

Adaptar o livro, conquistar o público e ampliar o mercado: as estratégias do mercado de filmes juvenis brasileiros.

Profa. Dra. Zuleika de Paula Bueno ¹ (UEM)

Resumo:

Nos anos 80, a bem-sucedida literatura juvenil brasileira conquistou os leitores, bem como os produtores cinematográficos interessados em explorar o mercado de consumo formado por adolescentes. Desta forma, obras como Feliz Ano Velho (Marcelo Rubens Paiva), Dedé Mamata (Vinícius Vianna), Verdes Anos (Luiz Fernando Emediato), Com licença, eu vou à luta (Eliane Maciel) e A queda para o alto (Sandra Herzer) ganharam versões em filmes dirigidos respectivamente por Roberto Gervitz, Rodolfo Brandão, Carlos Gerbase e Giba Assis Brasil, Lui Farias e Sérgio Toledo. Na tentativa de “inventar” um gênero cinematográfico de forte apelo mercadológico, tais realizadores buscaram nas adaptações da literatura de entretenimento juvenil uma forma de promover seus filmes associando-os aos movimentos da indústria editorial.

Palavras-chave: Literatura de entretenimento, cinema brasileiro, adaptação, juventude, consumo.

Introdução

Desde os pioneiros estudos de recepção dos anos 40, as indústrias da cultura são conscientes da amplitude do consumo de seus produtos. E mesmo antes da comprovação de tais investigações, os produtores do entretenimento apostavam no público interessado no romance de sucesso que consumiria também sua adaptação cinematográfica; os apaixonados pelo filme, por sua vez, buscariam a obra original na livraria mais próxima.

Essa dinâmica de recepção favoreceu a consolidação de gêneros uniformizadores de uma produção em massa, garantindo simultaneamente ao padrão estabelecido, uma constante possibilidade de diferenciação e inovação.

A definição de públicos específicos para produtos peculiares foi uma dessas inovações da indústria do entretenimento. Novelas para as leitoras, contos para o público masculino, literatura infantil, romances juvenis, filmes para maiores, produções cinematográficas para as matinês, *midnight movies*. Cada um desses segmentos concentra uma série de características e elementos combinados a partir dos mais variados textos, repertórios e narrativas que, reunidos na exploração de uma parcela determinada do público, inventam e reinventam o consumo, a recepção e a fruição do entretenimento.

Os chamados filmes juvenis são produtos dessa dinâmica de diferenciação e padronização das indústrias da cultura. Suas características são, em grande parte, inventadas na criação de uma condição juvenil industrializada. Enganam-se, contudo, aqueles que imaginam que tal processo de fabricação confere a esses produtos uma imagem de juventude carente de identificação, projeção ou reconhecimento por parte do seu público consumidor preferencial.

Uma sólida matriz cultural sustenta a produção do entretenimento juvenil. Os romances de aventuras e de formação (*Bildungsroman*) ofereceram à produção industrial um “grande depósito de imaginário” (FERREIRA, 1992) armazenado nas histórias especialmente direcionadas aos leitores que - assim como os protagonistas das proezas e infortúnios adolescentes - vivem os anos que antecedem a maturidade. Tais narrativas cristalizam “atitudes emocionais poderosas” conectadas a experiências historicamente variadas e integradas às “harmonias padronizadas” da cultura de massa (MORIN, 1997).

O entretenimento juvenil: das estantes aos cinemas

“A geração 70 chega ao cinema”¹, assim foi anunciado nos jornais diários o lançamento dos filmes *Feliz Ano Velho* (1988) e *Dedé Mamata* (1988), respectivamente inspirados nos livros de Marcelo Rubens Paiva e Vinícius Vianna.

