

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC – SP

Marcia Barros Valdívia

A São Paulo glamourosa

Encantos e desencantos (1949-1959)

DOUTORADO EM HISTÓRIA SOCIAL

SÃO PAULO

2008

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC – SP

Marcia Barros Valdívia

A São Paulo glamourosa
Encantos e desencantos (1949-1959)

DOUTORADO EM HISTÓRIA SOCIAL

Tese apresentada à Banca Examinadora
como exigência parcial para obtenção do
Título de Doutor em História Social pela
Universidade Católica de São Paulo, sob
a orientação da Prof^a. Doutora Yvone
Dias Avelino.

SÃO PAULO

2008

Banca Examinadora

Para àquele a quem amo “O amor é paciente...

Tudo sofre, tudo crê,

tudo espera, tudo

suporta. O amor

jamaiz acaba...”

I Corintos 13

Agradecimentos

Seria impossível realizar este trabalho sem o auxílio de algumas pessoas que cruzaram a trajetória de elaboração e conclusão desta tese de doutorado. Deixo aqui registrados os meus agradecimentos.

Em primeiro lugar a Deus que através de seu filho Jesus abençoou e ofereceu todas as condições necessárias para a realização deste trabalho. Ele também colocou em meu caminho pessoas maravilhosas que me auxiliaram. Sou muito grata.

A Onairda Barros Valdívia que sempre me apoiou e despertou em mim a sensibilidade e o gosto musical variado. De Chiquinha Gonzaga a Jota Quest está o seu repertório cantarolado através dos afazeres domésticos. Obrigada mãe!

A minha “irmã” Fátima Aparecida Bulques Ferreira que foi totalmente responsável pela digitação e digitalização do trabalho desde o início, teu ser é repleto de coragem, força, alegria e respeito.

A José Ponzoni Ferreira e família obrigada pelo almoço, pelo café, pelo jantar, pelo descanso e pelo bate-papo. Em especial a José Carlos Bulques Ferreira pelo computador e pelo espaço cedido para a digitação das primeiras linhas, ainda quando essa tese era um tímido projeto.

A Christianne e sua filha Milena pelo socorro presente e o acolhimento em seu lar, o que permitiu que eu pudesse estudar enquanto a minha casa se tornava em um “barril de pólvoras”! Obrigada amigas.

Aos meus irmãos na fé em especial a Maura e Ismar, Angélica e Lindberg, Beth e Maurício agradeço as orações, a compreensão e a amizade porque em todo o tempo me amaram como amiga e na angústia se fizeram meus irmãos.

Aos meus cães Jade, Tíbor, Vitória, Luma e Amigo, quero deixar registrado que essas criaturas sabem dar amor e amizade com pureza e sinceridade ímpares. A beleza de cada um deles é um presente da obra criadora de Deus em minha vida.

A minha orientadora Professora Doutora Yvone Dias Avelino que com dedicação e paciência foi a bússola desta minha produção. Ela mostrou-me caminhos e me deu liberdade para criar.

Aos Professores Doutores Marcelo Flório e Antonio Bonzatto pelas preciosas contribuições na banca de qualificação. Com elas meu trabalho cresceu e aperfeiçoaram-se rumos mais sólidos da pesquisa.

A todos os professores do Programa de Estudo Pós-Graduados em História da PUC/SP que me ofereceram valiosas interlocuções e oportunidades. Em especial a Professora Doutora Maria Antonieta Antonacci pelas aulas valiosas e deliciosas.

Ao CNPq pelo financiamento da pesquisa o que me permitiu uma dedicação integral aos estudos. Isso foi fundamental!

A Betinha, nossa meiga e querida secretária do Programa, obrigada pela compreensão, paciência e amizade.

A Maria Cristina Telles do Amaral pelo empréstimo dos livros sobre psiquiatria, que colaborou para que eu me apossasse deles nesses quatro anos e também por me proporcionar novos horizontes.

Aos colegas de classe em especial a Paula, Antonio Luís, Vitor, Bartô e Rosana.

Ao Danilo de Oliveira Lopes e a Maria Aparecida Blaz, porque entre todos são especiais para mim.

A Ivana de Almeida pelo auxílio carinhoso e competente no abstract.

A Julieta Eleonora Faria de Mello Vianna pelo empréstimo dos exemplares de O Cruzeiro.

A todos aqueles que indiretamente estiveram presentes nessa trajetória como o Sr. Laércio, a D^a. Jacy e Irene entre outros.

E finalmente a todos que me ensinaram a viver e continuam ensinando, seja pelo amor, pela dor ou pelo sonho.

Resumo

O presente trabalho A São Paulo glamourosa. Encantos e desencantos (1949-1959) tem como objetivo compreender uma década do século XX que ficou conhecida como “Anos Dourados”.

Esse clichê trouxe toda uma simbologia que esteve envolvida pela modernização e pela industrialização das principais metrópoles como a cidade de São Paulo.

Entre os encantos visualizados nas propagandas dos produtos destinados ao mercado consumidor, estava a bebida alcoólica.

As temáticas que envolvem os anúncios das bebidas entre outros evocam a maximização da felicidade.

Por tudo isso se fez necessário questionar a década dourada.

Assim foi possível desvelar a outra face dos dourados anos, onde a desilusão e o fracasso ficaram latentes, e a felicidade foi infeliz como cantou a boêmia Maysa.

Nesse universo de encantos e desencantos os discursos médicos vieram legitimar a necessidade do tratamento e da vigilância mas nunca a cura daqueles que foram considerados inadaptados e doentes.

Por fim a medicina veio como uma “oficina de reparos” e os pacientes vieram ora como dependentes de vícios festivos e por muitas vezes ilícitos, ora como dependentes de vícios medicalizados por isso lícitos.

Dessa forma a diferença entre o remédio e o veneno esteve apenas na fórmula e na dose.

Palavra – chave: cidade – propaganda – canção – droga – boemia – medicalização

Abstract

The present paper *A São Paulo glamourosa. Encantos e desencantos (1949-1959)* by Márcia Barros Valdívia , aims to understand a decade of 20th century that became known as “ Golden Years “ .

This cliché brought a simbology that was surrounded by the modernization and industrialization from main metropolis as the city of São Paulo .

Among the charms displayed in the advertisement of the products destined to the consumer market, it was the alcoholic beverage . The thematic that involves the beverage ads , among others evoke the maximization of the happiness.

Because all of this it was necessary questioning the golden decade.

Thus it was possible unveiling the other golden years face where the where the dissapointment and the failure remained dormant, and the happiness was unhappy as sang by the bohemian Maysa.

In this universe of enchantments and disenchantments the doctors' speeches came to legitimize the necessity of treatment and vigilance but never the cure of those who were considered inadequate and patients .

Finally the medicine came as a “ workshop for repairs “ and the patients came sometimes as dependents of festive vices and by often illegal, sometimes as dependents of prescribed vices, therefore lawful.

This way the difference between the medicine and the poison is the prescription and the dose .

Keywords : city – advertisement – song – drug – bohemia - medicalization

SUMÁRIO

<i>Considerações Iniciais</i>	01
<i>Capítulo I – São Paulo: A cidade que seduz!</i>	14
1.1 – <i>O pós-guerra. Dourados Anos?</i>	16
1.2 – <i>Sinta esse prazer!</i>	37
1.3 – <i>“Gente fina, elegante e sincera” procura...</i>	63
<i>Capítulo II – A noite inebriante: fascínios e decepções</i>	91
2.1 – <i>Um café, um cigarro e um trago</i>	93
2.2 – <i>“Felicidade... debes ser bem infeliz”</i>	116
2.3 – <i>Ardores e vícios do coração</i>	129
<i>Capítulo III – Tristeza, glamour e alcoolização</i>	142
3.1 – <i>A tristeza e o desamor: “Maysa confessa: Eu canto meu estado d’alma</i>	143
3.2 – <i>O brilho da infelicidade</i>	166
3.3 – <i>O álcool e o alcoolismo: O que dizem os médicos?</i>	170
<i>Considerações finais</i>	185
<i>Fontes</i>	188
<i>Bibliografia</i>	192

Considerações Iniciais

*“A verdadeira imagem do
passado perpassa veloz. O
passado só se deixa fixar como
imagem que relampeja irreversivelmente
no momento em que é reconhecido...
Articular historicamente o
passado não significa conhecê-lo
como ele de fato foi. Significa
apropriar-se de uma reminiscência, tal
como ela relampeja no momento
de perigo”.*
(Walter Benjamin)

Os embalos, os sons e as letras de músicas conjuntamente com a atração visual para o que é belo e glamouroso, foram os fatores predominantes na sedução para o trabalho com canções e imagens que trazem o clima dos “Anos Dourados”.

A primeira impressão da época ainda na minha adolescência foi formada de uma mistura de ingenuidade e “nostalgia”, a ponto de sentir saudades de um tempo não vivido, esses elementos somados as conversas com as pessoas que nele viveram, as imagens das fotografias, dos filmes, as crônicas, as revistas e os jornais da época trouxeram imagens das roupas, dos bailes, e dos romances com finais felizes.

Outros elementos importantes para visualização dos anos 50 foram as novelas e os seriados que retrataram a década como as mini-séries apresentadas pela Rede Globo “Anos Dourados” exibida em 1986 e “Hilda Furacão” exibida em 1998, como também a novela “Esplendor” apresentada pela emissora em 1999, esses folhetins trouxeram registros sobre a época evocando a beleza, o romantismo, a ternura, a moral, a elegância e o *glamour*.

É difícil pensar a década sem deixar se envolver e seduzir pelos padrões culturais pré estabelecidos à ela dentro e fora do Brasil.

Os meios de comunicação se encarregaram de divulgar a imagem do período cheio de brilho e sedução e até hoje o reproduzem como “Anos Dourados”.

No caso do Brasil isso se deu porque foi fixado a imagem de um país que havia recebido a influência moderna/modernizadora e portanto “promissora” dos EUA que apadrinhava construções e obras de infra-estrutura, modernizava os hábitos e os costumes, *Hollywood* se encarregava de espalhar beleza e sedução nas áreas de influência norte-americana através dos meios de comunicação, dessa forma os EUA expressava o ideal valor dos “Anos de Ouro”.

Isso foi possível porque os EUA foi primeira potência pós Segunda Guerra Mundial, possuía saldo credor dos empréstimos feitos a determinados países durante a guerra e teve seu território praticamente intacto das invasões militares.

O estilo de vida norte-americano foi divulgado nas áreas de influência dos EUA ou seja nos países de dependência financeira, um dos motivos para essa prática de ação sedutora através dos meios de comunicação foram as idéias socialistas nos primeiros anos da Guerra Fria, que segundo o domínio capitalista precisavam ser combatidas.

“Todo *glamour* que envolve a década de 50 a qual ficou conhecida como “Anos Dourados”, dourados porque teria sido um tempo pleno de felicidade, otimismo, romantismo e inocência a época dos concursos de miss e rainha, dos carros importados, dos grandes bailes, das orquestras, das *stars* de *hollywood* ¹”.

É praticamente incalculável os efeitos psicossociais que a modernização norte-americana causou na vida de milhares de pessoas, ainda nos anos 20 e 30, aperfeiçoando sua sedução nos anos 40 e 50.

O automóvel, o cinema, e o rádio simbolizaram o modo de vida norte-americano e essa simbologia atingiu a Europa, a Ásia e os outros países da América. Assim foi disseminado o sonho americano, que com suas imagens e promessas, seduziu o coração das principais metrópoles ocidentais embora não seja particularidade do período analisado todo esse “turbilhão” de objetos, valores, discursos e significados expostos até aqui e que envolvem a relação da modernidade, do moderno e da modernização.

Primeiro porque o conceito de modernidade para Berman, é um tipo de experiência carregada de sensibilidade que é diferenciada e marcada no tempo e no espaço, compartilhada pelos seres humanos até hoje. Esse tipo de experiência cheia de: novidade,

¹ AVANCINI, Maria M. Picarelli. *Nas tramas da fama. As estrelas de rádio em sua época áurea. Brasil anos 40 e 50*. UNICAMP. 1996. p.57. Sobre esse assunto também confira HOBBSAWN, Eric. *A Era dos Extremos. O breve século XX. 1914-1991*. São Paulo. Companhia das Letras, que dedicou um capítulo ao período intitulado: Os Anos Dourados. pp.253 a 265.

poder, transformação, ambição, luta, contradição, esperança, ansiedade, angústia, entre outros elementos é que faz o homem moderno enveredar-se por esse caminho à cinco séculos.

O homem moderno (aquele que vive e experimenta a modernidade) precisa saber lidar com as transformações e incertezas, ou seja, com a modernização.

“O turbilhão da vida moderna tem sido alimentado por muitas fontes: grandes descobertas nas ciências físicas, com a mudança da nossa imagem do universo e do lugar que ocupamos nele; a industrialização da produção, que transforma conhecimento científico em tecnologia, cria novos ambientes humanos e destrói os antigos, acelera o próprio ritmo de vida, gera novas formas de poder corporativo e de luta de classes; descomunal explosão demográfica, que penaliza milhões de pessoas arrancadas de seu *habitat* ancestral, empurrando as pelos caminhos do mundo em direção a novas vidas; rápido e muitas vezes catastrófico crescimento urbano; sistemas de comunicação de massa, dinâmicos em seu desenvolvimento, que embrulham e amarram, no mesmo pacote, os mais variados indivíduos e sociedades²”.

A citação de Berman se faz pertinente para compreender uma parte do século que o autor Eric Hobsbawm chamou de “Era dos extremos. O breve século XX”.

Através das reflexões de Hobsbawm, foi possível refletir sobre a própria imagem construída sobre o século XX e todo o seu poder, como também sobre o processo do imperialismo tão predador iniciado no século XIX e suas conseqüências, entre elas as guerras mundiais e questionar a memória da “Era de Ouro” no pós Segunda Guerra Mundial, em contraste com a “Era da Catástrofe” do período entre as guerras mundiais.

Quando o assunto abordado é o século XX, como também meados e finais do século XIX, é quase impossível não se deparar com o fenômeno da indústria/industrialização que por sua vez está atrelado a modernidade/modernização e que tem laços estreitos com as questões que envolvem o imperialismo e as guerras que a partir de então não tiveram mais limites.

“... a guerra moderna envolve todos os cidadãos e mobiliza a maioria... antes do século XX, as guerras envolvendo toda a sociedade eram excepcionais³”.

Em tempos modernos a produção, o consumo e a morte passaram a ser em grandes quantidades.

² BERMAN, Marshall. *Tudo o que é sólido se desmancha no ar. A aventura da modernidade*. São Paulo. Companhia das Letras. 1988.pp.16-17.

³ HOBBSAWN. Eric. *A Era dos Extremos. O breve século XX. 1914-1991*. São Paulo Companhia das Letras. 1995.p.51.

“O breve século XX”, também tem como característica entre outras a sociedade de massa (produto das multidões) e uma cultura também industrializada que foi cada vez mais se desenvolvendo no decorrer dos anos.

