1956) e “*Psycho*” (“Psicose” – 1960)

⁶ Dirigido e estrelado pelo consagrado dançarino, cantor e ator americano Gene Kelly (1912 – 1996), o filme foi lançado em 1952. Aparece em 5º na lista de 100 melhores filmes do cinema da AFI.

⁷ Lançado em 1953, o filme é uma comédia musical adaptada da Broadway estrelado por Fred Astaire

a indústria cinematográfica procurava algum tipo de inovação tecnológica para fazer frente, algo surpreendente como a produção em cores ou os filmes sonoros. Durante os anos 50 a estratégia de tecnologias 3-D começou a ganhar espaço, na busca por essa inovação.

Diversas fórmulas foram testadas, todas com algum tipo de brilho passageiro. “Com tanta novidade aparecendo ao mesmo tempo nos cinemas, as receitas de bilheteria aumentaram em 1953 pela primeira vez desde 1946. Era, contudo, uma remissão temporária” (SKLAR, 1975, p. 330). Apesar de alguns momentos de melhora na renda da bilheteria, a tendência geral nos fins dos anos 1940 e na década de 1950 era de queda.

No início da década de 1960 uma análise das atitudes do público para com a televisão pediu aos entrevistados que nomeassem o produto ou serviço com o qual estivessem “pessoalmente mais satisfeitos” entre automóveis, programas de TV, música popular, cinema e modas femininas. Só 2% falaram no cinema, a menor expressão de preferência entre as cinco opções. Quando os pesquisadores procuraram comparar a televisão com outros “meios importantes... de disseminação da informação e do entretenimento”, os entrevistados falaram em rádio, revista e jornais, e não se deram sequer ao trabalho de mencionar o cinema (SKLAR, 1975, p. 332).

Esse era o retrato de Hollywood após o fim do sistema de estúdios. O controle completo sobre a produção não era mais possível. A cadeia de criação/produção/distribuição havia sido quebrada. Muito da produção fílmica dependia de acordos, onde produtores independentes se associavam às grandes empresas; e essa nova prática se tornou mais comum. “Esses acordos reduziam a autoridade do estúdio, fragmentavam a estrutura geral de poder da indústria cinematográfica e representavam os mais claros sinais da florescente Nova Hollywood, livre do controle absoluto das grandes companhias” (CHATZ, 1991, p. 468).

Talvez a mais simbólica mudança para a Nova Hollywood foi a de estrutura de poder nos grandes estúdios. Os velhos fundadores estavam perdendo espaço em suas empresas, e uma nova geração de líderes jovens tomavam conta dos negócios. William Fox⁸, Louis B. Mayer⁹ e Adolph Zukor¹⁰, entre outros, foram tirados de seus cargos, o que representava uma mudança simbólica e prática na estrutura das empresas. Primeiramente era uma exigência de acionistas, que não aceitavam os balanços apresentados, onde eram mostrados que os donos

⁸ William Fox (1879 – 1952) foi executivo húngaro naturalizado americano, pioneiro da indústria cinematográfica, tendo fundado a Fox Film Corporation em 1915.

⁹ Louis Burt Mayer (1884 - 1957) foi fundador do famoso estúdio de Hollywood Metro-Goldwyn-Mayer

¹⁰ Adolph Zukor (1873 - 1976) foi o fundador dos estúdios da Paramount Pictures em 1912.

pagavam a si mesmos os maiores salários do país, sem devolver equivalente lucro a empresa. Em segundo lugar existia um certo rancor da indústria para com os criadores. “O processo contra os magnatas que se avelhantavam foi construído de inúmeros agravos e ressentimentos individuais.” (SKALAR, 1975, p. 336). Havia também uma necessidade de mudança na maneira de pensar. Os estúdios dependiam agora de produções em menor quantidade, mas mais distintas e de maior orçamento, buscando o impacto da qualidade, pensamento que não combinava com a maneira antiga. “Hollywood nunca abandonaria seu apego a velhas fórmulas banais, nunca daria aos seus trabalhadores criativos a oportunidade de fazer filmes de qualidade, enquanto dirigentes não fossem destronados” (SKLAR, 1975, p. 336).