Na literatura, a geração 70 já havia aportado há algum tempo, inclusive no segmento literário juvenil. LAJOLO e ZILBERMAN (1984) destacam a inserção de temas e questões urbanas, a problematização da miséria, da injustiça, da violência e do autoritarismo, a relação com drogas e com a marginalidade em livros como *A rosa dos ventos* (1972), de Odette de Barros Mott, *Pivete* (1977), de Henry Correia de Araújo, *Lando das ruas*, de Carlos de Marigny e *Coisas de menino* (1979), de Eliane Ganem, entre outros. Os problemas sociais e a revelação de aspectos violentos da realidade brasileira afastaram a literatura juvenil do segmento infantil e a aproximou do relato jornalístico e biográfico. Era o caso de *Feliz Ano Velho* (1982), de Marcelo Rubens Paiva.

Este chegou às livrarias em 1982, editado pela Brasiliense na coleção Cantadas Literárias, uma série de livros de autores brasileiros e estrangeiros voltada exclusivamente para o público adolescente e bastante conectada aos novos estilos literários surgidos com o desenvolvimento do mercado de *best-sellers* no Brasil (REIMÃO, 1996). A “linha de montagem” deste segmento específico da produção editorial pode ser visualizada na multiplicação de coleções, ou seja, de pacotes literários nos quais “o que é específico se dissolve e o que é comum se destaca” (LAJOLO, 1987, p. 63).

“É verdade que se lê pouco no Brasil?”, perguntava a Brasiliense na contracapa do primeiro número das Cantadas Literárias, *Porcos com Asas*, tradução do original italiano escrito por Marco Radice e Lidia Ravera. “Esta nova série é um projeto de literatura jovem que vai provar o contrário”. Afirmação verdadeira no caso de *Feliz Ano Velho*, nono livro da série. “A espontaneidade de um jovem num relato de vida comovente”² transformou-se rapidamente num fenômeno editorial, contando com milhares de exemplares vendidos e diversas tiragens.

Autobiografia com forte tendência ao romance de formação, *Feliz Ano Velho* oferecia ao leitor uma descrição de experiências de crescimento e superação relatadas pelo protagonista após o trágico evento que o deixara imobilizado. Numa tarde do mês de dezembro de 1979, ao se chocar contra uma pedra durante o mergulho numa lagoa, Marcelo Rubens Paiva tornou-se paraplégico. Três anos após o acidente, o rapaz, então com pouco mais de vinte anos, publicou suas memórias e inquietações diante da nova condição, relato que ganhou reconhecimento e se estabeleceu como uma “leitura obrigatória” entre adolescentes e jovens da década de 1980.

Pode-se constatar que memórias, biografias e autobiografias de adolescentes conquistaram parcela significativa das publicações de literatura juvenil brasileira daquele momento. Em 1982, a Editora Vozes lançou *A queda para o alto*, depoimento da menina Sandra Mara Herzer sobre os seus anos de vivência na Fundação de Bem-Estar do Menor (FEBEM), trajetória que culminou no suicídio relatado por Eduardo Matarazzo Suplicy no prefácio do livro. História com final bem mais feliz foi publicada no ano seguinte pela editora Rocco em *Com licença, eu vou à luta*. Narrando os conflitos familiares e as dificuldades para viver a própria sexualidade num ambiente doméstico repressivo e violento, Eliane Maciel transformou sua história pessoal em um grande sucesso comercial da indústria de livros em 1984, ano em que chegou às livrarias arrebatando 140 mil exemplares vendidos. Três anos após a primeira edição, o livro já se encontrava na sua 18ª tiragem. Embora ficcionalizada, a memória de uma juventude vivida nos anos 70 era igualmente o tema trabalhado por Vinícius Vianna em *Dedé Mamata*, que saiu em 1985 por uma editora pequena, a

¹ MEIRELLES, Evangelina. A geração 70 chega ao cinema. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 15 jun.1988, Caderno 2, p. 10.

² Subtítulo usado pela Brasiliense na promoção do livro.

carioca Anima. Ao contrário de seus similares e apesar da expectativa da crítica a respeito do livro do “filho do Vianinha”, a obra não causou grande impacto sobre o público consumidor em sua primeira edição, sendo reeditado pela Record, uma editora maior e de muito mais visibilidade, em 1988, ocasião do lançamento da sua adaptação cinematográfica pelo diretor estreante Dodô Brandão.