Nas cidades industrializadas ficou visível a relação industrialização/modernização/aglomeração que formaram várias paisagens de consumo já visualizadas no início do século.

Até chegar na década de 50 muita coisa foi se modificando, pelo próprio desenvolvimento, mas uma constatação se faz pertinente até hoje: a necessidade que as sociedades industrializadas tem de consumir.

O fenômeno do consumo é abrangente e minucioso, e precisa de uma análise cuidadosa, pois está diretamente ligado a questão da cultura de massa e da indústria cultural. Com esses conceitos é possível analisar a questão do *American way of life* no Brasil e a construção do clichê dos “Anos Dourados”.

De enorme visibilidade no período a indústria cultural e a cultura de massa constituem um dos elementos que demarcaram as sociedades ocidentais durante o século XX.

O conceito de indústria cultural nasceu com Horkheimer e Adorno⁴ em 1947 e o que contextualizou a elaboração desse termo foi a democracia nos EUA e o nazismo na Alemanha, que para os autores, esses países apesar de sistemas políticos antagônicos, tinham como forma de dominação e poder a manipulação de uma sociedade potencialmente massiva. A análise desses autores visava corroborar o caráter industrial da cultura de massa e consequentemente seus vínculos com as estruturas de poder econômico e político.

Dessa forma a escola de Frankfurt trouxe uma indústria que se pretendeu cultural para desempenhar cada vez mais suas funções de dominação ideológica, todos os seus produtos serviriam para alienação⁵ das massas.

Acontece que numa sociedade onde a indústria se tornou uma grande potência, a produção dos elementos culturais (livros, revistas jornais, etc.) também passaram a ser

⁴ Sobre esse assunto cf. HORKHEIMER e ADORNO in BARBERO, Jesus Martin. *Dos meios as mediações, comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro. UFRJ. 1997.

⁵ Segundo ARANHA, Maria Lucia de Arruda “no sentido jurídico perde-se a posse de um bem, na loucura perde-se a razão e o louco perde o controle de si, na idolatria perde-se a autonomia, na concepção de Rosseau o homem comum perde a compreensão do mundo em que vive... Etimologicamente a palavra alienação vem do latim *alienare alienus* que significa pertencente a um outro, alienar portanto é tornar-se alheio. In *Filosofando. Introdução a Filosofia*. São Paulo. Moderna. 1991. pp.59-62

produzidos em grandes quantidades e foram industrializados. Embasado em Edgar Morin o termo cultura industrial ao invés de indústria cultural foi eleito para este trabalho.

Porque o conceito cultura industrial aflora o caráter industrializado de um gênero cultural correspondente a um determinado estágio social da civilização que está preocupado com o caráter consumista. É exatamente a abordagem do presente estudo que visa compreender a sociedade de consumo e as questões que envolvem a subjetividade dos indivíduos, muito mais do que trabalhar com o conceito de alienação que propõe Adorno e os demais filósofos da escola de Frankfurt, onde suas preocupações estavam em denunciar o papel “perverso” desempenhado pelos meios de comunicação através da indústria cultural.

Para esses estudiosos a indústria cultural é responsável por descaracterizar a cultura erudita, simplificando-a ao máximo para que ela se torne acessível, ao mesmo tempo é destruidora da cultura, induzindo as pessoas a introjetarem e aspirarem valores e modos de vida que não são seus. Desse modo a indústria cultural situa-se fora do campo da verdadeira cultura popular ou erudita, e está a serviço da dominação, impossibilitando a consciência crítica das pessoas.

Mesmo não sendo descartável a reflexão dos frankifurtianos, é preferível não generalizar sobre os efeitos nocivos e manipuladores da comunicação. É importante esclarecer que há necessidade de contextualizar e compreender as influências das expressões culturais, ditas de massa, tanto no que se refere a outros tipos de comunicação que também atuam sobre os indivíduos que recebem ou recusam a partir de seus próprios referenciais.

Dessa forma Edgar Morin destaca-se porque ele entende todo esse processo como uma modalidade cultural muito própria do funcionamento das sociedades industrializadas do século XX.

No começo do século XX, o poder industrial estendeu-se por todo o globo terrestre... cinquenta anos mais tarde um prodigioso sistema nervoso se constituiu no grande corpo planetário: as palavras e imagens saíam aos borbotões dos teletipos, das rotativas, das películas, das fitas magnéticas das antenas de rádio e de televisão; tudo que roda, navega, voa, transporta jornais e revistas; não há uma molécula no ar que não vibre com as mensagens que um aparelho ou um gesto tornam logo audíveis e visíveis... Opera-se esse progresso interrupto da técnica, não mais unicamente votado a organização exterior, mas penetrando no domínio interior do homem e aí derramando mercadorias culturais. Não há

dúvida de que já o livro, o jornal eram mercadorias, mas a cultura e a vida privada nunca haviam entrado a tal ponto no circuito comercial e industrial⁶.

É importante colocar que Morin empregou o termo cultura industrial para designar as características comuns da produção massiva de valores expressos através do cinema, do rádio, da televisão, dos jornais, das revistas entre outros, seja em sistemas de economia capitalista ou socialista. Mas o autor corrobora com o termo cultura de massa as características da cultura industrial nos países capitalistas. É embasado nesse autor e suas reflexões sobre a industrialização da cultura que esse trabalho está embasado conforme a citação:

“As invenções técnicas foram necessárias para que a cultura industrial se tornasse possível: o cinematógrafo e o telégrafo sem fio principalmente. Essas técnicas foram utilizadas com freqüente surpresa de seus inventores: o cinematográfico aparelho destinado a registrar movimento foi absorvido pelo espetáculo, o sonho e o lazer... O vento que assim se arrasta em direção à cultura e o vento do lucro capitalista... Não há dúvida que sem o impulso prodigioso do espírito capitalista essas invenções não teriam conhecido um impulso tão radical e maciçamente orientando. Contudo, uma vez dado esse impulso o movimento ultrapassa o capitalismo propriamente dito: nos começos do Estado Soviético Lenine e Trotsky reconheceram a importância social do cinema⁷.

É de suma importância frisar que o funcionamento da cultura industrial (ou de massa como entende Morin) se estabelece numa espécie de diálogo entre o sistema de produção cultural e as necessidades daqueles que são os consumidores que podem ser universais, mas não são idênticas e nem fixas, mesmo que sejam elas criadas e ou divulgadas pelos discursos hegemônicos, dessa forma fica evidente uma questão importante: a questão da subjetividade e da experiência própria de cada época.

Os elementos que remetem ao clima dos “Anos Dourados” foram construídos pela cultura industrial/de massa⁸ e divulgados pelos meios de comunicação, assim fixou-se o clichê para fornecer um retrato histórico e sedutor da época. Segundo Meneguello:

⁶ MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no Século XX. O espírito do tempo*. Rio de Janeiro. Forense, 1997.p.13.

⁷ MORIN, Edgar.op.cit.p.22.

⁸ Segundo Morin “A cultura de massa se desenvolveu em suas características originais a partir da década de 30, primeiramente nos EUA. Ela constituiu para si uma temática coerente depois da Segunda Guerra Mundial no conjunto dos países ocidentais hipótese geral que se segue deve ser inevitavelmente colocada, essa temática corresponde aos desenvolvimentos da sociedade americana, em primeiro lugar, e das sociedades ocidentais em segundo... O termo cultura de massa como os termos sociedade industrial ou sociedade de massa (*mass-society*) do qual ele é o equivalente cultural privilegia excessivamente um dos núcleos da vida social, as sociedades modernas podem ser consideradas não só indústrias, capitalista... individualistas. A noção de massa é a priori demasiadamente limitada ... Cultura de massa, isto é produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial propagada pelas técnicas de difusão maciça, destinando-se a uma massa

(...) foi quando a comunicação de massa teve sua impulsão, firmando-se enquanto constituidora de subjetividades e disseminando suas temáticas. No Brasil pós-guerra há a explosão das salas de cinema, de suas matinês, de seus ambientes majestosos. A mídia participa desse movimento de se voltar para o futuro e para o exterior, da autoconfiança desses anos, constituindo a referência que sustenta a possibilidade da construção do clichê⁹.

A atração despertada por esse clichê entre outros fatores trouxe inspiração para investigar o período que traz consigo expressões de sociabilidades carregadas de simbologias¹⁰ glamourosas e sedutoras. Outra questão que foi considerável para trabalhar com esse recorte temporal foi a sutil lacuna encontrada na historiografia brasileira a respeito dos anos de 1949 à 1959, a maioria dos trabalhos remete-se à períodos anteriores, por exemplo, as décadas de 20 e ou 30, ou à períodos posteriores entre eles a década de 60.

Por tudo isso se fez necessário questionar a década dourada, entre os encantos visualizados nas propagandas e imagens de época estava o desencanto que foi encontrado adentro dos bastidores do fabuloso e espetacular modo de vida, onde também as canções que narram a traição, a solidão, o desespero, a angústia e o desamor fizeram sucesso.

Então algo de contraditório acontecia naquele tempo e uma indagação surgiu, como foi possível em uma época que emanou felicidade plena e que ficou conhecida como “Anos Dourados” encontrar muitas pessoas com suas vidas marcadas pelo desamor? Porque viveram à noite bebendo e chorando e cantando a falta de amor?

Assim foi possível desconstruir e refletir sobre aqueles anos através de três capítulos que compõe a tese.

O primeiro capítulo São Paulo: A cidade que seduz, tem como objetivo elucidar a sedução que envolveu as propagandas dos mais variados produtos a serem consumidos em

social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos a quem e além das estruturas internas de sociedade (classes, família, etc.)” cf. MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no século XX*. op.cit.14 e 89.

⁹ MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de estrelas: O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Campinas, 1992.p.61.

¹⁰ Compreende-se por símbolo objetos, imagens, personagens que trazem consigo representações muito fortes para o coletivo social passando a interferir, mudar ou criar comportamentos. Segundo Mircea Eliade in *Imagens e Símbolos. Ensaio sobre o Simbolismo mágico religioso*. São Paulo: Martins Fontes, 1991. pp. 8-9 afirma “o pensamento simbólico não é uma área exclusiva da criança, do poeta ou do desequilíbrio: ela é consubstancial ao ser humano; precede a linguagem e a razão discursiva. O símbolo revela certos aspectos da realidade os mais profundos que desafiam qualquer outro meio de conhecimento. As imagens, os símbolos e os mitos não são criações irresponsáveis da psique; elas respondem a uma necessidade e preenchem uma função: revelar as mais secretas modalidades do ser. Por isso, seu estudo nos permite melhor conhecer o homem, “o homem simplesmente”, aquele que ainda não se compôs com as condições da história. Cada ser histórico traz em si uma grande parte da humanidade anterior à História”. Os símbolos são referenciais substitutivos e representativos exemplo: o álcool relaciona-se a alegria, o sol, a vida, a água, a purificação, entre outros exemplos no campo das representações.

especial a bebida alcoólica. Os anúncios analisados foram retirados da revista O Cruzeiro, a escolha para o trabalho com as propagandas da referida revista foi porque esse periódico teve expressiva visibilidade no período estudado.

É importante ressaltar que a sedução foi encontrada em várias simbologias da cultura industrial/de massa que circulavam pela cidade de São Paulo e a tornaram envolvente e atraente como metrópole.

As reflexões sobre este capítulo foram desenvolvidas mediante as inquietações a respeito dos estímulos culturais emitidos pelas propagandas da época, os autores Edgar Morin, Raymond Williams, Ivan Illich, Antony Giddens, entre outros, ajudaram na compreensão sobre esses estímulos nos quais os receptores sociais passaram a ser consumidores de valores encontrados em objetos, bens materiais e substâncias, que propunham o prazer imediato, tornando-os adictos, ou seja, escravos de desejos.

Na década de 50, nas metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro, os estímulos ao consumo foram embasados no *American Way of life*, muito bem expressos nas propagandas da revista eleita como fonte, como também em outros meios de comunicação que ajudaram a solidificar o clichê dos “Anos Dourados”.

A política econômica e social norte-americana baseava-se no pleno emprego e na redução da desigualdade, na segurança social e no progresso tecnológico.

O bem-estar se tornou valor de honra pois toda a sedução estava embasada no discurso de que nenhum homem faminto, doente e desempregado iria gastar seu pouco dinheiro em outra coisa que não fosse alimento e remédio, por isso, esse tipo de pessoa não interessava ao sistema capitalista, era necessário criar a imagem de cidadãos bem alimentados, sadios e empregados para que fossem consumidores de belas moradias, belos vestuários, belos utensílios, enfim para terem o poder da compra e da escolha para que a dinâmica da oferta e da procura caminhasse em ritmo reto e rápido, como a velocidade da luz, irradiando o seu brilho.

Portanto a sociedade especificamente nesses anos que sucederam o pós-guerra, procurou fugir do desencantamento do mundo e satisfazer os anseios que foram divulgados, explicitados e recriados dentro da cultura industrial/de massa que privilegiou o *glamour*.

Através das temáticas repetitivas que auxiliaram na fixação dos valores, foram construídos os mitos que retrabalharam o mal-estar experimentado no pós-guerra, dessa forma ficou evidente que carecia-se de beleza, saúde, juventude, alegria, vida, amizade e

amor, esses elementos conjuntamente com outros tentavam proporcionar felicidade e prazer para que fosse possível suportar a realidade.

As imagens selecionadas e inclusas neste capítulo tem no primeiro momento a função de demonstrar o quanto são atraentes e sedutoras e como que a sensualidade esteve ligada a bebida alcoólica, não e somente no universo da revista O Cruzeiro.

No segundo momento da apresentação das propagandas foi feita análise do significado da bebida alcoólica inserida nas normatizações sociais, não foi utilizado diretamente para a análise o recurso das percepções das cores que compõe cada uma, isso foi feito no terceiro momento de análise onde a maioria das imagens expressa situações sociais afetivas com a presença do álcool.

É notório nesse grupo de imagens a predominância das cores vermelho que traduz a energia, a coragem, a alegria e a extroversão, o amarelo que traduz a iluminação, o conforto, a esperança, a euforia e a espontaneidade, e o azul que traduz o afeto, a paz, a serenidade, a confiança, a amizade e o amor. O trabalho com as cores foi embasado nos autores modesto Farina e Luciano Guimarães entre outros¹¹ quando necessário.

Modesto Farina e Luciano Guimarães que através de seus estudos investigativos sobre a simbologia das cores nas sociedades ocidentais modernas, exploram a capacidade de utilização e compreensão do significado das cores que trazem informações possíveis de serem interpretadas através da percepção visual. Os autores utilizaram da psicodinâmica das cores e da semiótica da cultura como base teórica de seus trabalhos.

Através da maximização da felicidade, surgiu a necessidade de desvelar as tramas e compreender os dramas que a aparência glamourosa da própria época não conseguiu satisfazer e com isso veio a tona a vida daqueles que apesar da época expressar uma radiante alegria, estiveram tristes e inadaptados, entre eles a cantora e compositora Maysa que através de sua vida e carreira artística conseguiu dizer com toda a convicção que a “felicidade deveria ser bem infeliz”.