“A ascensão da televisão trouxe novas oportunidades de diversificação” (SCHATZ, 1991, p. 471), e essa demanda foi prontamente atendida por estúdios menores e produtores independentes, já que as grandes empresas também foram impedidas pela Suprema Corte de participarem dos negócios da televisão. Assim, surgiu em Hollywood a produção de materiais exclusivamente direcionada para a transmissão de TV. Seriados, shows de entretenimento e telefilmes eram criados para atender a demanda do novo veículo.

Em 1950, sem poder depender mais dos estúdios para distribuir suas obras, Disney fundou a *Buena Vista International*, e passou a distribuir por meio de subsidiária suas animações e longa-metragens. Disney, que já tinha alcançado novas receitas além da exibição de seus filmes, diferentemente dos demais estúdios, não viu a criação da televisão como uma ameaça aos seus negócios. “Disney reconhecia uma oportunidade de ouro: a televisão poderia colocar os produtos de seus licenciados diretamente nos lares das pessoas” (EPSTEIN, 2008, p. 41).

Gabler (2009) reforça essa ideia, afirmando que Disney “era fascinado pela televisão” (p. 568), e ele sabia que o dinheiro necessário para financiar seus planos futuros poderiam ser conseguidos no novo veículo. Nessa época, ao invés de seguir a tendência de Hollywood e tentar boicotar a nova mídia, Walt Disney comercializava produtos para a televisão. A primeira ideia surgiu rapidamente. Em março de 1950, ele e Roy decidiram lançar um programa próprio com velhos curtas da Disney (GABLER, 2009). Logo essa relação com o novo veículo se tornou

um sucesso, como, por exemplo, no programa *The Mickey Mouse Club*¹¹. Essa afinidade de Disney com a televisão gerou uma nova e fácil fonte de renda, já que as emissoras de tv contratavam os serviços e as marcas de anunciantes pagavam os custos. Restava a Disney disponibilizar os produtos – muitas vezes filmes já apresentados no cinema –, e além disso, ele expunha gratuitamente seus personagens licenciados, como em um merchandising.

Na verdade, além da promoção de seus filmes e da renda para os estúdios, o que Disney pretendia, segundo Gabler (2009), era uma parceria com uma rede de televisão. Alguém disposto a investir no seu novo sonho: um parque e diversões. “Ele estava, na verdade, tentando vender seus filmes antigos e o valor de sua reputação para financiar seu parque” (p. 571)

E essa parceria Walt Disney com a televisão se tornou concreta em 1954, quando ele negociou com a rede recém-criada ABC, para que o ajudasse a financiar o empreendimento em Anaheim na Califórnia, a Disneylândia.

Essa era uma forma de entretenimento que ultrapassava os limites bidimensionais do cinema, da televisão e das histórias em quadrinhos, e permitia às crianças interagir com simulacros tridimensionais do Mickey Mouse, Pato Donald, do Dumbo e de outros personagens Disney (EPSTEIN, 2008, p. 42).

A rede ABC contribuiu com 500 mil dólares e emprestou mais 4,5 milhões para a criação do parque. Além disso, Disney produzia programas para a rede que eram apresentados no horário nobre de domingo, funcionando basicamente como publicidade semanal para o parque. Disney expandiu sua participação na indústria do entretenimento de maneira díspar dos outros estúdios de Hollywood, procurando novos mercados e apostando em seus produtos para além das imagens projetadas nas salas de cinema.

Para as outras companhias, o que chamou a atenção foi a estreia de Disneylândia em 1955. A atração é considerada marco para a transformação da visão dos estúdios com relação a produção de televisão. “A série da Disney foi uma espécie de catalisador” (SCHATZ, 1991, p. 476). O estúdio Disney estava capitalizando demais com a produção do programa o que levou a três grandes estúdios a começarem planejar suas próprias séries do gênero.