As estratégias de divulgação e lançamento

A linguagem clara, direta e imagética das memórias e biografias juvenis, decorrente de um processo produtivo editorial que incentivou a publicação de textos fáceis, ágeis e dinâmicos, favoreceu as adaptações dos livros para o teatro ou o cinema.

No ano seguinte ao seu lançamento em livro, *Feliz Ano Velho* foi levado aos palcos pelo grupo teatral paulista Pessoal do Victor, em adaptação escrita por Alcides Nogueira e dirigida por Paulo Betti, trabalho que lhe rendeu o prêmio de melhor direção do ano pela Apetesp. A peça apostou num esquema promocional alternativo, circulando principalmente entre os universitários. Em 1986, na Unicamp, ela foi apresentada juntamente com um show do grupo Legião Urbana, encontro que se repetiu no teatro carioca João Caetano e na danceteria paulistana Radar Tantã (BRYAN, 2004, p. 325).

Em 1988, suportado por um bom roteiro, um forte elenco, uma direção cuidadosa e uma divulgação intensa, o livro chegou aos cinemas numa produção Tatu Filmes, de Cláudio Kahns, com a Embrafilme. Apostando num mecanismo de projeção e identificação de seus possíveis espectadores, os produtores promoveram no cine Gazeta, com o apoio do jornal Folha de São Paulo, o pré-lançamento da fita, seguido de um debate com 10 jovens convidados a expor suas opiniões e sensações a respeito das situações vividas pelo protagonista. O debate gerou a reportagem intitulada “Temos nosso próprio tempo”³, a qual, mais do que revelar o que pensavam os adolescentes de então, preocupava-se antes em recuperar o livro e promover o filme, atingindo seu público alvo.

Três dias após o lançamento oficial nos cinemas, o roteiro de *Feliz Ano Velho* foi lançado pela editora Brasiliense na décima edição da Bienal Internacional do Livro, na capital paulistana, com direito a uma sessão de autógrafos do diretor e roteirista Roberto Gervitz, além das presenças de Marcelo Rubens Paiva, do ator Marcos Breda e do produtor Cláudio Kahns. Segundo o então editor da Brasiliense, Caio Graco Prado, a editora não estava preocupada com o índice de vendagem da publicação. O livro original era um fenômeno de vendas que o roteiro somente viria completar. Gervitz corroborava com a aparente indiferença em relação à rentabilidade comercial do roteiro, declarando que sua simples tiragem era um fato importante em um país onde não havia a tradição desse tipo de publicação.⁴

Feliz Ano Velho, de certa forma, ampliava um circuito de integração entre livros, filmes e peças de teatro já experimentado anteriormente de forma mais modesta por *Verdes Anos*, produção gaúcha de 1984.

A juventude dos pampas

O cotidiano de um adolescente numa cidade do interior do país, argumento desenvolvido por Álvaro Luiz Teixeira no roteiro de *Verdes Anos*, foi baseado num conto homônimo de Luiz Fernando Emediato. Dirigido por Carlos Gerbase e Giba Assis Brasil, o filme teve pré-estréia no Festival de Gramado em 9 de abril de 1984 e conquistou o Prêmio Revelação. Naquele mesmo ano, *Verdes Anos*, juntamente com outras histórias escritas por Emediato, foi publicado no livro que ganhou o seu nome. A primeira edição se esgotou poucos meses depois.⁵ No ano seguinte, o conto foi adaptado ao teatro por Roberto Bomtempo e levado aos palcos cariocas.

³ Folha de São Paulo, São Paulo, 26 ago.1988, Suplemento Viva, p.5-6.Frase extraída do rock do grupo Legião Urbana, “Tempo Perdido”.

⁴ Brasiliense lança roteiro do filme ‘Feliz Ano Velho’. Folha de São Paulo, São Paulo, 3 set. 1988, Ilustrada, E-9.