A escolha pela referida cantora deu-se porque ainda são raros estudos acadêmicos a seu respeito, como também porque sua vida pessoal e artística esteve envolvida com a cidade de São Paulo e pela admiração pessoal de sua bela figura.

¹¹ Sobre esse assunto cf. FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo. Blucher. 1982. Como também GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação*. São Paulo. Annablume. 2000.

Isso posto, segue o segundo capítulo A noite inebriante: fascínios e decepções que tem como principal objetivo compreender o significado das drogas em especial o álcool que foi utilizado como lenitivo contra as sensações de insegurança, medo, ansiedade, fadiga e tristeza.

A vida e a carreira da cantora e compositora Maysa esteve envolvida com o uso e o abuso da bebida alcoólica nos espaços boêmios paulistanos, como entre outros.

A preocupação deste capítulo está no comprometimento em divulgar o mal-estar que também foi sentido no período e a relação com a dependência de lenitivos, especificamente o do álcool, Maysa teve sua vida marcada pelo desamor e pelo vício.

Através da análise das narrativas das canções com o auxílio dos autores Alcir Lenharo, Bia Borges, Maria Izilda Santos de Matos, Paulo Eduardo Lopes, Ernest Schurmam e Luis Tatit entre outros citados na bibliografia, foi feita a análise das letras de canções compostas e ou cantadas por Maysa.

As narrativas cançãoeiras representam muitas “estórias” envolvidas com o desgosto de um amor fracassado, elas foram referenciais para a condição emocional de muitas pessoas inclusive da própria cantora que desde a adolescência já escrevia esse tipo de repertório e freqüentava a boemia.

No espaço boêmio paulistano freqüentado por Maysa entre outros artistas e pessoas foi encontrado a solidão, a busca, o encontro, o desencanto e a fuga encontrada nas drogas entre elas o álcool, como também a música, a dança, entre outras características.

Vista pelos padrões morais da época como o submundo do perigo, da doença, do vício e do desvio, apesar deste trabalho focar a “boca do luxo”, a boemia era muito mais que isso, nela estavam os sujeitos que denunciaram em suas formas de sociabilidade a outra face dos “Anos Dourados”.

Inclusive a relação das pessoas com o álcool na boemia foi totalmente diferente daquela que foi encontrada nas propagandas, onde as pessoas aparecem usando álcool para confraternizar, comemorar e brindar, estão juntas e felizes. No caso boêmio abusaram do álcool porque estavam sozinhas e infelizes.

As canções emitem a imagem do amor nos anos 50 como sinônimo de sofrimento envolvido como a dependência de relações afetivas mal resolvidas e ou idealizadas, com isso ficou visível uma sociedade cheia de contradições onde foi divulgada a maximização

da felicidade, nas propagandas, e por outro lado foi cultivado o sofrimento e a dependência do outro conforme o sucesso que fizeram as canções de “fossa” e “dor-de-cotovelo”.

Com o auxílio dos autores Antony Giddens, Guy Durandin, Ivan Illich, entre outros, foi verificado que os relacionamentos apresentados de forma idealizada no período, produziram a co-dependência e a fixação entre as pessoas que se tornavam inadaptadas e carregadas de apegos a bens materiais e ou afetivos, e como elas tiveram a necessidade de suprir suas carências que foram se tornando cada vez maiores e por muitas vezes utilizaram do álcool entre outras drogas como amenizador do mal-estar.

Maysa foi um exemplo desse tipo de pessoa, as canções e também as imagens de domínio público demonstram um modo muito particular de ser infeliz. É bom esclarecer que as imagens utilizadas nesse capítulo são apenas para fins ilustrativos da vida e da carreira da cantora.

Com isso chega-se ao terceiro capítulo. Tristeza, *glamour* e alcoolização que tem como foco de análise alguns aspectos da vida e da carreira da cantora e compositora Maysa.

A tristeza, a sedução e a beleza entre outras características formaram o arquétipo de uma vida mergulhada no vício, no desamor, no *glamour* e na sedução. Esses elementos estão presentes nas narrativas das canções como nas imagens de domínio público.

As fontes de análise foram bastante significativas porque expõem os sentimentos de Maysa como também de muitos de seus fãs.

Com o auxílio analítico para imagem de Boris Kossoy, Maria do Pilar Araújo, Roland Barthes e Ana Maria da Costa como também Modesto Farina e Luciano Guimarães e para análise das letras de canções Synval Beltrão Júnior, Affonso Romero de Santanna, Valter Kraushe, Paulo Eduardo Lopes, Maria Izilda Santos de Matos, Ernest Schurman, Luís Tatit entre outros autores devidamente citados na bibliografia, foi realizada a leitura das fontes.

O capítulo analisa a trajetória de uma moça que se casou aos dezessete anos dentro dos padrões morais pré-estabelecidos a década, mas que em pouco tempo já demonstrava insatisfações pessoais visíveis nas canções de seu primeiro LP, “Convite para ouvir Maysa”, como também nas imagens que “ilustraram” sua carreira, as cores, os gestos das poses, o olhar, entre outros elementos como as reportagens sobre Maysa, trazem uma mulher que foi mal amada e infeliz, apesar de sedutora e bela.

Maysa personificou em si mesma o referencial da solidão para um período em que houve a dificuldade de se estabelecer relações afetivas e que também foi carregado de representações de relações idealizadas, as quais entraram em choque por muitas vezes com os comportamentos contrários a idealização.

Para a referida análise foram muitos significativos os autores Ivan Illich, Antony Giddens entre outros que permitiram compreender aqueles que foram chamados de inadaptados e doentes pelos discursos hegemônicos.

Com Maysa foi possível trazer a tona modos de vida de seres solitários e insatisfeitos, freqüentadores da boemia e mais do que isso, observar que o álcool entre outras drogas, serviram para a evasão da realidade, foram e ainda são lenitivos para anestesiar os mais variados tipos de mal-estar entre eles, o mal privilegiado nesse estudo: o desamor.

Além disso ficou evidente a relação do ser humano com inúmeras substâncias. Em diversas temporalidades históricas percebe-se que essa relação esteve carregada de conflitos, proibições, fascínios e seduições.

Na década de 50 o álcool teve a classificação de droga lícita, seu uso moderado foi permitido e incentivado mas o abuso condenado, aqueles que abusaram da substância por muitas vezes acabaram em um leito de hospital como na imagem de Maysa que abre o referido capítulo.

Nos hospitais, clínicas e consultórios médicos, os discursos dos profissionais da época foram unânimes em dizer que o abuso do álcool era uma doença que devia ser controlada, normatizada, tratada, medicada, avaliada, combatida, mas nunca curada.

Inclusive a cantora e compositora Maysa foi alvo de classificações e tratamentos médicos.

O que ficou claro nesse caso e de tantas outras pessoas foi a substituição do uso do álcool pelo uso do remédio. Naquela sociedade o indivíduo estava preso em uma rede de busca pelo prazer permitido, ora pela drogadição através do uso moderado de uma droga psicotrópica lícita, vinculada a simbologias propagandísticas sedutoras, ora pela drogadição através da farmacodependência através do uso dos remédios receitados pelos médicos.

O autor Ivan Illich foi extremamente pertinente ao auxiliar essa reflexão que chega a conclusão que:

O uso e ou abuso do álcool e de outras substâncias antes de ser uma questão médica, biológica ou jurídica é um problema cultural.

Com base no referido autor ficou notório que os discursos hegemônicos que atuaram naquela sociedade criaram indivíduos imaturos e dependentes de remédios ou drogas, incapazes de enfrentarem o sofrimento e amadurecerem com as adversidades vividas.

Isso não quer dizer que foram produzidos seres alienados, muito pelo contrário, se assim fosse não haveria a necessidade da fixação da maximização da felicidade contra o sofrimento.

Os discursos hegemônicos da cultura industrializada/ de massa e dos médicos aqui analisados foram muito mais sedutores do que alienantes. Porque a sedução permite ao seduzido interagir e responder sobre seus efeitos.

A resposta foi dada através dos boêmios, dos alcoólatras, dos loucos, dos infratores, dos inadaptados, presentes nas cidades grandes ou pequenas, nos bares públicos ou privados, na “boca do luxo ou do lixo”, nas prisões do corpo e da alma, como expressou Maysa através da tristeza, do *glamour* e da alcoolização.

Capítulo I – São Paulo: A cidade que seduz!



Imagem 1. Vale do Anhangabaú 1958. Fonte: Coleção Fábio de Mello in *São Paulo Metrópole em Transito. Percursos Urbanos e Culturais*. São Paulo. 2004.p.129.

“Eu vejo um novo começo de era, de gente fina, elegante e sincera (...).

Eu vejo a vida mais clara e farta, repleta de toda satisfação”.

(Tempos Modernos/Lulu Santos)

Na década de 50 a cidade de São Paulo se transformava de forma ousada sobre o Planalto Paulista.

O centro da cidade que anteriormente foi formado na região mais próxima do Vale do Anhangabaú, nas imediações da Rua Direita, da Praça Ramos de Azevedo e do Largo São Francisco, se expandia para o outro lado do Viaduto do Chá, cheio de novidade e modernização.

A cidade foi marcada pela industrialização, pelas avenidas, pelos bondes, pelos automóveis e também pela reurbanização, um fator considerável porque acentuou a formação das periferias, das favelas e dos cortiços, enfim a metropolização se consolidava entre o construir e o demolir assim foi feita a expansão urbana.

A década que tem como significado a cor dourada foi bem representada pela São Paulo iluminada e elegante, onde as mulheres saíam de casa com vestidos acinturados, sapatos de salto alto, luvas, jóias e ou semi-jóias, os homens de terno, gravata e sapatos lustrados, ambos podiam complementar o visual com o chapéu.

A “Paulicéia engomada” ainda está presente nas crônicas, revistas, jornais e fotografias, como também nos livros sobre o período e nas memórias nostálgicas de quem viveu na época.

Não faltaram vitrines como da famosa loja Mappin Store localizada na Rua Xavier de Toledo, as casas de chá, cafés e leiterias eram bonitas e aconchegantes, a Leiteria Campo Belo localizada na Rua São Bento, tinha charme, a Confeitaria Vienense na Rua Barão de Itapetininga tinha até apresentação de orquestra, havia também os restaurantes como o Spadoni e o Gigetto na Avenida Ipiranga, isso tudo para aqueles que apreciavam os passeios diurnos, vespertinos e também noturnos.

Já para os freqüentadores das altas horas da noite e das madrugadas, os chamados boêmios, havia aproximadamente vinte e sete bares e ou boates para desfrutarem, o Paribar na Praça Dom José Gaspar, o Brahma Bar, restaurante e boate, localizado na esquina da

Avenida Ipiranga com a Avenida São João, mais o Nick Bar na Rua Major Diogo foram exemplos dos mais famosos, curtidos e renomados lugares entre outros.

A cidade contava apenas com três espaços de teatro: o Boa Vista na Rua Boa Vista, o Santana na Rua 24 de Maio e o Municipal na Praça Ramos de Azevedo. Em compensação havia inúmeras salas de exibição de filmes, os famosos cinemas. Numa parte da cidade entre as Avenidas São João e Ipiranga havia a Cinelândia, ali localizava-se os cines Metro e Marrocos onde era obrigatório o uso de vestes elegantes, como o caso do Cine Marrocos, o homem que não estivesse de gravata era barrado na porta.

Próximo as Ruas 7 de Abril, Bráulio Gomes, Marconi e 24 de Maio estavam as redações dos jornais Diário Associados, (redatores da revista O Cruzeiro), o Estado de São Paulo e Folha da Manhã, os estúdios das rádios Difusora, Tupi, Excelsior e Record, como também as agências de propagandas e as editoras.

Nas revistas em especial na O Cruzeiro, as propagandas publicitárias dos produtos que também circulavam pela cidade através dos bondes e *outdoors*, irradiavam a atmosfera de dias felizes depois do término da Segunda Guerra Mundial e divulgavam valores de uma nova vida à todos que queriam de alguma forma esquecer o conflito mundial, celebrar a paz e também àqueles que desejavam aliviar seus conflitos internos.

No imaginário, tempos de uma nova era repleta de tanta satisfação construiu o clichê dos “Anos Dourados”, seu brilho foi expresso pelas principais cidades entre elas a sedutora São Paulo do pós-guerra.

1.1 O pós-guerra. Dourados Anos?

Naqueles anos, ideais de beleza, charme, sofisticação e sensualidade¹², ao lado de uma moral burguesa representada pelo casamento, pela família, pela virgindade feminina, pelo trabalho, entre outros elementos, simbolizaram uma sociedade saudável, moderna e progressista.

Esse modelo foi muito difundido no Brasil pela infiltração ideológica norte-americana da cultura industrial/de massa, um bom exemplo foi o cinema *hollywoodiano* das décadas de 40 e 50, bastante significativo para a visualização desse período conforme

¹² A sensualidade está relacionada àquilo que é agradável e prazeroso aos sentidos humanos como: o olfato, o paladar, a visão e a audição. Sobre esse assunto cf.: MIQUELIN, Maria Espíndola. *A linguagem da sedução na publicidade do cigarro*. São Paulo. PUC. 1996. p. 3.

analisou o historiador Antonio Pedro Tota. Para o autor, este veículo de comunicação foi uma das maiores inovações norte-americanas na área do entretenimento e o maior divulgador do *American way of life* (modo americano de vida). Segundo o autor:

“O componente ideológico mais importante do americanismo é o progressivismo (...) Associado ao racionalismo, a idéia de um mundo em abundância e capacidade criativa do homem americano. Essa dimensão do americanismo enaltece o homem enérgico e livre, capaz de transformar o mundo natural, graças a isso o mercado poderia oferecer em abundância vários produtos úteis e atraentes, criando uma nova forma de prazer, o prazer de consumir”¹³.

O período estudado tem como ponto de partida as relações íntimas da economia brasileira com o capital norte-americano ainda no período da Segunda Guerra Mundial. Alguns dos objetivos políticos e econômicos da grande potência durante e após o conflito, a nível nacional e internacional, foi manter o pleno emprego, conter o avanço da ideologia socialista e modernizar as economias consideradas atrasadas ou em declínio, agremiando para si áreas de influência.

Para justificar suas ações intervencionistas, os EUA criaram o discurso ideário do bem-estar social. No Brasil durante a guerra em 1941, após a criação da comissão executiva do Plano Siderúrgico Nacional, iniciou-se em Volta Redonda, a construção da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), sendo financiada pela *Export-Import Bank* dos EUA conjuntamente com a participação de capitais nacionais, privados e estatais. Também operou-se a construção da Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) de exploração de minérios, com a finalidade principal de aumentar a renda das exportações e obter recursos para novos empreendimentos.

O impulso à industrialização brasileira estava associado a discursos hegemônicos que divulgavam entre outros valores a segurança nacional e o desenvolvimento econômico, sustentados por um Estado providente que também espalhava sua sedução paternalista através de comícios, panfletos, jornais, entre outros meios divulgadores sobretudo o rádio, que funcionou ao lado do cinema, como um veículo integrado ao contexto.