O esforço de Disney para se integrar com o novo veículo mostrava mais uma vez sua capacidade de se adiantar ao que parecia ser o futuro para os negócios de entretenimento nos Estados

¹¹ Clube do Mickey no Brasil, foi um programa desenvolvido pela Walt Disney Productions e exibido rede de televisão ABC no ano de 1955.

Unidos. Dizia ele: “Integração é a palavra-chave aqui” (EPSTEIN, 2008, p. 43). Foi a partir dessa visão que Hollywood – e Wall Street também – percebeu qual seria a nova maneira de fazer negócios.

Negócios além do cinema na Nova Hollywood

Hoje, as faixadas em Hollywood podem parecer semelhante àquela dos anos dourados da produção fílmica americana. Os grandes barracões com os estúdios ainda permanecem nos mesmos endereços, e os nomes da maior parte das empresas continua igual, porém, agora os estúdios são “impérios corporativos internacionais” (EPSTEIN, 2008, p. 24).

A Columbia Pictures agora faz parte da Sony Corporation, um conglomerado japonês que fabrica eletrônicos, desde computadores, televisões até videogames; a Warner Bros. pertence a Time Warner, uma corporação gigantesca que engloba diversas outras empresas no ramo de comunicações, como a HBO e a American Online; a Fox¹² foi comprada pela propriedade da News Corporation uma empresa australiana cujas atividades principais incluem jornais, revistas e rede de televisão aberta e a cabo nos Estados Unidos e Europa; a Universal pertence a General Electric, a maior companhia industrial dos Estados Unidos; e a Paramount é propriedade da Viacom Internacional, empresa proprietária de diversas redes de televisão e rádio. Desde a década de 1990, em Hollywood, “os filmes eram apenas mais um de seus muitos negócios” (EPSTEIN, 2008, p. 24).

O fim do sistema centralizado, onde todo o processo de criação fílmica estava na mão dos estúdios, deu vez a um novo formato, a chamada Nova Hollywood. No novo sistema, todo mundo é independente. O fim da possibilidade de controle total (forçado pela Suprema Corte) deu início a uma proposta completamente oposta. Nessa nova ideia, um filme é financiado por um grande estúdio, que não o faz mais. A execução em todas as suas etapas está entregue a empresas independentes que desempenham suas funções sobre a gerência do estúdio financiador.

O produto é entregue, sob permanente controle de agências de talentos remuneradas com um percentual sobre todas as transações, a milhares de produtoras, start-ups técnicas, pequenas e médias empresas especializadas em escolha de elenco, pós produção, efeitos especiais e criação de “trailers” promocionais. O filme é terceirizado a empresas especializadas na Ásia, artesãos de Los Angeles, agências de comunicação globalizadas e companhias especializadas na distribuição de filmes em determinados países. Todos são independentes, mas ligados por um contrato, num sistema infinitamente mais complexo do que os estúdios de outros tempos (MARTEL, 2012, p. 88).

¹² A nova empresa nascida do estúdio de William Fox teve sua porção ligada a produção cinematográfica e produtos de cinema e televisão comprada pela The Walt Disney Company em 2019 por US\$ 71 Bilhões.

A produção de cada filme é dividida em diversas que são, por sua vez, repassadas a empresas independentes do próprio estúdio. Assim, como cada filme por si só é um produto independente do outro. Para cada peça, geralmente, é criada uma produtora, entidade jurídica, dirigida por um produtor contratado pelo estúdio só para a produção daquele filme, num processo de contratação conhecido como “*work for hire*” (WFH). Esse contrato estabelece que o contratado não é um assalariado, mas tem um vínculo para este único trabalho. Ao mesmo tempo esse mesmo acordo estipula a cessão dos direitos autorais e comerciais da obra ao estúdio.