⁵ O livro ganharia uma nova edição dez anos depois, em 1994, pela Geração Editorial.

Em 25 de maio de 1984, *Verdes Anos* estreou nas salas Scala e Coral da capital gaúcha, ganhando simultaneamente cinco e duas sessões diárias.⁶ Também as cidades de São Leopoldo e Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul, receberam cópias do filme para o lançamento. Na semana de estréia, as salas contabilizaram 21.597 ingressos vendidos.⁷ Nas semanas seguintes, o filme foi exibido em Pelotas, Rio Grande, Caxias, Bento Gonçalves, Santa Maria, Passo Fundo, Santo Ângelo, Bagé e Uruguaiana, completando o circuito sulino.⁸ Considerado pela censura como impróprio até 14 anos, *Verdes Anos* buscou atrair para as salas de cinema os jovens de 16 a 18 anos exibindo-lhes a adolescência e a juventude, senão de seus pais, pelo menos de seus tios mais velhos.

Nos anos 70, o Rio Grande do Sul, mais precisamente a sua capital, foi local de desenvolvimento de uma ambiciosa produção de cinema rodada em Super-8, bitola criada pela Kodak em meados da década anterior visando, sobretudo, o uso privado e a produção doméstica de filmes. *Sem Tradição, Sem Família, Sem Propriedade*, curta-metragem realizado por Sérgio Silva ainda em 1968, deslanchou na capital gaúcha uma produção cinematográfica “com preocupação artística, ou seja, com roteiro, atores, cenários, figurino” rodada naquele formato. A experiência resultou, treze anos mais tarde, na produção do longa-metragem *Deu pra ti anos 70* (1981), de Nelson Nadotti e Giba Assis Brasil. A bitola menor não impediu que o filme desenvolvesse uma carreira comercial de bastante sucesso, pelo menos no circuito cinematográfico gaúcho - espaço de hippies, artesãos, estudantes e cinéfilos que circulavam e integravam um circuito de produção e consumo cultural alternativo fomentado pela juventude da cidade (SELIGMAN, 1990).

Os filmes estabeleceram uma espécie de relação simbiótica com os grupos de teatro Vende-se Sonhos, Faltou o João e Descascando o Abacaxi, que desenvolviam na época um projeto artístico com objetivos semelhantes àqueles procurados pelos integrantes do Super-8. Os grupos de teatro forneciam os atores, o cinema divulgava seus nomes, atraindo o público tanto para os filmes quanto para as peças, numa estrutura circular de promoção. Ligados aos grupos de teatro e cinema estavam também os escritores marginais ou alternativos e os representantes da música urbana porto-alegrense. *Verdes Anos* (1984) foi primeiro longa-metragem rodado em 35mm produzido por este circuito.

Conforme concluiu SELIGMAN (1990), nos circuitos alternativos, as atividades, mais do que os próprios produtos, sustentavam as produções culturais. Daí surgia o principal dilema do cinema gaúcho da época: produzir para o mercado comercial sem estar totalmente inserido nele.⁹ Embora fossem prestigiados pelo público, os filmes não conseguiam acessar as salas que não fossem aquelas do circuito rio-grandense. Dessa forma, seu mercado se restringia a um público fiel, porém na maior parte das vezes limitado àquele frequentador das sessões do Ponto de Cinema e, posteriormente, da Casa de Cultura Mário Quintana, em Porto Alegre (LUNARDELLI, 2000). Esse isolamento fragilizava a elaboração de estratégias de enfrentamento do mercado audiovisual brasileiro, no qual os filmes desejavam se inserir. A situação tornava paradoxal o cinema gaúcho da época: demasiado comercial pelo o que tinha de cultural e demasiado cultural pelo o que tinha de comercial.