Foi de suma importância o papel das emissoras de rádios como circuitos culturais formadores e modificadores do imaginário social durante e após a guerra, além de outras

¹³ TOTA, Antonio Pedro na obra *O imperialismo sedutor. A Americanização do Brasil na época da Segunda Guerra* São Paulo. Companhia das Letras. 2000. p.19. O autor faz referencia em sua obra sobre a sedução ideológica do capitalismo e sua influência na sociedade através dos meios de comunicação de massa.

utilidades, o rádio utilizou e difundiu padrões de comportamentos inspirados na ideologia populista que visava a idéia de progresso dominante e o crescente domínio da natureza pelo homem. Segundo esses discursos foi considerável a divulgação desses valores como medidas para o avanço da humanidade, para que isso ocorresse era necessário demonstrar boas relações com o progresso e com a modernização, através de obras gigantescas inauguradas no Brasil e justificadas pelos discursos do poder.

“Ferro, carvão e petróleo (...) são os esteios da emancipação econômica de qualquer país. Desde alguns anos, sem descontinuidade ou esmorecimento, vem o governo estudando a forma de instalar no país a grande siderurgia (...) O problema básico da nossa economia estará, em breve, sob novo signo. O país poderá arcar com as responsabilidades de uma vida industrial autônoma, promovendo a suas urgentes necessidades de defesa e aparelhamento”¹⁴.

Esses, entre outros fatores, fizeram com que o Brasil entrasse na Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945) a favor dos interesses político-ideológicos norte-americanos contra o nazi-fascismo, ainda que nos anos 40, a política interna estadonovista de Vargas possuísse inspiração ideológica no totalitarismo.

“A boa vontade americana era, indubitavelmente acrescida pelo conhecimento de que Vargas havia negociado ativamente com a Alemanha Nazista, a ajuda para a montagem de uma indústria siderúrgica (...) O governo americano já se havia comprometido com a ajuda ao desenvolvimento econômico do Brasil em 1940. Colocando à disposição empréstimos à longo prazo do *Export-Import Bank*, em troca de suas bases no Brasil. O primeiro grande compromisso foi de um empréstimo de 20 milhões de dólares para a nova Cia Siderúrgica Nacional. Esse apoio ao investimento público na indústria básica, em um país subdesenvolvido, refletia uma mescla de motivos, do ponto de vista norte-americano. Por um lado de dar substância econômica a política da Boa Vizinha. Ao mesmo tempo, representava uma tentativa de realizar antigas ambições americanas de maior penetração comercial na América Latina”¹⁵.

Com o fim da guerra e a “derrota” dos regimes totalitários, a postura que Vargas mantinha até então, com características voltadas ao autoritarismo, individualismo e simpatizante do totalitarismo, perdeu algumas de suas referências, já que as forças-armadas

¹⁴ VARGAS, Getúlio in IANNI, Otávio. *Estado e Planejamento Econômico no Brasil (1932 – 1970)*. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira. 1977. pp. 62-63.

¹⁵ SKIDMORE, Thomas. *Brasil de Getúlio a Castelo*. Paz e Terra. 1982. pp.60 – 68. Pressionado pelo governo norte-americano o governo brasileiro rompeu as relações de amizade política econômica com os países do Eixo (Alemanha, Itália e Japão) em agosto de 1942, quando os alemães afundaram vários navios brasileiros. Mas somente em 1944 que os militares brasileiros foram lutar na Europa sob o comando do Marechal Mascaranhas de Moraes.

voltaram da guerra com o espírito ideológico “democrático” e posicionado contra o Estado Novo.

Setores ligados ao exército e grupos de oposições, por exemplo, o grupo que representou a opinião dos intelectuais e artistas democratas no Congresso de Escritores, realizado em São Paulo, pediram o fim do Estado Novo e a “volta da democracia”. Assim, Vargas foi deposto, sendo eleito um parlamento com poderes constituintes. Ocorreu a candidatura de dois militares: o general Eurico Gaspar Dutra, ministro da guerra durante o Estado Novo, representante da situação pela coligação PSD-PTB (Partido Social Democrático, Partido Trabalhista Brasileiro) e o brigadeiro Eduardo Gomes, representante da oposição pela UDN (União Democrática Nacional).

Com a vitória de Dutra (1946 – 1951), o Brasil continuou no período intitulado a da Democracia Populista no Brasil (1945 – 1964), trazendo a herança populista¹⁶ dos anos anteriores.

O recorte temporal desse trabalho perpassa o período da primeira década da Guerra Fria entre os anos de 1949 à 1959, iniciando-se com o governo Dutra (1946 – 1951) passando pelo último governo Vargas (1951 – 1954) e finalizando com o primeiro período do governo de Juscelino Kubitschek (1956 – 1961).

Nos anos 50, o processo de industrialização brasileiro com ênfase na idéia de substituir a importação de produtos industrializados pela criação de indústrias nacionais e na modernização, foi apoiado pelo capital externo. Por exemplo: o plano SALTE durante o governo Dutra, que foi caracterizado por uma administração onde o Estado na concepção do novo governo devia interferir nas áreas sociais fundamentais como: na saúde, na alimentação, no transporte, na energia, desses setores elaborou-se o nome do plano formado pelas iniciais daquelas áreas de atuação. Entre outras obras esse plano proporcionou a pavimentação da rodovia Rio de Janeiro – São Paulo que levou o nome do presidente, Rodovia Eurico Gaspar Dutra.

Na política externa, Dutra estreitou laços com os EUA, aliando-se contra a União Soviética decretando a ilegalidade do Partido Comunista Brasileiro (PCB).

¹⁶ Os governos populistas caracterizam-se por atrair as massas populares a participarem do processo político. Essa participação em geral com grande visibilidade nos meios de comunicação, na verdade é submetida à direção governamental e as reivindicações populares nem sempre são atendidas. O governo conta no entanto com o apoio do povo para eleger ou reeleger-se conduzindo e manipulando as ambições nacionais, o populismo substituiu a ordem oligárquica da República Velha sem dar aos trabalhadores a autonomia política. Sobre esse assunto cf. SKIDMORE. Op.cit.

O mandato do General Dutra encerrou-se em 1951, foi substituído na presidência por Getúlio Vargas que venceu as eleições realizadas em 1950.

“Ao assumir a presidência em janeiro de 1951, Getúlio se deparava com um Brasil muito diferente do país que havia governado como presidente autoritário de 1937 a 1945. A sociedade brasileira apresentava uma estrutura de classes mais nitidamente diferenciada do que a do tempo do Estado Novo, especialmente nos primeiros anos. O duplo processo de industrialização e urbanização se ampliara e fortalecera em três setores: os industriais, a classe operária urbana e a classe média urbana (...) Durante o princípio da década de 50, contudo, a questão do desenvolvimento econômico veio gradativamente a ocupar a atenção dos políticos que, cedo, viram que as implicações políticas do estabelecimento das diretrizes econômicas não poderão ser ignoradas por muito tempo (...)”¹⁷.

No final dos anos 40 e início dos anos 50, a industrialização do país embora dependente do capital externo, era um fato irreversível. A expansão capitalista e urbana aumentava a importância das classes sociais “emergentes”, eram elas: a burguesia industrial e financeira, as camadas médias ligadas à burocracia estatal, às empresas privadas e ao setor de serviços urbanos, como também o operariado, em sua maioria concentrado na região Sudeste.

A construção da Petrobrás durante o último governo Vargas foi um dado que marcou sua administração, preocupado com o desenvolvimento industrial do país que até então era carente de infra-estrutura energética, aprovou a criação da Petrobrás, empresa estatal que detinha o monopólio de exploração e refino de petróleo, além disso Vargas criou o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), afim de incentivar a indústria nacional. O nacionalismo, o intervencionismo e o paternalismo características varguistas¹⁸ foram presentes naquele momento.

Com a morte de Getúlio Vargas, o vice presidente Café Filho assumiu o poder. No ano seguinte houve eleições para presidência e venceu Juscelino Kubitschek de Oliveira.

O projeto futurista de Juscelino Kubitschek trouxe o *slogan*: “50 anos em 5”, investindo na indústria automobilística e na construção de Brasília. Seu Plano de Metas priorizou os setores energéticos, industriais, educacionais, alimentícios e de transportes, com isso favoreceu a entrada do capitalismo internacional no Brasil.

¹⁷ Idem. Ibidem. pp. 111. 112.

¹⁸ O nacionalismo varguista (1951-1954) tinha assim duas facetas: Era, por um lado, uma estratégia de política econômica que não rompia inteiramente com o capital internacional e imperialista. Por outro lado, tratava-se de uma ideologia elaborada e imposta pelos grupos que controlavam o Estado e que procuravam associar os interesses burgueses com os interesses do “povo brasileiro”, como se todos fossem passíveis de homogeneização. Sobre o governo Vargas entre 1951-1954. Cf. SKIDMORE. Idem.

O Estado burguês cada vez mais tomava forma e se estabilizava gradativamente nos anos seguintes.

Aos poucos, grandes empresas monopolistas internacionais transferiram para o Brasil parte de sua tecnologia, já ultrapassada nas matrizes. Os investimentos concentravam-se principalmente nas indústrias de eletrodomésticos, aparelhos eletrônicos, máquinas, equipamentos, comunicações e, especialmente, na indústria automobilística de enorme visibilidade no governo JK. Volkswagen (investimento alemão), Simca (investimento francês), Willys Overland (investimento norte-americano) são exemplos, eram elas representantes da expansão imperialista das potências que trouxeram ao mercado brasileiro seus produtos sedutores. O fato do nacionalismo varguista dos anos anteriores ter apresentado divisões em seu interior, preparou o terreno para a condução do país por JK e seus projetos.

“A consequência principal da crise do governo de Getúlio foi assim a adesão progressiva de grande parte da burguesia local ao capital estrangeiro. Ou seja: a aceitação da política desenvolvimentista, que implicava novas formas de dependência: dependência tecnológica, pois as empresas aqui instaladas continuavam importando equipamentos e máquinas, e financeira decorrente das remessas de lucros feitas por essas empresas, dos gastos com importação de máquinas e equipamentos e dos empréstimos e juros a serem pagos. A dependência econômica acentuava também a dependência política, passando os representantes do capital externo a exercer influência crescente na política interna do país”¹⁹.

As estratégias desenvolvimentistas apoiadas no capital externo tiveram enorme visibilidade nos projetos de JK, com a abertura do mercado interno para a entrada de diversas indústrias e com o barateamento do fornecimento de matérias-primas, iniciava-se o seu projeto de levar o Brasil a 50 anos de progresso em 5 anos de governo.

“Prenunciado nos discursos do candidato, o clima reinante nos primeiros anos de governo era de entusiasmo e confiança ilimitada na “aspiração social nova”. Para alcançá-la dizia JK – todo sacrifício deve ser “encarado como uma espécie de redenção”. A industrialização era apresentada, tal e qual nos anos 30, como chave de emancipação de todos e a conquista do bem-estar geral. Brasília, a nova capital cuja construção JK audaciosamente iniciou, representava o sinal “dos novos tempos”, apontando para “um novo Brasil” “uma nova maneira de ser”²⁰.

¹⁹ ALENCAR, Francisco. *História da Sociedade Brasileira*. Rio de Janeiro. editora Ao livro técnico. 1981.p.292.

²⁰ SKIDMORE, Thomas. Op. cit. p. 207.

Desenvolveu-se aos poucos durante esses três mandatos presidenciais uma mentalidade progressista que passou a formar os discursos hegemônicos, contribuindo para que o clichê “Anos Dourados” se solidificasse como imagem de um tempo repleto de maravilhas.

Mas o ciclo de crescimento e desenvolvimento do Brasil na década de 50, também teve seu outro lado, a economia brasileira marcada pela dependência do capital externo, baseada em padrões tecnológicos do capitalismo europeu e norte-americano que “sustentou” os novos ramos industriais (automóveis, eletrodomésticos, têxteis, sintéticos, etc.), absorviam limitadamente a mão de obra disponível e acentuavam o caráter concentracionista e internacionalizado da economia brasileira. Os benefícios se estendiam para burguesia, para as camadas médias e altas (engenheiros, analistas, técnicos), já os “soldados do desenvolvimento” como eram chamados os operários, participavam de forma desigual das maravilhas sedutoras do capitalismo.

Dessa forma o processo do desenvolvimento econômico e social brasileiro não se realizou de maneira uniforme. Os discursos hegemônicos da época corroboraram a necessidade de auto-afirmação que os países chamados de subdesenvolvidos tiveram em relação aos seus próprios processos de modernização. Porque ocorria na prática uma defasagem entre o projeto modernizador e as condições sócios-materiais para concretizá-lo efetivamente, devido ao processo histórico dos países que tiveram um passado colonial como o caso do Brasil.

O que existiu de fato foi a elaboração de necessidades individuais que despertaram desejos e alimentaram sonhos que foram acalentados pelos sujeitos sociais, mas inspirados nos referenciais estrangeiros, especificamente no pós Segunda Guerra Mundial.

Além da dependência econômica exposta até aqui, o Brasil pareceu “esforçado” para ser semelhante ao mundo “civilizado” de europeus e norte-americanos, revelando o empenho de se esculpir um retrato do povo brasileiro com princípios e valores trazidos de fora.

É bastante significativo ressaltar que o conceito de modernidade, moderno e modernização foram produzidos primeiramente nas sociedades européias²¹.

²¹ O autor Marshall Berman faz uma divisão histórica a respeito do conceito de modernidade (que para ele é um conjunto de experiências), dividindo a primeira fase do início do século XVI até o final do século XVIII, a segunda fase tem início nas ondas revolucionárias de 1790 com a revolução Francesa e a terceira e última fase inicia-se no século XX. Ao longo das fases desenvolveu-se os conceitos de moderno e modernização. Sobre

Esse fenômeno também tem relação com aquilo que Renato Ortiz chamou de “A moderna tradição brasileira”, ou seja, uma sociedade que se transformou, mas que ainda cultivava a lembrança de uma modernidade nacional com referenciais do imaginário estrangeiro²².

“Desde o pós-guerra, as grandes cidades mundiais passaram por processos de redefinição das funções urbanas de readequação da malha ocupacional do espaço visível na tendência a desconstrução de bairros étnicos na reestrutura das relações inter e intrametropolitanas (...) As facilidades oferecidas pelos governos brasileiros para a entrada de capital estrangeiro aceleraram o processo exigindo apenas que os interessados se associassem aos brasileiros ou comprassem suas empresas (...) As conseqüências avassaladoras da desnacionalização do parque industrial eram em parte compensadas pela introdução de métodos modernos(...)”²³.

A ambição ao moderno e à modernidade foi aos poucos impondo os seus valores e significados inspirados nos moldes do *american dreams* (sonho americano), que foi iniciado nos tempos do entre guerras nos EUA. As indústrias cresciam de forma veloz sejam elas de bens de consumo duráveis, automóveis, eletrodomésticos etc, quanto as de entretenimento rádio, cinema, jornais, revistas entre outros.