A produtora, por sua vez, assina acordos WFH com diretores, atores e empresas que prestarão serviços, que também cedem os copyrights ao estúdio, que então abastecem a conta da produtora com dinheiro, para financiar o filme. “A nova Hollywood onde todo mundo é independente é o oposto da velha Hollywood, onde todo mundo era dependente” (MARTEL, 2012, p. 88)

Na visão de Martel (2012), os estúdios da Nova Hollywood se assemelham muito a um banco. A função deles é gerir os interesses dos investidores, criar formas de financiamento e angariar fundos para as produções. Eles negociam os direitos de exibição na televisão, as cópias de disco para venda, os direitos de videogame e os acertos com empresas com parceria comercial.

Epstein (2008) concorda com a visão dos estúdios como bancos, e acrescenta que se tratam de “empresas de serviços, mais um banco de propriedade de direitos” (2008, p. 114). Direitos sobre os livros, jogos eletrônicos, séries e toda a gama de lucros que os filmes podem gerar. “Como bancos de direitos, são entidades muito diferentes de seus predecessores” (EPSTEIN, 2008, p. 114)

Além disso, faz parte das funções gerenciar aporte financeiro de indivíduos ricos que pagam para se associar aos filmes. “Filantropos americanos, bilionários indianos ou ricos príncipes árabes, atuam na comissão de economia e finanças do filme, menos para investir do que para se misturar um pouco no glamour hollywoodiano” (MARTEL, 2012, p.89). Segundo Epstein, esses financiadores se tornaram importantes na lógica administrativa de Hollywood. A lógica de “vender” o prestígio do estúdio a financiadores “civis” facilitou a entrada de dinheiro e o risco de prejuízos, tanto que a Paramount, na década de 1990, exigiu “que todos os filmes do estúdio recebessem pelo menos 25% de seu financiamento de investidores externos” (EPSTEIN, 2009, p. 120-121).

Além dos serviços financeiros e do controle do copyright, é função do estúdio cuidar das regulamentações, negociando, por exemplo, com a MPAA uma classificação que não seja desfavorável ao filme. Além disso, a coordenação de distribuição dentro e fora dos Estados Unidos fica a cargo do estúdio. “A principal tarefa dos estúdios hoje em dia é cobrar remuneração pelo uso das propriedades intelectuais que eles controlam” (EPSTEIN, 2008, p. 114). Muitos parceiros comerciais costumam adiantar pagamentos pelo licenciamento de personagens para itens

diversos, como videogames e brinquedos. Esse dinheiro costuma gerar uma receita muitas vezes superior a outras parcerias comerciais, como o merchandising¹³, por exemplo.

A venda dos discos para casa, como DVD e Blu Disc também fazem parte das novas formas de arrecadação dos estúdios. “Quando se considera as fontes de receita isoladamente, a maior entrada de dinheiro provém das vendas de DVD” (EPSTEIN, 2008, p.123). Na sequência de arrecadação está o licenciamento para a televisão, que dependendo do filme pode se estender por 10 anos.

Além disso o dinheiro do lançamento fora dos cinemas, que inclui a exibição no interior de aviões, pay-per-view e a apresentação em bases militares dos Estados Unidos são consideradas boas fontes de renda. “Os filmes podem obter rendas substanciais desses mercados” (EPSTEIN, 2008, p.123)

Essa lógica de buscar novas fontes de lucros, onde quer que possam estar, apesar de muito antiga, não foi rapidamente aceita. Os grandes estúdios do novo sistema seguiram os passos trilhados por Disney nas décadas de 1930 e 1940, mesmo que resistentes com o novo formato. A MGM, por exemplo, só aceitou licenciar o personagem Pantera Corde-Rosa em 1964, para descobrir depois que os produtos licenciados davam mais lucro do que o próprio filme. Mesmo assim, ainda na década de 1970, muitos estúdios só usavam os produtos para promover as produções. O lançamento do filme “*Star Wars*”¹⁴ (“Guerra nas Estrelas”), em 1977, além do marco para a produções fílmica, deixou um legado sobre o potencial de lucro dos licenciamentos. Como estratégia de marketing, a *20th Century-Fox* cedeu os direitos de licenciamento aos anunciantes. A escolha se mostrou completamente errônea após o lançamento do filme.