As potencialidades do mercado

Situação mais confortável encontrava os realizadores paulistas e cariocas. A estréia de *Feliz Ano Velho*, marcada para o início de setembro de 1988, foi integrada a um esquema promocional conduzido pelo Jornal do Brasil, A Rádio Cidade e a Art Films, que exibia o filme gratuitamente desde o dia 22 de agosto para estudantes maiores de 14 anos. Para isso bastava que as direções das escolas ou os próprios grêmios estudantis reservassem seus lugares com antecedência. Ao final de

⁶ Scala e Coral lançam *Verdes Anos* no dia 25. *Correio do Povo*, Porto Alegre, 4 de maio de 1984, p. 11.

⁷ Novo Indiana Jones em quatro cinemas locais. *Correio do Povo*, Porto Alegre, 5 de junho de 1984, p. 12.

⁸ Novas fitas nacionais movimentam os cinemas. *Correio do Povo*, Porto Alegre, 25 de maio de 1984, p. 11.

⁹ MORAES, Malu. *Perspectivas estéticas do cinema brasileiro*. Brasília: UnB, Embrafilme, 1986, p. 111-117.

cada sessão, os estudantes podiam participar de um concurso de frases sobre o filme, concorrendo à publicação no Caderno B do jornal, rádio-gravadores e ingressos para os cinemas da rede Art, além de camisetas e brindes da Editora Brasiliense, editora do livro de Rubens Paiva e do roteiro de Gervitz.¹⁰ Quatro semanas após o lançamento, o filme listava entre as maiores bilheterias da semana, conforme apontava o Jornal do Brasil.¹¹ Embora apenas uma sala exibisse o filme no Rio de Janeiro, o filme alcançou o quarto lugar dos filmes mais vistos na primeira semana de setembro de 1988.¹²

Parte de seu sucesso, talvez, se explique pelo lançamento simultâneo com a fita de Dodô Brandão, *Dedé Mamata*, que esteve a cargo da UIP, United Internacional Pictures, multinacional que distribuía no país as produções da Paramount, MGM, United Artist e Universal. As duas fitas foram automaticamente associadas uma à outra pela mídia impressa, gerando um esquema de dupla promoção. *Dedé* teve pré-estreia numa terça-feira, dia 27 de agosto de 1988, em duas salas cariocas, o Leblon 2 e o largo do Machado 2, entrando na quinta- feira seguinte, dia primeiro de setembro, em mais sete salas do circuito. Após duas semanas em cartaz, o jornal O Globo anunciava o filme como a quinta maior bilheteria da semana.¹³

Essa abordagem dispensada pelos jornais, tão centrada nos aspectos mercadológicos das fitas, nas suas estratégias de lançamento, na sua integração com outros produtos apontava para as mudanças externas e internas das obras cinematográficas – bem como de seus originais literários – voltadas para a racionalização e profissionalização do meio e para a sua desesperada tentativa de competição num cenário de produção audiovisual – e editorial – cada vez mais sofisticado e integrado.

Rumo às estrelas

Atrair o público alvo promovendo determinados aspectos do filme era a principal estratégia mercadológica adotada pelos produtores e diretores dos filmes juvenis. No caso de *Dedé Mamata*, o “(...) fluxo rápido, extremamente objetivo, com todas as cenas bem enxutas e essenciais para a compreensão do enredo (...)”, combinado com uma temática voltada para a discussão das drogas e da política, compuseram os elementos centrais para conquistar não somente alguns dos prêmios do Festival de Gramado daquele ano como também a empatia do público jovem.¹⁴

Um outro aspecto importante para o sucesso da fita consistia na presença da musa televisiva juvenil Malu Mader, “uma mulher linda, desconcertante, ótima atriz e gancho de bilheteria”. Malu era também a vedete de *Feliz Ano Velho*. A presença de atores e atrizes marcantes como uma forma de associar figuras famosas e conhecidas aos protagonistas das histórias juvenis foi uma estratégia importante na conquista de bilheterias, uma espécie de formação, mesmo tímida, de um *star system* juvenil integrado entre livros, filmes e produtos televisivos. Entre as figuras masculinas, destacava-se Guilherme Fontes, que protagonizou na década de 1980 uma série de personagens juvenis em produções televisivas e cinematográficas, como o próprio *Dedé Mamata*. Marcos Breda, protagonista de *Feliz Ano Velho*, vinha de uma carreira projetada no circuito cultural gaúcho, onde participava de peças e filmes interpretando um dos adolescentes de *Verdes Anos*. Entre as figuras femininas, além de Malu Mader, Fernanda Torres foi outra atriz importante para a geração dos 80. Viveu a adolescente caipira em *A marvada carne*, de André Klotzel; atuou como a jovem que enfrentava o fim de um relacionamento amoroso em *Eu sei que vou te amar*, de Arnaldo Jabor; interpretou *Inocência* na adaptação da obra de Visconde de Taunay por Walter Lima Jr.; e encarnou Eliane, a ga-