Sobre a experiência da modernidade segundo Marshall Berman:

“(...) ela nos despeja a todos num turbilhão de permanente desintegração e mudança, de luta e contradição, de ambigüidade e angústia. Ser moderno é fazer parte de um universo no qual, como disse Marx, “tudo o que é sólido desmancha no ar”²⁴.

A industrialização e a modernização trouxeram consigo algumas características que marcaram esses dois fenômenos como únicos, uma delas foi a concentração de pessoas nas cidades, o fenômeno da multidão presente até hoje.

“Se nos adiantarmos cerca de um século, para tentar identificar os timbres e ritmos peculiares da modernidade do século XIX, a primeira coisa que observaremos será a nova paisagem, altamente desenvolvida, diferenciada e dinâmica, na qual tem lugar a experiência moderna. Trata-se uma paisagem de engenhos a vapor, fábricas automatizadas, ferrovias, amplas novas zonas industriais; prolíficas cidades que cresceram do dia para a noite, quase

esse assunto cf. BERMAN, Marshall. *Tudo o que é sólido se desmancha no ar. A aventura da modernidade*. São Paulo. Companhia das Letras. 1986. pp.16-17.

²² Sobre esse assunto cf. Ortiz, Renato. *A moderna tradição brasileira: Cultura Brasileira e indústria cultural*. São Paulo. Brasiliense. 1994.

²³ ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *Metrópole e Cultura São Paulo no meio do século XX*. Edusc. São Paulo. 2001. p. 55.

²⁴ BERMAN, Marshall. *Tudo o que é sólido se desmancha no ar*. op.cit.p.15. O autor trás para a introdução desta obra o título: *Modernidade: Ontem, hoje e amanhã*. Realizando uma riquíssima reflexão sobre diferentes temas e inovações das fases da modernidade e modernização, incluindo as questões políticas, tecnológicas, filosóficas e científicas e suas conseqüências sociais em cada período.

sempre com aterradoras conseqüência para o ser humano; jornais diários, telégrafos, telefones e outros instrumentos de *media*, que se comunicam em escala cada vez maior; Estados nacionais cada vez mais fortes e conglomerados multinacionais de capital; movimentos sociais de massa, que lutam contra essas modernizações de cima para baixo, contando só com seus próprios meios de modernização de baixo para cima; um mercado mundial que a tudo abarca, em crescente expansão, capaz de um estarrecido desperdício e devastação, capaz de tudo exceto solidez e estabilidade”²⁵.

A ordem capitalista seguia um esquema onde a indústria localizada de preferência na cidade, atraía pessoas que em sua maioria trabalhava na fábrica, explorava pessoas e matérias primas, produzia produtos para serem consumidos em grande escala e gerava competição sem limites, e aglomerava pessoas no espaço urbano.

Diante do *American way of life* (modo americano de vida), muito bem expresso nos meios de comunicação foi apresentado à sociedade brasileira a necessidade do bem-estar, expresso no consumismo de bens materiais, já que as indústrias estavam produzindo novidades como: eletrodomésticos, automóveis, imóveis, roupas e acessórios que marcavam a época e delineavam estilos. As pessoas foram seduzidas a ter bens materiais para que pudessem aceitar o convite para entrar na sociedade de consumo, desde que tivessem o passaporte principal: “o capital”.

Outra questão apresentada foi a preocupação com a reorganização do espaço urbano, o embelezamento, o saneamento e a normatização passaram a representar a “ordem e o progresso”, para isso, fazia-se necessária a presença de profissionais que através de seus estudos científicos e racionais colocassem em prática esses ideais.

São Paulo como metrópole foi o grande foco iluminador, caminhando a largos passos para a industrialização ao lado do Rio de Janeiro, capital do país. Ambas as cidades davam a visibilidade do desenvolvimento, do progresso, da ciência, da tecnologia, da abundância, da racionalidade, da eficiência, enfim do estado ideal de bem-estar.

“Na década de 50, alguns imaginavam até que estaríamos assistindo ao nascimento de uma nova civilização nos trópicos que combinava a incorporação das conquistas materiais do capitalismo”²⁶.

Dessa forma, o estilo de vida norte-americano oferecia a esperança e os sonhos de consumo, verificados principalmente nas metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro²⁷,

²⁵ BERMAN, op.cit.p.19.

²⁶ CARDOSO, de Mello João M. NOVAES, Fernando A. “*Capitalismo Tardio e Socialidade Moderna*” in NOVAES, A. SCHUARCZ, Lilia Mortiz (org). *A história da vida privada no Brasil. Contrastes da intimidade Contemporânea*. São Paulo Cia das Letras. 1998.p. 56.

onde foi visível a euforia consumista, otimista e progressista daqueles anos. Em São Paulo, no final dos anos 40:

“Caminhar por esta cidade nos últimos tempos, é estar constantemente em meio a construções. A pacata Av. Ipiranga está se tornando um corredor de prédios. O chamado edifício Esther está sendo afogado pelos vizinhos e o suntuoso edifício Itália começa a cobrir a visibilidade de boa parte da área. Os prédios baixos vão sendo encobertos pela altura dos novos, a ajardinada Praça da República parece um vaso em meio a tantas edificações, e a Escola da Praça soa como lembrança de tempos remotos. (...) cinemas, bares e restaurantes, edifícios comerciais e escritórios, lojas finas e especializadas passariam a receber um número cada vez mais de habitantes que têm suas atividades ligadas ao centro velho e novo”²⁸.

A cidade de São Paulo nos anos 50 acompanhou muito bem o ritmo do progresso, incorporando em si mesma o orgulho de transformar-se em modelo de metrópole. São Paulo submeteu-se às modificações consideradas necessárias para que as diretrizes dos planos políticos e econômicos de reurbanização se concretizassem.

Os locais descritos por Gama, conforme apontados, como cinemas, bares, restaurantes, edifícios comerciais, escritórios, lojas finas, entre outros, passaram a movimentar ainda mais a cidade, criando rumos de circulação de pessoas produzindo alguns estilos de sociabilidades que marcaram a década. Por exemplo, o hábito de ir ao cinema, passear nas ruas vendo vitrines, frequentar bares e restaurantes, teatros e bailes, ou “simplesmente” desfilar com o último modelo de automóvel, saído diretamente da indústria automobilística incentivada pelo governo e mantida com o capital externo.

Para compreender o que se passou culturalmente no período é de fundamental importância pensar a experiência e os modos de percepção de um dado período histórico como propõe Walter Benjamin.

“A história é objeto de uma construção cujo lugar não é o tempo homogêneo e vazio mas um tempo saturado de agoras”²⁹.

²⁷ Por questões metodológicas e de acordo com o trabalho de orientação, esta pesquisa vai focar a cidade de São Paulo e de acordo com as necessidades da reflexão, será abordado as interlocuções com o Rio de Janeiro entre os anos de 1949 à 1959.

²⁸ GAMA, Lucia Helena. *Nos bares da vida. Produção Cultural e Sociabilidade 1940-1950*. São Paulo. SENAC. p. 213. A autora se refere ao centro Velho destacando as regiões da Rua Direita, Largo São Francisco, Praça Ramos, Anhangabaú e imediações, já o centro novo corresponde a Praça da República, Rua Barão de Itapetininga, Av. Ipiranga, Rua Dom José Gaspar, Rua Maria Antônia, Rua 7 de abril e imediações.

²⁹ BENJAMIN, Walter. *Magia Técnica, Arte e Política. Ensaio sobre literatura e história da cultura*. São Paulo. Brasiliense. 1987.p.229.

Como a realidade para esse autor é algo descontínuo e móvel, permite pensar historicamente as relações das transformações o universo modernizado e os diversos modos de percepções, sensibilidades e experiências sociais através dos vestígios deixados no tempo como imagens (fotografia, cinema, propaganda), sons (músicas e canções), poemas e crônicas. Entre eles, um elemento chamou a atenção, a simbologia sensual em torno das bebidas alcoólicas.

A preocupação deste trabalho está exatamente em perceber os modos de vivências e experiências que marcaram a época através do consumo alcoólico o que não envolveu simplesmente uma relação direta das pessoas com o álcool e sim uma complexa rede de valores emitidos pelos discursos hegemônicos que facilitaram a relação do ser humano com a droga.

O primeiro contato com esse tipo de consumo foi com imagens cinematográficas *hollywoodianas*, já que o cinema foi bastante expressivo e freqüentado, não somente na cidade de São Paulo.

“Mas se havia uma prática cultural mais forte ainda que a dança, a música e o esporte era sem dúvida o cinema, que era uma soma disso tudo e muito mais (...) O cinema hollywoodiano é uma arte complexa, um somatório de técnicas revolucionárias de comunicação visual, como o close-up, os efeitos emocionais dos recursos de edição, cadência, ritmo, iluminação, som, música, expressão facial, corporal, os encantos da juventude, os movimentos coreográficos, atléticos, a maquiagem, os penteados, as roupas e fantasias, as peças e figuras de estilo e essa força de poder tão esmagador quanto misterioso que é o *sex-appeal*, tudo isso ampliado na tela colossal, irradiando seu hipnótico brilho prateado no escuro do teatro (...) Nunca um único sistema cultural teve tanto impacto e exerceu efeito tão profundo na mudança do comportamento e dos padrões de gosto e consumo de populações por todo o mundo, como o cinema de *Hollywood* no seu apogeu”³⁰.

Muitas pessoas da geração dos anos 40 à 60 já assistiram à cenas de filmes que traduzem o clima sedutor em torno do cigarro e do álcool, contracenadas por atores da estirpe de Rita Hayworth, Bette Davis, Joan Crawford, Elizabeth Taylor, Ava Gardner, Marilyn Monroe, Humphrey Bogart, Cary Grant, Frank Sinatra, entre outros, personificados nos “bares da vida” *hollywoodianos* ao som de um piano embalando canções.

³⁰ SEVCENKO, Nicolau *A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio* in NOVAES, Fernando A. *História da vida privada no Brasil*. Cia das letras. 1998. col. 3 pp. 597 – 602.

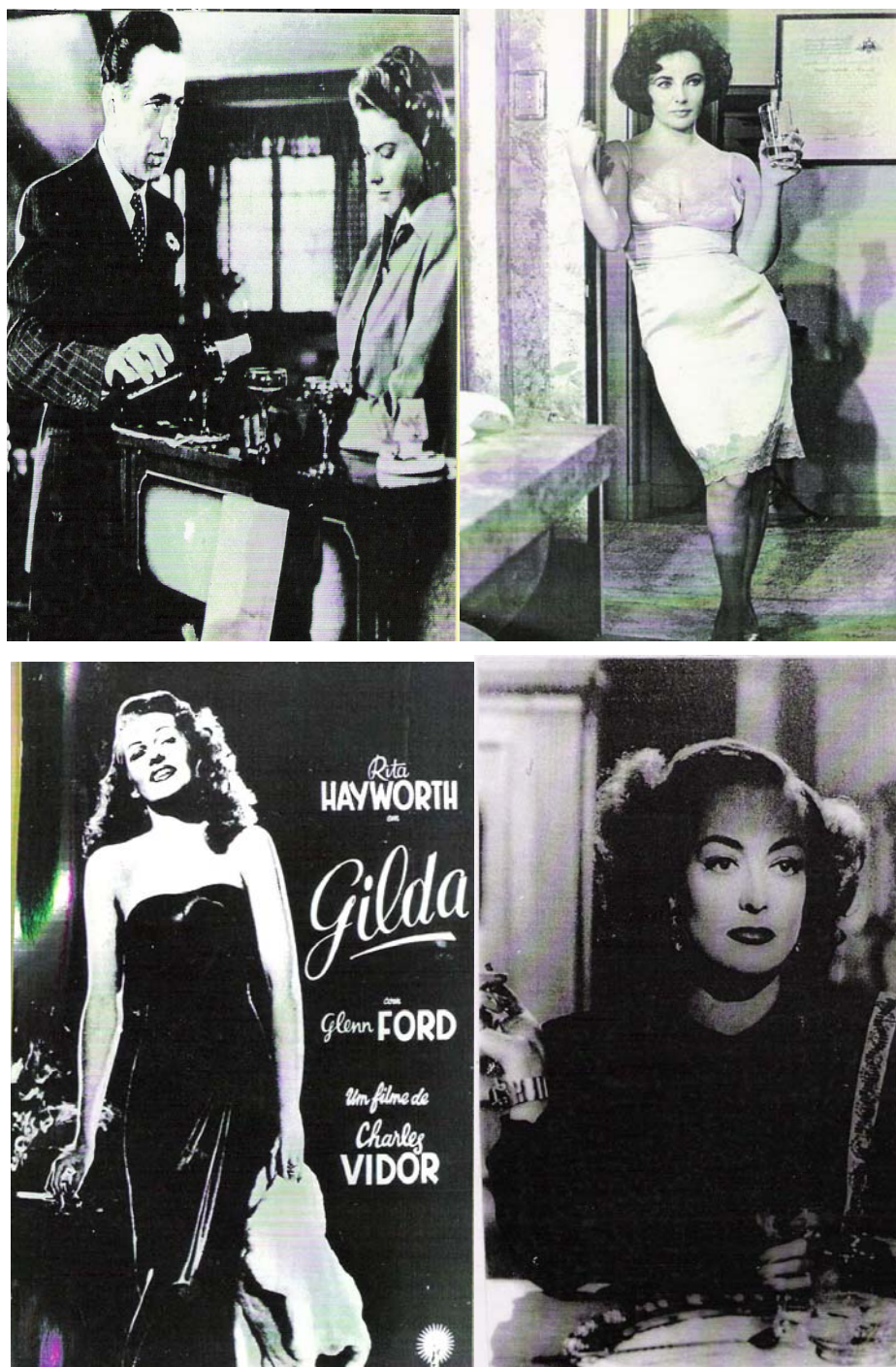


Imagem 2. Fonte: Montagem feita através do trabalho da autora: MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de estrelas: O cinema hollywoodiano na mídia brasileira nas décadas de 40 e 50*. Campinas, 1992.

Existe um forte apelo sensual em torno da bebida alcoólica a partir dos modelos *hollywoodianos*. Essa sensualidade também é visível nas propagandas utilizadas como fonte, onde o álcool aparece como sinônimo de prazer, alegria e causador de bem-estar.

O trabalho foi feito com as propagandas retiradas da revista *O Cruzeiro*³¹, porque esse periódico foi de expressiva visibilidade no período estudado (1949 à 1959).

Para encontrar as propagandas de bebidas alcoólicas, alguns exemplares da revista foram pesquisados e foi visualizado uma rica variedade de assuntos sobre o período, a nível nacional e internacional, são fascinantes as suas páginas coloridas, as suas seções e suas colunas³², a revista está carregada de sensualidade. Foi atraente, bonita e interessante ao público leitor começando pelas suas capas, conforme demonstradas nas páginas seguintes, levando ao prazer pelo desejo de ver, o qual Freud chamou de *escopofilia*³³.