Foram vendidos mais de 4 bilhões em produtos relacionados com o filme, o que, a um royalty de 6% sobre o preço no atacado, teria gerado 120 milhões em taxas de licenciamento. Depois do sucesso de merchandising de Guerra nas Estrela, os principais estúdios aprenderam a lição e mudaram de estratégia, visando tirar o máximo proveito do potencial dos filmes de venderem brinquedos, camisetas e outros produtos (EPSTEIN, 2008, p. 229).

Essa parte do negócio é tão grande, que segundo Epstein (2008), no ano 2000 a venda de personagens inspirados em filmes rederam U\$ 40 bilhões em licenciamentos. Videogames, brinquedos, trilhas sonoras, gêneros alimentícios entre outros, são base de ganhos para Hollywood. Hoje a venda de produtos associados aos filmes é o que mais rende dinheiro aos estúdios. Ideia iniciada por Walt Disney, antecipando o modo de arrecadação do cinema nos Estados Unidos.

¹³ Inserção de uma marca ou produto dentro de uma cena do filme.

¹⁴ Considerado um marco no cinema, idealizado, escrito e dirigido por George Lucas, o primeiro filme da série “*A new Hope*” compõe um total de seis produções para o cinema, divididas em duas trilologias. A série de filmes já rendeu mais de 150 jogos de videogame, shows de televisão e inúmeros brinquedos. O primeiro filme ganhou 7 Oscars e foi indicado a outros 4.

Além das fontes de renda, existem outras diferenças na nova forma de produções que em nada se assemelham com a Era de Ouro. A relação entre as estrelas e os estúdios se alterou completamente após o fim da década de 1940. A primeira mudança foi a remuneração, que subiu astronomicamente, transformando-a nos maiores salários em todo processo de produção. O fim dos longos contratos de exclusividade, colocaram os astros no meio de uma guerra de ofertas salariais entre estúdios, o que só fazia aumentar seus ganhos. Normalmente, além da remuneração mínima pelo trabalho, grande parte ainda fica com uma parcela da renda do filme. Corrigindo a inflação, um astro nos anos 2000 ganhou em média 30 vezes o que ganhava uma estrela de mesma grandeza na década de 1940.

Muitos atores, impulsionados pelos enormes ganhos, passaram a ser donos de seus produtores, que executavam seus próprios filmes. Assim, tem facilmente atendidos os seus desejos, como a escolha do restante do elenco, diretores, maquiadores, dublês e outros.

“Não raro, amigos, esposas e parentes são incluídos na folha de pagamento da empresa como produtores, escritores e consultores” (EPSTEIN, 2008, p. 261). Outros, ao invés disso, emprestam prestígio a produções independentes, fazendo pequenas aparições ou participando como co-produtores, promovendo ascensão a diretores e atores menores. É claro que a fama, o respeito e o altos ganhos são adquiridos em troca de uma contrapartida,

esses atores alcançaram o estrelato na comunidade não somente por causa da facilidade de encarnar seus personagens – a qualquer hora é possível encontrar em Hollywood uma infinidade de atores e modelos capazes de se adequar a estereótipos semelhantes –, mas também por adotarem prontamente valores da comunidade (EPSTEIN, 2008, p. 263).

Entre esses valores, destaca-se a ética de que “o show deve continuar”. A maioria dessas estrelas são consideradas extremamente disciplinadas. Se um ator ou atriz não aparecer em uma gravação, abandonar o set de filmagem ou atrasar o encerramento de um filme, existe um contrato com uma empresa seguradora, que irá ressarcir os prejuízos. Esses contratos são firmados entre a seguradora e os astros somente depois de uma bateria de exames físicos e psicológicos, para atestar a disponibilidade para o trabalho. “Se a produção não consegue obter seguro para os astros, também não consegue a garantia de conclusão do projeto exigida pelos bancos e financiadores externos” (EPSTEIN, 2008, p. 364).