¹⁰ Promoção JB antecipa lançamento. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 18 ago. 1988, p. 2.

¹¹ Segundo notícia publicada em 25 de setembro de 1988, *Feliz Ano Velho* figurava como a quarta maior bilheteria da semana, abaixo de Rambo III, Atirando para matar e Busca Frenética.

¹² O Globo, 9 de setembro de 1988, p. 6, Segundo Caderno.

¹³ Cinema: as maiores bilheterias. *O Globo*, Rio de Janeiro, 16 set. 1988, p.6.

¹⁴ VOLTOLINI, Ricardo. Lei Sarney: depois de festa, a volta à realidade. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 21 mai.1988, p.15.

rota rebelde e determinada de *Com Licença, eu vou à luta*, adaptação dirigida por Lui Farias em 1986.

Com Licença chegou às salas de cinema suportado pela trajetória bem sucedida em festivais e por um elenco fortemente reconhecido pelo público: Marieta Severo no papel da mãe de Eliane, Reginaldo Farias interpretando o pai. No filme de Lui Farias, no entanto, a grande vedete era mesmo o livro. Levado para as telas, esperava-se que o filme repetisse a trajetória bem sucedida da publicação, o que de fato ocorreu.¹⁵

Um dos rostos mais marcantes nos processos de adaptações, porém, foi da atriz Ana Beatriz Nogueira, em *Vera* (1987), produção dirigida por Sérgio Toledo e claramente adaptada de *A queda para o alto*, embora Toledo afirmasse explicitamente nos letreiros de abertura de *Vera* que o filme se tratava de uma obra de ficção na qual “toda e qualquer semelhança com fatos ou pessoas reais” não passava de “mera coincidência”.

Conclusão

No caso das produções brasileiras, o cinema acompanhava o modelo da indústria editorial. As estratégias de promoção dos filmes se assemelhavam muito aos procedimentos mercadológicos que a indústria do livro lentamente desenvolvia: debates envolvendo produtores e público, organização de festas e eventos de divulgação.

O lançamento das fitas era preparado de forma a se tornar uma ocasião especial, um evento singular: estratégia que buscava transformar os jovens leitores de *best-sellers* da literatura juvenil brasileira em potenciais frequentadores das salas de cinema e frequentadores das salas, em potenciais leitores dos romances originais e de novas ofertas editoriais. A sinergia entre as duas indústrias culturais buscava além disso, atrair os jovens afastados tanto dos cinemas quanto dos livros a se constituírem como novos consumidores. Enquanto o cinema aproveitava as estratégias de marketing elaboradas pela indústria do livro, as editoras beneficiavam-se do cinema como meio promocional.

É bem verdade, porém, que em meados da década de 80 encontravam-se gravemente comprometidos os esforços de consolidação de uma “indústria cinematográfica” brasileira, nitidamente precária quando comparada a outros segmentos da produção audiovisual da época. Igualmente oscilante era a indústria editorial, prejudicada sobretudo pela má comercialização e distribuição dos livros e pelo círculo de desinformação dos leitores (REIMÃO, 1996). Não obstante, articulavam-se livros e filmes na constituição de práticas de entretenimento mais claramente delimitadas.