No primeiro momento da apresentação das imagens feita a seguir, ocorre a preocupação de ilustrar como elas foram aparecendo já nas capas das revistas e foram convites não somente ao trabalho de pesquisa analítica direcionado as propagandas das bebidas alcoólicas, mas também a apreciação de outros detalhes imagéticos que foram

³¹ A revista *O Cruzeiro* foi fundada em 1928 por Assis Chateaubriand sem “O” inicial que lhe daria renome. Sobre esse assunto cf. MORAIS, Fernando. *Chatô - O Rei do Brasil*. São Paulo. Companhia das Letras. 1994. pp. 187-188. Nessa pesquisa é utilizado o conceito de propaganda, embora este esteja vinculado à publicidade, mas é importante esclarecer as distinções e semelhanças entre os dois termos: A publicidade é uma decorrência do conceito de propaganda, mas a publicidade se destina a tornar uma determinada empresa conhecida e vender o seu produto no mercado, (termo que aparece por volta de 1925). Já a propaganda se refere a técnicas utilizadas para promover ações individuais ou coletivas a adesão de um dado sistema ideológico político social ou econômico, portanto divulgando a idéia. Edgar Souza Santos na dissertação de mestrado: *Elegância e Saúde “as representações da prática de fumar na propaganda” 1910 a 1940* PUC SP 2001. p. 24 a 26, discute e esclarece a questão “... o governo brasileiro desejando que o povo beba mais leite, por motivos de saúde, manda fixar cartazes nas ruas e faz em rádio e televisão anúncios estimulando o público “Beba mais leite”. Isto é propaganda” Ressalta-se que esta poderia se transformar em publicidade se após a palavra leite fosse acrescentado uma determinada marca, estimulando seu consumo, conclui-se que a publicidade se destina especificamente ao valor comercial e a propaganda a divulgação de um hábito ou idéia, por isso optou-se pelo conceito de propaganda, pois este trabalho está preocupado com a divulgação da idéia de consumir a bebida alcoólica independente da marca.

³² O índice da revista está organizado com as seguintes seções: Artigos, Reportagens, Seções, Humorismo, Conto e Romance, Cinema, Figurinos, Assuntos Femininos. Algumas dessas seções eram subdivididas em colunas, por exemplo: a seção sobre assunto feminino contava, por exemplo, com as colunas: Lar – Doce – Lar, Da Mulher para a Mulher, Elegância E Beleza, entre outras. A seção sobre cinema contava com duas colunas: Cinelândia e Cine Revista, a seção sobre música contava com duas colunas: Música e Música popular. As colunas que mais chamaram a atenção foram as quais foram citadas e que possibilitaram visualizar os aspectos sociais de época.

³³ “Os teóricos dos filmes... na tentativa de compreender o apelo universal dos filmes de Hollywood, produziam um comentário crítico, sobre o assunto, usando as noções freudianas... O prazer de olhar... libera desejos da libido... Em termos genéricos o ato de ver, abre a questão da natureza da sensação visual”. cf. SAMUEL, Raphael. In *Revista Projeto História. História e imagem* 21, novembro de 2000. pp.33 – 34.

tornando o trabalho muito prazeroso, embora os limites da pesquisa e da análise fez concentrar a atenção nas fontes propagandísticas.



Imagem 3. Fonte: O Cruzeiro, 19 de outubro de 1957. Rio de Janeiro. Capa.



Imagem 4. Fonte: O Cruzeiro, 22 de novembro de 1958. Rio de Janeiro. capa. Amostra das capas da revista desde sua fundação em 1928.

A revista O Cruzeiro, trouxe a oportunidade de tomar contato com expressões sociais da época, e serviu como porta de entrada ao fabuloso espetáculo que este trabalho de pesquisa tem o objetivo de desvelar. Uma das características que chamou a atenção nas revistas foi a explícita e incontável presença de rostos femininos e a promoção dos valores de feminilidade como observou Morin sobre as revistas da época:

“Herdeira da cultura burguesa (...) a cultura de massa dirige naturalmente para a promoção dos valores femininos. Os temas “femininos” (amor, lar, conforto) são identificativos (...) a afirmação da individualidade privada, o bem-estar, o amor, a felicidade (...) Esse microcosmo é, além disso, o núcleo mais ativo da cultura de massa com sua incitação intensiva à imitação, ao consumo, à conduta (...) Um rosto de mulher reina sobre as capas das revistas sejam elas femininas ou não (...)”³⁴.

Presente nas capas, reportagens, propagandas entre outros conteúdos das revistas, os rostos femininos colaboravam para que a sedução fosse divulgada de forma expressiva dentro dos valores morais da época, porque o importante era seduzir, amar e viver confortavelmente e feliz, o modo de vida espetacular e ideal se manifestava fortemente.

“Você encontrará muitas outras reportagens e seções na presente edição. Humorismo, cinema, moda, literatura. Em suma **o espetáculo vai começar quando você adquire o exemplar**” (grifo nosso)³⁵.

O espetáculo do entretenimento, como também a sedução em torno da bebida alcoólica, não se restringia às páginas da revista O Cruzeiro. Outras revistas e até mesmo alguns suplementos dos jornais da época traziam esse significado, entre outros recursos utilizados no jornalismo como, por exemplo, o suplemento que acompanhou o Jornal Correio da Manhã todas as sextas-feiras.

³⁴ MORIN, Edgar.op.cit.p.143.144.

³⁵ *Conversando com o leitor*. O Cruzeiro, 19 de maio de 1956. p. 10.



36

A partir da postura ideológica democrática que o governo tomou com o fim do Estado Novo, a imprensa passou por reformulações trazendo novidades tanto na forma de redação quanto na ilustração. É o caso específico da imagem acima, onde a sensualidade associa-se ao álcool na taça segura por mãos de “*femme fatale*”. Bons exemplos são os suplementos e encartes de jornais. Tratavam de assuntos diversos e de interesses gerais que abordavam desde temas femininos a artigos políticos, mas sempre com o caráter de fácil leitura.

Na página seguinte segue um conjunto variado de propagandas que de forma espetacular, conforme a intenção do editorial da revista, propagou a idealização dos valores sociais da época.

³⁶ Imagem 5. Fonte: Suplemento do jornal *O Correio da Manhã* in: *Nosso Século*. São Paulo. Abril Cultural, 1980. p. 249.



Imagem 6. Fonte: Montagem feita através de propagandas publicitárias retiradas das revistas O Cruzeiro no período analisado por esta pesquisa.

Este conjunto de propagandas apresentadas na revista *O Cruzeiro* e focadas na página anterior, dialoga com o universo da cultura material que estava se construindo à época, evocando outros hábitos e sensações que foram propostos para serem desfrutados durante o pós-guerra, época no qual o desenvolvimento industrial foi evidente.

A funcionalidade tornava-se um valor de grande importância à vida humana, dentro e fora das indústrias, somada com a praticidade, atributos que sobressaíram às linhas de produção e penetraram nos espaços privados, invadiram os lares e determinaram certos valores e hábitos pessoais aqui demonstrados., da esquerda para direita, são eles: elegância, bom gosto, atração, beleza, urbanização, metropolização, hábitos diurnos e noturnos, lazer, liberdade, saúde, requinte, *glamour*, romance, feminilidade, cavalheirismo, praticidade, rapidez, eficiência, dinamismo, novidade, durabilidade, utilidade, modernização, confiança, e sedução.

Nos diversos anúncios publicitários existe a propagação de inúmeros temas e adjetivações que ajudaram a construir a época dourada em “tempos modernos, repletos de tanta satisfação”.

A presença dessas publicidades propagou sensações que vem confirmar uma memória monumental³⁷ sobre o período, onde o crescimento industrial, como já foi colocado, foi grande e o Brasil experimentava a construção da modernização acelerada.

Cyro de Barros Rezende Filho fez uma análise sobre o domínio norte-americano em suas áreas de influência, sobre a aceleração das tecnologias e o consumismo nos primeiros anos do pós-guerra (1949-1959). Segundo o autor:

“Nos dez anos que se seguiram o término da Segunda Guerra Mundial, que em mais de um aspecto pode ser vista como uma tentativa de solucionar “definitivamente” os problemas que a Grande Depressão causava ao sistema econômico capitalista, marcaram-se as bases sobre as quais se assentaria o capitalismo (...) A emergência do estado de Guerra Fria já em 1946 (...) e a imposição Soviética do bloqueio de Berlim em março de 1948, determinariam que a hipótese de um confronto entre os dois sistemas econômicos antagônicos (...) entrasse na composição da estratégia mundial norte americana. Conseqüentemente a pesquisa e a produção industrial de materiais bélicos foi incentivada continuamente em termos estatais, permitindo que se mantivessem os níveis de emprego e produção do período da guerra nos Estados Unidos. Se os Estados Unidos viram-se obrigados a empenharem-se na defesa dos países capitalistas que em seu jargão político eram identificados como componentes do mundo democrático, fizeram no destinando-lhes o que tinham acumulado no período da

³⁷ Sobre esse assunto cf. LÊ GOFF Jaques. *Monumento/Documento in História e Memória*. São Paulo. Unicamp. pp. 535 - 553. Como também BORGES, Thereza. Segundo a autora: “A imagem sempre foi motivo de fascínio e encantamento, uma vez que tem o poder de permanecer diante dos olhos e da memória” in *O corpo ainda é pouco. II Seminário sobre contemporaneidade*. 2000. p.117. p.276.

guerra, seus capitais e a presença de forças militares (...), o crescimento tecnológico que a Segunda Guerra incentivou e a reconstrução...levou a um aumento brutal da produção industrial (...) o que exigiu a restauração de sistemas de planejamento (...) e à emergência de novas técnicas de *marketing* e publicidade a fim de aumentar a elasticidade da curva de consumo (...) A esse aumento brutal da capacidade produtiva (...) correspondem a instalação das denominadas sociedades de bem-estar social (...) a parcela do orçamento familiar (...) hoje pode ser despendida em outras coisas que vão desde *bacon* até um toca discos”³⁸.

Os textos e as imagens que foram divulgados pela cidade apresentam narrativas fabulosas do bem viver e da vida ideal, com alto poder de sedução, divulgados através de valores sociais e sonhos idealizados a serem incorporados socialmente.

A idealização representada em toda a simbologia dos “Anos Dourados” foi exatamente o que a sociedade ocidental no pós-guerra procurou, desejou e sentiu falta em sua realidade, que apresentou impactos de mortes e crises violentas, representadas, por exemplo, pelos campos de concentração nazistas e pelas bombas atômicas. Essas duas situações trouxeram impactos a toda a humanidade.

Por isso, valorizou-se a vida de forma maravilhosa e esta se apropriou dos desejos e anseios humanos, produzindo padrões de comportamentos a serem imitados, desejados e consumidos por aqueles que podiam usufruir dos produtos e dos estilos de vida que trouxeram os significados de prazer e bem-estar.

As propagandas trazem temáticas envolventes e de alto poder de convencimento, mas os produtos não eram acessíveis ao poder de compra de toda a população. A quantidade e a variedade de propagandas foram símbolos de uma cultura consumista a ser desenvolvida influenciada ideologicamente pelo *American way of life*. Era preciso convencer a sociedade das vantagens da vida burguesa e de seus valores, incorporados aos poucos pelas camadas médias urbanas, mas exigido a todos³⁹.

Esses exemplos aqui demonstrados são necessários para compreender a relação da bebida alcoólica com o seu meio, dentro de uma sociedade urbana que trazia consigo um discurso imperativo constante: a urgência do prazer imediato, para que fosse possível extrair os significados do álcool.

³⁸ FILHO, Cyro de Barros Rezende. *História Econômica geral*. São Paulo. Contexto. 1991. pp. 237 à 240.

³⁹ Sobre esse assunto cf. SANT’ANNA, Denise B. *O corpo entre antigas referências e novos desafios*. “... as sociedades contemporâneas exibem diariamente uma panóplia cada vez mais diversificada de produtos e serviços destinados ao bem-estar e ao conforto de cada um... o homem conheceu tantas possibilidades de escolher entre as centenas de produtos e serviços destinados a fortalecer sua saúde e seu bem-estar”. in *Cadernos de subjetividade*. São Paulo. 1997. p.276.

A simbologia do mundo ideal traz temas envolvidos por valores como certeza, durabilidade, beleza, juventude, vida, felicidade, entre outros. Esses elementos foram difundidos exatamente para negarem a morte, a tragédia, a feiúra, a incerteza, a velhice, e a tristeza.

“Ao pensar como um tempo de transformações radicais e, por isso de crise, a década de 50, constitui uma percepção ambivalente de si mesma – *glamour* e decadência – em que as novas e velhas condutas, costumes e filosofias de vida são excludentes”⁴⁰.

Diante desses pressupostos as fontes propagandísticas foram interpretadas a partir daquilo que o historiador Ulpiano T. Bezerra considerou:

“O sentido de leitura, pois, muito próximo, assim de seu núcleo etmológico, em que o verbo latino *lega*, *legere*, (*lectus* é o particípio passado) significa reunir, colher, escolher, reagrupar, (comparar na mesma família, como *eleger*, *coligir*, *colecção*, *colégio*, *lição*, *inteligência*, etc...). Nessas condições trata-se do primeiro passo, apenas do primeiro que o historiador deve tomar ao se defrontar com o documento. Mais ainda, é este o primeiro passo que é capaz de fornecer elementos para definir estratégias de exploração documental e o prosseguimento da pesquisa”⁴¹.

Desta forma, escolhendo, elegendo e analisando, foi feita a leitura das propagandas considerando-as como experiências históricas, já que cada uma delas expõe e ou esconde, fala e ou silencia, são ao mesmo tempo “eloqüentes” e “reticentes”⁴².

Uma das primeiras questões pertinente a análise foi que as propagandas expressam a sociedade através do *American way of life*, exalando seu *glamour*. A partir desses elementos, houve a necessidade de adentrar nos “bastidores” do espetáculo, ou seja, ir além das aparências glamourosas.

Por entre fotos e nomes, eventos e notícias, humores e conselhos, divertimentos e reflexões, enfim, por entre seções e colunas as imagens aparecem, despertando desejos e sensações extremamente sedutoras e envolventes, convidando a sentir o prazer⁴³ tão

⁴⁰ AVANCINI, Maria M. Picarelli. *Nas tramas da fama. As estrelas de rádio em sua época áurea. Brasil anos 40 e 50*. UNICAMP. 1996. p.57.

⁴¹ MENESES. Ulpiano. T. Bezerra. *História e Imagem Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História..* PUC. São Paulo. Educ. p. 106.

⁴² Sobre o trabalho com propaganda cf. SANT’ANA, Denise Bernuzzi de *Propaganda e História. Antigos Problemas Novas Questões. in Revista Projeto História. Cultura e Representações*. nº. 14 Fevereiro de 1997.p. 98.

⁴³ Prazer do latim *placere*. Causar Satisfação, agradar. cf. *Dicionário Enciclopédia de Psicanálise. O legado de Freud Lacan*, Jorge Zahar. Rio de Janeiro. 1998.

incentivado naquela sociedade que o colocou como um fator cultural e sensorial obrigatório a partir de elementos que trouxeram esse significado, entre eles o álcool.