Mesmo se uma produção não depende de financiamento externo, os estúdios costumam dar preferência para atores que demonstrem maior comprometimento com a realização do filme. Cada dia extra de filmagem, de uma grande produção que atrase, aumenta o orçamento entre 100 mil e 250 mil dólares diários. Assim, os produtores evitam astros que são conhecidos por causar atrasos ou ter temperamento inconstante. “Com a ajuda tácita das agências de talentos, os estúdios eliminam, logo

de início, as pessoas que não compartilham com a ética profissional da comunidade” (EPSTEIN, 2008, p. 266)

E por fim, outra característica dos astros, na Nova Hollywood, é permanecer no personagem. Isso significa manter uma coerência entre o que é apresentado na tela e fora dela, como em eventos ou entrevistas. Se costumam ter performances de papais românticos, devem manter a mesma postura fora do filme, mencionar relações (mesmo que não tenham acontecido) e sustentar uma postura semelhante aos personagens fictícios. Essa relação é vital para a aceitação do público. Segundo Epstein (2008), quando a atriz Winona Ryder foi presa furtando uma loja em 2002, foi gerado um conflito com a sua “personagem”, tornando difícil escalá-la para papéis inocentes, que ela vinha desempenhando até então.

Os atores que alcançam as posições mais altas no estrelato, portanto, tem qualidades que vão além de sua habilidade de representação e de sua aparência física, entre as quais se destaca a capacidade de se identificar com os valores da comunidade de Hollywood. Essa virtude é descrita, nas solenidades de premiação da Academia e em outras ocasiões cerimoniais, como “profissionalismo” (EPSTEIN, 2008, p. 267)

Essa relação existe independentemente do filme *real action* ou de animação, já que mesmo com a facilidade da computação gráfica, dando vida a personagens fantasiosos, são os atores que dublam e emprestam as expressões faciais e até os movimentos do corpo aos personagens¹⁵. Além do destaque atribuído aos astros, comuns em todas as obras de Hollywood, ser o mesmo em uma animação.

Além da relação entre astros e estúdios, outra transformação na mudança a Nova Hollywood também pela reformulou as ações da MPAA. A associação se transformou com as novas práticas adotadas depois do fim do sistema de estúdio. A MPAA também se reformulou “tornando-se um elo com os governos estrangeiros ou, como ela agora se descrevia, um ‘ministério do Exterior’ de Hollywood.” (EPSTEIN, 2008, p. 104). Além disso, ela negocia com sindicatos de atores e diretores e regulava as regras de exibição classificando os filmes em faixas etárias.

A MPAA também exerce a função de lobista dos estúdios junto a congressistas americanos. Os interesses de Hollywood ficavam nas mãos da Associação, como parte capaz de intervir junto à órgãos do governo por favores e na aprovação de leis que ajudassem nos negócios. Essa função, junta todos os estúdios em cooperação como forma de fortificar a MPAA como sua representação. “A célebre

¹⁵ Vale destacar o ator britânico Andy Serkis (Andrew Clement Serkis [1964 –]), que ganhou notoriedade por interpretar personagens digitais no cinema, como na trilogia de “Senhor dos Anéis” (representando *Gollum*), em “King Kong” de Peter Jackson (interpretando King Kong) e em “O Planeta dos Macacos a Origem” (dando vida a César).

Motion Picture Association of America é o lobby e o braço direito dos estúdios hollywoodianos.” (MARTEL, 2012, p. 25)

A MPAA – MPA (*Motion Pictures Association*) fora dos Estados Unidos, para ficar menos americanizado – é o braço direito dos estúdios de Hollywood e faz lobby junto ao governo americano e do mundo em nome dos estúdios. Fica sediado em Washington e foi presidida, de 1966 a 2004, por Jack Valenti¹⁶, um dos homens considerados responsáveis pela transição da era dos estúdios para a Nova Hollywood. “Hoje, a MPAA é dirigida por um conselho administrativo composto por três representantes de cada um dos seis principais estúdios (Disney, Sony-Columbia, Universal, Warner Bros., Paramount e 20th Century Fox).” (MARTEL, 2012, p. 27)