Referências Bibliográficas

- BRYAN, Guilherme. **Quem tem um sonho não dança: cultura jovem brasileira nos anos 80**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- FERREIRA, Jerusa Pires. **O livro de São Cipriano: uma legenda de massas**. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. **Literatura infantil brasileira: história & histórias**. São Paulo: Ática, 1984.
- _____. No reino do livro infantil. In ZILBERMAN, Regina. **Os preferidos do público: os gêneros da literatura de massa**. Petrópolis, Rio de Janeiro: 1987.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo 1: neurose**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1997.
- REIMÃO, Sandra. **Mercado Editorial Brasileiro**. São Paulo: ComArte/ Fapesp, 1996.

¹⁵ VASCONCELLOS, Paulo. Com Licença estréia em S.Paulo na quinta. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 12 ago.1986, p.34.. A reportagem destacava que o filme esperava com o mercado paulista atingir a marca dos 700 mil espectadores, necessários para cobrir os custos de US\$ 200mil empregados na produção.

SELIGMAN, Flávia. **Verdes Anos do Cinema Gaúcho: o ciclo Super-8 em Porto Alegre.** Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA-USP, 1990.

Filmografia

Com Licença, Eu Vou à Luta

Brasil, Ficção, Cor, 35 mm, 82 min., 1986

Estúdio: Embrafilme / Produções Cinematográficas R.F. Farias Ltda. / Time de Cinema. Distribuição: Embrafilme. Direção: Lui Farias. Roteiro: Lui Farias, baseado em livro de Eliane Maciel. Produção: Mauro Farias. Música: Marina Silva e Antônio Cícero. Fotografia: Walter Carvalho. Direção de Arte: Marcos Magalhães e Maurício Sette. Elenco:

Fernanda Torres, Marieta Severo, Carlos Augusto Strazzer, Reginaldo Faria, Yolanda Cardoso, Tânia Boscoli, Duse Nacarati.

]

Dedé Mamata.

Brasil, Ficção, Cor, 35 mm, 1988. Companhias Produtoras: Cininvest Ltda., Multiplic, United International Pictures. Produção: Carlos Diegues, Paulo César Ferreira. Direção: Rodolfo Brandão. Roteiro: Antonio Calmon, Vinícius Vianna. Fotografia: José Tadeu Ribeiro. Direção de Arte: Lia Renha. Direção de som: Jorge Saldanha. Elenco: Guilherme Fontes, Marcos Palmeira, Malu Mader, Iara Jamra, Paulo Porto, Luis Fernando Guimarães, Tonico Pereira, Daniel Fontoura, Lídia Mattos, Guaraci Rodrigues, Nathália Timberg, Geraldo Del Rey.

Feliz Ano Velho.

Brasil, Ficção, Cor, 35mm, 107 min, 1988. Companhia Produtora: Tatu Filmes. Produção: Claudio Kahns. Distribuição: Embrafilme S.A. Direção: Roberto Gervitz. Roteiro: Roberto Gervitz. Fotografia: César Charlone. Elenco: Marcos Breda, Malu Mader, Marco Nanini, Eva Wilva, Carlos Loffer, Alfredo Damiano.

Verdes Anos

Brasil, Ficção, Cor, 35 mm., 1984. Companhia Produtora: Z. Direção de Produção: Rudi Lagemann. Produção: Sérgio Lerner. Direção: Carlos Gerbase, Giba Assis Brasil. Argumento: Luiz Fernando Emediato. Roteiro: Álvaro Luiz Teixeira. Fotografia: Christian Lesage. Montagem: Alpheu Godinho. Música: Nei Lisboa, Augusto Licks, Nelson Coelho de Castro, Dedé Ribeiro. Elenco: Werner Schunemann, Luciene Adami, Marco Antônio Breda, Sergio Lulkin, Xala Filippi, Márcia do Canto, Zé Tachenco, Marco Antônio Sorio, Marta Biavaschi, Haydée Porto, Biratã Vieira.

Autor(es)

¹ Doutora em Multimeios, docente do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Estadual de Maringá (UEM). zubueno@hotmail.com