1.2 - *Sinta esse prazer!*

No campo de tensão entre uma sociedade influenciada por padrões de comportamentos norte-americanos, que traduziam um estilo de vida ideal baseados no *American way of life*, e uma sociedade que demonstrava problemas sociais e individuais comuns aos seres humanos que nela viviam, veio a necessidade de refletir sobre a organização social daqueles tempos que dependia de “um esforço coletivo” para que o ideal de civilização⁴⁴ moderna, inspirada na simbologia do trabalho, da família e da ordem, fosse construída a partir de parâmetros determinados por discursos oficializados como, por exemplo, dos políticos administradores, dos engenheiros, dos arquitetos, dos médicos, dos publicitários, entre outros.

A cidade da “ordem e do progresso” precisou de indivíduos saudáveis que contribuíssem com o bem-estar idealizado por esses discursos que eram responsáveis pelas normas de bem viver.

Foi trabalhando com as propagandas de bebidas alcoólicas da revista O Cruzeiro entre elas⁴⁵, uma reportagem sobre o IV Centenário de São Paulo chamou a atenção sobre as representações da modernidade, da ordem, e do progresso divulgadas naquele período.

“(...) o paulista está contente consigo mesmo, orgulhoso de sua edificação e mais do que isso, ufano em poder ofertar a Pátria a sua melhor obra, o fruto do seu esforço e a jóia mais cara e mais preciosa do seu diadema de maravilhosas realizações – São Paulo, a mola propulsora do progresso nacional”⁴⁶.

⁴⁴ “A noção de “civilizar”, como sendo a absorção dos homens por uma organização social... deveria significar mais do que isso: Expressava dois sentidos... historicamente unidos: um Estado realizado que se podia contrastar com a barbárie, mas também agora um estado realizado de desenvolvimento que implicava processo histórico e progresso”. WILLIAMS Raymond. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro. Zahar. p. 19. Segundo o autor os discursos dominantes nos quais ele chama de hegemônicos precisam construir a legitimidade da dominação. Para que isso ocorra é necessário estabelecer o diálogo com os dominados para garantir que seus feitos são interessantes, necessários e benéficos àquela situação social. Idem p. 111.

⁴⁵ Folheando as revistas em busca das propagandas de bebidas alcoólicas, deparei-me com representações sobre o álcool que aparecem em reportagens de diversos assuntos sobre a sociedade, como também em outras propagandas que não são de bebidas alcoólicas, mas que expressaram o ato de beber.

⁴⁶ *Tire o chapéu à São Paulo.- IV Centenário*. O Cruzeiro, 06 de fevereiro de 1954. p.19.

A cidade de São Paulo apresentava como significados representações coorporificadas no bem-estar exigido aos cidadãos que quisessem desfrutar daquele “paraíso”, onde o trabalho, o dinheiro e o consumismo causavam sensações de euforia e prazer.

Ao lado da cidade do Rio de Janeiro, a cidade de São Paulo também foi considerada como centro da difusão cultural, ainda mais por uma de suas particularidades, a imensa quantidade de cinemas e de seu público freqüentador, que segundo a cuidadosa pesquisa de Inimá Simões⁴⁷ sobre as salas de projeções de filmes, São Paulo possuía em 1950, 119 cinemas e 35 milhões de espectadores.

O aniversário de 400 anos da cidade em 25 de janeiro de 1954 o famoso IV Centenário, com toda a sua programação de festividades com bandas civis, fogos de artifícios, espetáculos, exposições entre outros⁴⁸ eventos se tornou um marco na construção do imaginário sobre a cidade. A festa valorizou e corroborou os elementos urbanos como os edifícios, os automóveis, os bondes, os monumentos, os cinemas, os teatros, os restaurantes, os cafés, as boates, os bares, as ruas, as praças e as multidões, o evento ajudou a compor a simbologia metropolitana paulista.

Foi rastreado aproximadamente vinte e sete bares e/ou boates⁴⁹ distribuídos pelos chamados centros “velho e novo” da cidade de São Paulo. Em meio ao crescimento urbano nas imediações dos bairros Santa Cecília, Santa Efigênia, Consolação, Largo do Arouche, Praça da República, Praça Dom José Gaspar e Praça Franklin Roosevelt, foi encontrado a

⁴⁷ SIMÕES, Inimá. *Salas de cinema em São Paulo*. São Paulo. editora SMC. 1990

⁴⁸ A programação de atividades do IV Centenário seguiu muitos eventos entre eles se destacaram a Exposição do IV Centenário (mostra sobre cultura, trabalho e indústria brasileira e internacional), a I Feira Internacional de São Paulo (vinte países, apresentaram suas máquinas industriais), o Ballet do IV Centenário (com a coreografia de Aurélio Millon um dos maiores coreógrafos da época, impressionou pela beleza e originalidade do espetáculo), a Exposição de Arquitetura (mostra das obras dos mais famosos arquitetos da América, Europa e Oriente), a Exposição de Arte Italiana (exposição com 115 telas e 119 gravuras de artistas como Caravaggio e Tiepolo), a Exposição de Numismática (com 2.500 peças entre moedas e condecorações de quase todos os países da América e da Europa). A Exposição do Artesanato nos EUA (organizada pelo governo norte-americano apresentou peças de artesanato da cultura formadora dos EUA), a Exposição do acervo do Museu de Arte Moderna (MAM Mostra do Acervo com pinturas, esculturas, gravuras e desenhos de artistas nacionais e internacionais). A Exposição Folclore (mostra de música, dança, estória populares, concursos culturais durante os festejos foram desenvolvidos concursos de romances, poesia, contos, teatro entre outros). Apresentações municipais (Orquestra Sinfônica Brasileira, Orquestra Sinfônica Municipal com regentes nacionais e internacionais). Apresentações teatrais (peças com diversas temáticas entre elas: O Inglês Maquinista, O Dileitante, A Família e Festa na Roça), apresentações esportivas (iniciou-se com a corrida São Silvestre e continuou com competições de diversas modalidades esportivas) Todos os eventos foram desenvolvidos durante todo o ano de 1954. Sobre esse assunto cf. *Revista do Museu da cidade de São Paulo. História e Memórias da Cidade de São Paulo no IV Centenário*. Departamento Patrimônio Histórico. 1994.

⁴⁹ GAMA, Lúcia Helena. *Nos bares da vida*. op. cit. Como também VELLOSO, Mônica. *Mário Lago boemia e política*. Rio de Janeiro. Fundação Getulio Vargas. 1998.

maior aglomeração desses estabelecimentos que, por mais que seja importante rastreá-los, fogem a busca, porque mudaram de nome, lugar ou simplesmente deixaram de existir nas transformações contínuas da cidade.

A vida boêmia em São Paulo na década de 50 foi intensa e com variedade de estilos. Havia os bares mais intelectualizados, os mais musicais, os dançantes, os mais alegres, outros mais melancólicos, aqueles mais refinados, os que serviam bons pratos e aqueles que só serviam bebidas e petiscos.

As boates também marcavam diferenças, por aquelas onde o luxo e a sofisticação imperavam, com apresentação de artistas famosos e com ingressos mais caros essas fizeram fama e estilo, enquanto outras eram freqüentadas pelas mulheres “de vida fácil” que professavam sua missão entre trocados, cigarros e tragos. Dessa forma, nos bares e boates não podia faltar a bebida alcoólica, uma boa canção de amor (ou melhor de desamor) e um toque de sedução.

Outro elemento significativo ao lado dos bares, foram as próprias salas de cinema que refletiam a grandiosidade da cidade e toda a sua modernização baseada na arquitetura norte-americana. As salas de exibição de filmes, como também todo o conjunto cinematográfico paulistano, seguia uma estética *hollywoodiana*, ou seja, o cinema passou a ser a porta de entrada do *American way of life* em São Paulo. O hábito de ir ao cinema marcou a época porque envolvia desde a arquitetura e decoração dos “palácios” assim eram chamados os cinemas com suas colunas, espelhos, mármore, estofados, tapetes e veludos.

Até a própria sociabilidade que se desenvolveu em torno deles foi glamourosa, expressa por exemplo, nos trajes utilizados pelas pessoas que neles trabalhavam como: bilheteiros, porteiros vendedores de balas e guloseimas, lanterninhas e também entre aqueles que os freqüentavam tudo envolvia beleza, elegância e etiqueta.

Os gestos, hábitos e expressões lançados pelos artistas e personagens *hollywodianos* foram contribuintes na formação dos usos e costumes urbanos, indo além das telas e permeando outras instâncias dos meios de comunicação como as revistas de entretenimento, em especial, a revista O Cruzeiro.

“(…) a cultura de massa carrega uma infinidade de *stimuli*, de incitações, que desenvolvem ou criam invejas, desejos, necessidades. O estágio no qual os temas imaginários, da cultura de massa se prolongam em normas práticas é, precisamente, o estágio no qual se exerce a

pressão da indústria e do comércio para derramar os produtos de consumo. E o estágio no qual se dá uma osmose multiforme entre a publicidade e a cultura de massa”⁵⁰.

É importante esclarecer que a incorporação dos elementos culturais de um sistema de valores hegemônicos só ocorre se estes fizerem sentido no conjunto geral da cultura que os incorporam.

Nesse caso, o processo de incorporação foi feito de forma complexa, onde por muitas vezes, ocorreu a seleção dos elementos da cultura norte-americana que foram sendo absorvidos pela cultura brasileira que os recebeu, sendo aqueles por sua vez recriados e reelaborados, dando sentido próprio de forma múltipla e original.

A assimilação cultural de um dado sistema de valores não é simplesmente reprodução e repetição, mas escolha e recriação, união e distinção, pois a incorporação nunca ocorre em uma única direção, sentido e forma.

A apropriação cultural norte-americana no Brasil deu-se na inter-relação dinâmica que se estabeleceu entre os valores culturais que, por sua vez, produziram novos padrões sociais.

Os padrões sócio-culturais expressos na revista dão visibilidade às representações do modo de vida econômico da classe burguesa ou da classe média alta e média urbana, pois eram essas as classes que compunham o público leitor da revista⁵¹.

O colorido das revistas, as ilustrações, as ofertas de produtos e todo o conjunto que as constituem, possibilitam mapear os desejos de consumo daqueles que ao menos podiam comprá-las, identificando-se com suas mensagens de bem-estar, carregadas de sedução e de *glamour*.

As classes burguesa e média alta podiam gastar seu capital em outras coisas além das necessidades básicas vitais como alimento, vestuário, moradia, transporte coletivo e remédio. As personagens bem vestidas, bem alojadas e bem cuidadas, expressas nas revistas, tinham o privilégio de serem cada vez mais bem vestidas, mais elegantes, mais

⁵⁰ MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no século XX. O espírito do tempo*. Rio de Janeiro. Forense. 1967. p. 104. Vale lembrar que para esse autor a cultura de massa se refere a cultura industrializada nos países capitalistas, ele ressalta muito mais a sedução exercida por essa cultura do que a questão da alienação que propõem Adorno e Horkheimer.

⁵¹ O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) apresentou uma pesquisa sobre circulação e estudo de Superposição de Revistas Semanais na década de 50, apresentando os seguintes resultados sobre a leitura de “O Cruzeiro” 68% dos homens, 50% das mulheres. Quanto a sua penetração nos grupos de diferentes faixas de renda: 29% classe A, 31% classe B, 22% classe C, 18% classe D. Fonte Arquivo Edgar Leurenroth. Unicamp. p. 3.

bem alojadas, com seus imóveis decorados e equipados, cada vez mais bem cuidadas e mais belas e saudáveis.

“Ao longo dos anos 50 uma série de fatores concorre para o interesse de empresas estrangeiras norte-americanas, na sua maioria instalarem suas indústrias no Brasil, a liberação da entrada de bens de capital e o crescimento substancial do mercado interno certamente motivaram investimentos externos no país. Pelo menos metade da produção total da indústria era gerada em São Paulo. O desenvolvimento industrial e o progresso material impelem o mercado imobiliário que assiste a um notável crescimento. Lançamentos de loteamentos construção de edifícios de apartamentos se sucedem em toda a cidade de São Paulo. Cresceu o mercado interno, elevou-se o padrão de vida nos principais centros urbanos: surge uma elite de alto poder aquisitivo, composta de industriais, comerciantes, agricultores, profissionais liberais, técnicos, madura para o consumo dos mais variados artigos e serviços eletrodomésticos, mobiliário, decoração, etc”⁵².

Os significados extraídos da revista O Cruzeiro são como “flashes” expressivos do passado, mas não devem ser lidos como expressões únicas sobre a verdade real da época em questão, mas sim como propõe Chartier, em referência a História Cultural:

“(…) tem por principal objetivo identificar como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler, uma tarefa desse tipo supõe vários caminhos. O primeiro diz respeito a classificações divisões e categorias fundamentais de percepção e de apresentação do real (...) As listas de representações têm tanta importância como as listas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe ou tenta impor sua concepção do mundo social, os valores que são os seus e seu domínio (...) As representações do social (...) embora aspirem a universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses do grupo que as forjam. Daí para cada caso, o necessário relacionamento dos discursos proferidos, com a posição de quem os utiliza”⁵³.

Os discursos oficiais da propaganda publicitária conjuntamente com outros discursos hegemônicos como os da medicina⁵⁴, trouxeram a oportunidade de reflexão sobre a necessidade de fixação de valores saudáveis e de bem-estar que foram infiltrados culturalmente naquele período.

⁵² Sobre esse assunto cf. KOSSOY, Boris. *Luzes e Sombra da Metrópole*. in.. ARRUDA, Lobo Alzira e outros. In *História da cidade de São Paulo. A cidade no Império 1823-1829*. São Paulo. Paz e Terra. 2004. p.149. Como também a revista O Cruzeiro edição de 21 de outubro de 1950, onde contém reportagens sobre a construção civil, crescimento e especulação imobiliária em São Paulo.

⁵³ CHARTIER, Roger. *A História Cultural. Entre práticas e representações*. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil. 1998. pp. 16 a 18.

⁵⁴ Na análise de ILLICH, Ivan. *A Expropriação da Saúde. Nêmesis da Medicina*. Rio de Janeiro. Nova Fronteira. 1975. No termo medicina, estão embutidos os elementos de substâncias químicas, equipamentos e construções tanto quanto de opiniões, ensinamentos, curativos psicológicos e bombons caros. cf. p. 100. Segundo o autor “... a instituição médica reforça aspectos terapêuticos de outras instituições do sistema industrial e atribui funções higiênicas subsidiárias à escola, à polícia, à publicidade e mesmo à política”. cf.pp. 100 e 123 da mesma obra.

“(...) os diversos anúncios têm como característica comum o fato de que no ponto de vista das representações que manifestam, eles são transformações uns dos outros todos na verdade, reproduzem cada um a sua maneira, um mesmo conjunto de temas que apontam para **a idealização da vida a partir do consumo de um produto**. Nesse sentido, cada anúncio **vai trabalhar um recorte da realidade de forma à sacralizá-lo do fluxo dos acontecimentos e colocando o produto anunciado do momento eleito como sagrado**”⁵⁵ (grifo nosso).