O lobby, relatado por Martel (2012), sugere ações como a construção de uma sala de cinema “ultramoderna” montada na Casa Branca, sob a presidência de Ronald Reagan¹⁷ na década de 80, com direito a pedidos presidenciais para os últimos filmes produzidos por Hollywood, alguns deles ainda sem serem lançados, mas que eram encaminhados para as sessões de cinema presidencial; ou a arrecadação de fundos para possíveis candidatos com tendências simpáticas aos interesses hollywoodianos.

Uma preocupação constante para um estúdio que financiou um filme e o está distribuindo é a classificação indicativa que este terá. Além dos estúdios, as próprias salas de apresentação têm que observar a audiência de cada filme, já que as implicações legais são responsabilidade do cinema. Essa classificação indicativa é outra função da MPAA. A atuação de Jack Valenti como teve como destaque a criação do “*rating system*” ou o sistema de classificação etárias, um novo código para substituir o Código Hays. Ao ser nomeado para a MPAA em 1966 Valenti surgiu com a ideia deste sistema como forma de permitir ao cinema um autocontrole de suas produções. Segundo Martel (2012), Valenti propôs que o próprio cinema decidisse sobre suas produções, classificando ele mesmo os conteúdos, e evitando a censura. “Eu quis que fosse Hollywood a se regulamentar: a própria indústria o decidiu, e não o governo ou o Congresso”. (2012, p. 30)

Segundo Epstein (2008, p. 203), “por isso, antes de aprovar um lançamento, os executivos dos estúdios consultam o comitê de classificação. Por meio de negociações às vezes longas e árduas, eles determinam quais palavras, imagens ou menos cenas inteiras devem ser eliminadas”, isso visando alcançar a adequação na classificação indicativa desejada. Na verdade, a classificação indicativa que é

¹⁶ Jack Joseph Valenti (1921 – 2007), foi um conhecido lobista do cinema americano e presidente da MPAA por 38 anos. Antes da carreira no cinema foi assessor do presidente Americano Lyndon Johnson.

¹⁷ Ronald Wilson Reagan (1911 – 2004) foi o 40º presidente dos Estados Unidos da América, de 1981 até 1989. “Foi no governo de Reagan que os estúdios foram autorizados a adquirir rede de televisão e até, apesar de uma proibição decidida pela Suprema Corte em 1948, a possuir salas de cinema” (MARTEL, 2012, p. 34)

concedida pela MPAA não é tão diferente de sua função anterior, quando se tratava de zelar pelos bons costumes e modos americanos por meio do Código Hays.

O lobby se estende aos mercados internacionais. Com ajuda do Departamento de Comércio Exterior, Departamento de Estado e das embaixadas americanas “pressiona os governos para liberar mercados, suprimir cotas de exibição e direitos alfandegários e temperar a censura” (MARTEL, 2012, p. 29)

As estratégias do mercado internacional se diversificam. Por exemplo, montar distribuidoras locais e incentivar as coproduções. Estratégias que funcionam bem na Europa e América Latina. Essa era uma reação a mudança da antiga forma para os novos dias do cinema americano. Na década de 1950, “as locações no exterior e o investimento norte americano na produção estrangeira se haviam tornado elementos essenciais à sobrevivência financeira de Hollywood” (SKLAR, 1975, p. 321)

A relação de Hollywood com os países da América Latina não é diferente. Os interesses são tratados por meio de lobby. Durante diversos anos o representante desses interesses foi Harry Stone¹⁸. Com acesso fácil as principais lideranças do Brasil, Argentina, México e até Venezuela, Stone cativava a elite e políticos desses países com festas suntuosas e exibição de grandes lançamentos do cinema americano. Segundo Jack Valenti, em entrevista a Martel. “Quem quer que fosse o presidente do Brasil, Harry era seu amigo. [...] Ele conhecia todos os presidentes da América do Sul.” (2012, p. 36). Essa influência resultava em ações práticas para a proteção da indústria de cinema americano.

“Quando o México tentou estabelecer cotas para proteger sua indústria, Steve Solot instalou-se na Cidade do México para coordenar uma estratégia de contraofensiva. Com o apoio de Jack Valenti e do Congresso americano, em Washington, a MPA conseguiu derrubar o projeto de lei mexicano e anular as cotas” (MARTEL, 2012, p. 35)

A ação da MPA ajuda na facilitação da distribuição de filmes americanos, na eliminação da taxa e de impostos e em melhores taxas de câmbio para remessa de receitas. E a Associação trabalha cooperando para todos os estúdios. Há uma união e não uma concorrência nos mercados latino-americanos. Alguns dos grandes estúdios administram cinemas e operações em comum, já que as regulações estabelecidas na década de 1940 nos Estados Unidos não tem valor fora do país.

Outro ponto importante nas ações da Associação fora dos Estados Unidos e principalmente em mercados como o latino-americano e a China é a ação contra a pirataria. Martel (2012) afirma que atualmente essa se tornou a prioridade mundial da MPA.

Vale ressaltar que a função da MPAA ainda é atender os interesses hollywoodianos em Washington e reforçar as ações de lobby das grandes empresas.

¹⁸ (1939 – 2013), era formado pela escola para diplomatas de Georgetown, Stone chegou ao Brasil na década de 50. Trabalhava fazendo lobby pra a indústria de cinema americano em toda América Latina.

REFERÊNCIAS

EPSTEIN, Edward Jay. **O Grande Filme**: dinheiro e poder em Hollywood. São Paulo: Summus, 2008.

GABLER, Neal. **Walt Disney**: o triunfo da imaginação americana. Osasco: Novo Século Editora, 2009.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream** - a Guerra Global Das Mídias e Das Culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

ROCHA, Anderson A. **A Era de Ouro de Hollywood**: história e modo de produção da Indústria cinematográfica dos Estados Unidos (1910-1950). Revista Comunicologia, Brasília, v. 12, n. 1, p. 19-34, jan./jun. 2019.

SCHATZ, Thomas. **O gênio do Sistema**: a era dos estúdios em Hollywood. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

SKLAR, Robert. **História Social do Cinema Americano**. São Paulo: Editora Cultrix, 1975.

Between The Golden Age And The New Hollywood Cinema

ABSTRACT

The aim of this work is to present the transition between the Golden Age of the United States film industry and its new production phase, called New Hollywood. The proposal is, through a bibliographic search, to describe what are the elements and milestones of the transition between the two moments of American cinema, and which are the outstanding elements of the new phase of film production in that country. It is important to realize that the existence of Hollywood and its mode of production has greatly affected mass communication and pop culture worldwide since the first half of the last century. Studios located on the American West Coast are an important focus of attention to understand the development of Western culture in the past century.

Keywords: Cinema. Film production. Hollywood.

Entre la Edad de Oro y el Nuevo Cine de Hollywood

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es presentar la transición entre la Edad de Oro de la industria cinematográfica estadounidense y su nueva fase de producción, denominada New Hollywood. La propuesta es, mediante una búsqueda bibliográfica, describir cuáles son los elementos e hitos de la transición entre los dos momentos del cine estadounidense, y cuáles son los elementos llamativos de la nueva etapa de la producción cinematográfica en ese país. Es importante darse cuenta de que la existencia de Hollywood y su modo de producción ha afectado en gran medida la comunicación de masas y la cultura pop en todo el mundo desde

la primera mitad del siglo pasado. Los estudios ubicados en la costa oeste de Estados Unidos son un foco importante de atención para comprender el desarrollo de la cultura occidental en el siglo pasado.

Palabras clave: Cine. Producción de película. Hollywood

Recebido em: 08/02/2020

Aceite em: 22/12/2020