Essas reflexões auxiliaram na leitura sobre a representatividade do álcool para aquela sociedade, onde fica visível que a bebida alcoólica esteve vinculada a símbolos de uma idealização a ser atingida, expressando felicidade, bem-estar, *glamour* e realizações pessoais, como demonstram as propagandas a seguir.

⁵⁵ GUIMARÃES, Everardo. P. Rocha. *Magia e Capitalismo: um estudo antropológico da publicidade* São Paulo. Brasiliense. 1995. p. 76.



V. que aprovou os Salgadinhos Piraguê,

vai gostar também dos tipos doces!

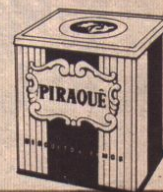
Os Salgadinhos Piraguê venceram graças a Você! Foi essa sua preferência que fez dos Salgadinhos o companheiro obrigatório em todos os bons momentos: no café da manhã ou com drinks... em toda parte, enfim, onde existe alegria e hospitalidade!

Pois com o mesmo cuidado e a mesma superior qualidade de matérias primas são produzidos os tipos doces Piraguê: Maria, Maizena, Rosquinha de Côco, Wafer e mais uma dezena de especialidades. Experimente-os!

biscoitos

piraguê

cada tipo... uma tentação



Ô CRUZEIRO, 24 de julho de 1954

13

Imagem 7. Fonte: O Cruzeiro, 14 de agosto de 1954. Rio de Janeiro. p.34.

A propaganda dos biscoitos Piraquê apesar de não ser de bebida alcoólica traz notoriamente os seguintes significados: homens e mulheres elegantes numa reunião social entre amigos, onde a alegria, o bem-estar, a amizade, a posição social elevada demonstrada nas jóias das mulheres e o requinte explicitado nas taças se destacam na imagem. E para selar essa comunhão, além do cigarro, “nada melhor” do que o álcool. Como os dizeres da propaganda indicam:

“(...) Foi essa sua preferência que fez dos salgadinhos o companheiro **obrigatório** em todos os **bons momentos**: no café da manhã ou com **drinks**... em toda parte, enfim, onde existe **alegria e hospitalidade!** (...)” (grifo nosso).

Em sua obra *O Capital*, Karl Marx define mercadoria como um objeto que satisfaz necessidades, como ele mesmo coloca citando Barbon, em uma nota de rodapé da mesma obra: “*desejo inclui necessidade, é o apetite do espírito e tão natural como a fome para o corpo... a maioria (das coisas) tem seu valor derivado da satisfação do espírito*”⁵⁶.

Expressando um momento do cotidiano idealizado, a propaganda além de divulgar a publicidade, propagou estilos de vidas, modos que foram modelos do bem viver nos “Anos Dourados”.

Os diálogos informais com pessoas que viveram o período e algumas crônicas, informaram que as propagandas publicitárias impressas estiveram além das páginas das revistas, elas apareciam em *outdoors*, nos estabelecimentos comerciais e nos bondes circulando pela cidade, divulgaram além dos produtos, fixações simbólicas no imaginário de como “a vida deveria ser”, exalando uma atmosfera de dias felizes, seduzindo o olhar daqueles que passavam e passeavam pela cidade.

“No *flâneur* é muito evidente o prazer de olhar. Este pode concentrar-se na observação – daqui resulta o detetive amador; ou pode estagnar no simples curioso – e então o *flâneur* se transforma em *badaud*. As descrições sobre a grande cidade não pertencem nem a um nem a outro daqueles tipos. Pertencem àqueles que atravessaram a cidade como que ausentes perdidos em seus pensamentos ou preocupações”⁵⁷.

⁵⁶ Marx, Karl. *O Capital*. Livro I-. São Paulo. Nova Cultural, 1985. p. 45.

⁵⁷ BENJAMIN, Walter. *A Modernidade e os Modernos*. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro. 1975. p.p. 8-9. O autor ainda ressalta em nota de pé de página utilizando o autor FOURNEL, Victor na obra *Ce qu'on voit dans les rues de Paris*. Paris, 1858. p. 263. “Não se deve confundir o *flâneur* com o *badaud*; há uma nuance a considerar... O simples *flâneur* está sempre em plena posse de sua individualidade; a do *badaud* pelo contrário desaparece. Fica absorvida pelo mundo circundante...; este o embriaga até o auto esquecimento. O *badaud* se torna um ser extraordinário sob a influência do espetáculo que se lhe oferece; já não é mais ser humano: é público é multidão”.

Aos indivíduos sociais pairava a imposição de uma sociedade em que o ser humano passava a ser avaliado a partir do que ele tinha em seu poder, para determinar o que ele devia ser como cidadão.

“A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer do qual todo “ter” efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última. Ao mesmo tempo toda a realidade individual tornou-se social moldada por ela (...)”⁵⁸.

A vida estava embasada na sociedade do “ter para ser”: ter um emprego, ter dinheiro, ter bens materiais, ter saúde, ter um relacionamento amoroso feliz, ter uma família, entre outros elementos idealizados, “garantia o lugar ao sol”, para ser um indivíduo bem sucedido e desfrutar do *happy end* tão divulgado pela cultura norte-americana.

O autor Edgar Morin discute a questão do *happy end* presente com frequência no cinema como também nas “estórias” narradas em livros e revistas de domínio público desde os anos 30 e 40, essa característica foi parte constitutiva da formação do imaginário ocidental, onde a idéia e a sensação de felicidade foi promulgada e necessária como solução efetiva, orientando modos de comportamento de milhares de homens e mulheres que tinham como objetivo ser feliz.

“Ao orientar o comportamento, a cultura determina a saúde, e é somente construindo uma cultura que o homem encontra sua saúde (...) toda cultura elabora e define um modo particular de ser humano e ser sadio, de gozar, de sofrer e de morrer”⁵⁹.

As reflexões do autor referem-se a crítica da cultura como sendo propriedade de discursos sociais que se autodesignam como modelos de superioridade, detentores do saber e da civilização que, por isso, possuem o poder de dominação⁶⁰ comparado a um casulo “protetor”.

“Para estarmos seguros de compreender em que sentido a cultura é um casulo necessário à sobrevivência devemos ir além de suas manifestações aparentes e nos concentrar em suas

⁵⁸ DEBORD, Guy. *A Sociedade do espetáculo comentários sobre a sociedade espetáculo*. Rio de Janeiro. Contraponto.p.18.

⁵⁹ ILLICH, Ivan. *A Expropriação da Saúde. Nêmesis da Medicina*. Op. cit. 122.

⁶⁰ “... há um conceito “cultura”, que em si mesmo, através da variação e complicação incorpora não só as questões, mas também as contradições através das quais se desenvolveu. Esse conceito funde e confunde as experiências e tendências radicalmente diferentes de sua formação. É impossível, portanto, realizar uma análise cultural séria sem chegarmos a uma consciência do próprio conceito, uma consciência que deve ser histórica”. WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e Literatura*. Op. cit. p. 17.

funções. Vê se melhor então que a cultura não é um simples complexo de modelos de comportamentos concretos tais como os costumes, usos, tradições, hábitos, mas que é conjunto de mecanismos, de projetos codificados de regulação de planos, de regras e de instruções. O homem sendo animal privado do determinismo genético de seus instintos tem necessidade, em grau extremo, de uma regulação que lhe seja exterior e sem a qual não poderia manter o equilíbrio vital em face ao fracasso. Em outros termos: toda cultura é uma das formas possíveis da viabilidade humana (...) Ela é a forma de produção do animal humano; determina o modo como a vida deve ser organizada, as categorias disponíveis para dar forma às emoções”⁶¹.

Nas propagandas analisadas são visíveis modos de consumo que esbanjam expressões de felicidade, esta que pode ser encontrada no próprio ato de consumir como também nos estilos de sociabilidades que foram desenvolvidos na realização do consumo como no caso das bebidas alcoólicas, ilustradas nas páginas seguintes.

⁶¹ ILLICH, Ivan. Op. cit. p. 122.

Revolucionária!

SEMPRE-VIVA não é uma lona comum de fio tingido! É uma lona moderna, estampada por processo exclusivo! Sua beleza é permanente — não desbota e não enegreça com o tempo! Sempre-Viva é protegida contra o mofo e traz a garantia dos fabricantes do famoso Encerado Locomotiva! Procure em seu toldeiro o padrão que mais lhe agrada!

Lona estampada SEMPRE-VIVA

NÃO MOFA • NÃO DESBOTA

Fabricação exclusiva da SÃO PAULO ALPARGATAS S. A.

São Paulo: Rua Dr. Almeida Lima, 969 — Tel. 9-8141
Rio: Rua Belin, 1.223 B e C — Tel. 28-3842
Porto Alegre: Rua dos Andrades, 1.409 — 4.º andar — Tel. 9-2330
Recife: Rua Imperial, 343 — Tel. 7778

GRÁTIS!

À São Paulo Alpargatas S. A.
Rua Dr. Almeida Lima, 969 — S. Paulo

Queiram enviar-me o folheto colorido "Nova vida para os seus toldos"

NOME _____

RUA _____ N.º _____

CIDADE _____ EST. _____

34

Chamas que não aquecem

CONTINUAÇÃO DA PAGINA 24

para explicar o porquê de minha ausência. Reprovou-me por não o haver avisado da morte do meu tio. Fazia questão de estar presente... Menti, dizendo que não os tinha querido incomodar. A verdade é que meu rosto se achava tão desfeito, tão visível em meus traços o abatimento, que recusara a ideia de ser por ele visto... Ao outro dia, tive que fazer companhia a Tia Silvana, que muito impressionada, não podia dormir e pedia nossa presença. Passei a noite ao seu lado, e, naqueles dias, revezamo-nos, Verônica e eu, nesse penoso mister. Gustavo retornou ao colégio e eu, fugindo quase aos encontros com Dionísio, impunha-me a obrigação de fazer companhia à viúva. Só após a missa de sétimo dia, a que Dionísio e Maria Evelina, muito corretos, compareceram, é que voltei ao nosso ninho de amor. Nunca estiveramos afastados tantos dias! Dionísio recebeu-me ávido de amor e, descontrolado pela emoção, chorou em meus braços. Eu via, na verdade, quanto aquele homem me adorava, e não podia deixar de dar-me toda a ele, numa esplêndida submissão que era, ao mesmo tempo, domínio total.

Fomos felizes, ainda, algumas semanas. Ele não me tocava mais no assunto da viagem; eu sabia, no entanto, pelo que me dissera uma amiga encontrada na rua, que "os Reis estavam quase de malas prontas". Afinal, certa tarde, aludi a isso, desejosa de arrancar do coração esse espinho.

Dionísio procurou diminuir o golpe, como se me entregasse um punhal todo envoltido em fôlas almofadas. Sim, de fato, partiriam, e ele não se sentia ainda com coragem de falar-me nisso... Fiquei muda, estarecida, ao saber que o embarque estava marcado para daí a quinze dias...

Quinze dias... que são quinze dias na vida de uma criatura?... Um abrir e fechar de olhos, um sóopro na folhinha, que vai virando, ligeiro, os leves dias... Como vivi aqueles quinze dias que me separavam do acontecimento que ia ser de máxima importância em minha vida?

Procurava tontear-me, enchendo-me de ocupações. Nessa ocasião, tive umas férias forçadas no Senado, porque me haviam dado um serviço externo, que eu realizava, diariamente, em menos de uma hora. Ficava, portanto, livre para passar os meus dias em casa da Tia Silvana, fazendo-lhe companhia. Só à tarde deixava-a, para correr a Dionísio.

Tia Silvana revelara-se a mulher forte que eu pressentira. Um pouco atordoadada pelo sofrimento, passava os dias, no entanto, procurando atender às misérias alheias. Era procurada, diariamente, por grande quantidade de pessoas necessitadas, a quem fazia benefícios, oferecendo dinheiro, alimento e roupas. Foi nessa ocasião que vi quanto ela era boa e até que ponto já o seu espírito de abnegação. Erguia-se das suas meditações de saudade e luto para socorrer os desgraçados que a iam procurar. Eu via como essa gente a tratava, como a uma verdadeira mãe, de quem esperava todos os benefícios e a quem enchia de comovidas bênçãos.

Já com a pobre da Tia Biela o caso era diferente. Completamente destituída de haveres, pela inconsequência de Leonardo, a que, na antiga e cega amizade, tudo era capaz de sacrificar, por ser "filho de Tristão", — já nada lhe restava que pudesse dar a outrem. Vivia, ao contrário, das bondades da irmã. Até os vestidos que usava eram os da Tia Silvana, apertados e adaptados ao seu corpinho magro e curvado. Não gostava muito de receber visitas,

CONTINUA NA PAGINA 36

Leve e Estimulante

Em todos os momentos, em toda parte CINZANO é sempre apreciado como uma bebida leve, estimulante, aromática! Desde 1816 CINZANO é um padrão de excelência. Prefira-o também!

VERMOUTH

CINZANO

Imagem 8. Fonte: O Cruzeiro, 14 de agosto de 1954. Rio de Janeiro, p.34.

Do lado esquerdo da página está estampada uma propaganda de toldos em lona da marca Sempre Viva da indústria Alpargatas. Além das características do produto a ser vendido, a propaganda explora duas imagens. Na de **maior destaque**, estão pessoas em um bar, que pode ser hotel, restaurante ou outro ambiente, onde homens e mulheres bem trajados desfrutam do lazer, do bem-estar, da companhia e da gentileza entre si. É notório o garçom com sua bandeja ocupada por uma garrafa representando ser de uísque, dois copos um representando ser de cerveja e outro representando ser de coquetel, servindo a bebida a um homem, como também um cavalheiro, servindo gentilmente um copo representando estar cheio de cerveja a uma mulher, que de forma elegante e feminina o recebe.

O ambiente é agradável e aconchegante, cercado e decorado por um toldo e folhagens.

Em **espaço menor** de destaque, aparece o toldo cobrindo um carro do modelo de época, estacionado em frente a uma loja de departamentos com o nome Bazar da **Elegância**.

Alguns símbolos da sociedade de consumo, da modernidade/ modernização⁶² e do prazer estão expressos eloqüentemente nesse anúncio, conferindo *status* social aos integrantes desse universo.

Nessa mesma página, do lado direito, uma propaganda do vermouth Cinzano, onde a própria bebida alcoólica expressa sensações de leveza, estímulo e aromatização. Entre essas propagandas (Lona Sempre Viva e Cinzano) está a continuação de um conto romântico intitulado “Chamas que não aquecem”, o qual o trecho narra uma “estória de amor” onde o sentimento da angústia pela separação permeia as personagens principais do

⁶² O conceito de modernidade está em plena elaboração. Para Anthony Giddens *As consequências da modernidade*. São Paulo UNESP, 1991 “refere-se a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influencia”. Para Marshall Berman *Tudo que é sólido desmancha no ar*. São Paulo Companhia das Letras, 1990, é “um tipo de experiência vital – experiência de tempo e espaço, de si mesmo e dos outros, das possibilidades e perigos da vida – que é compartilhada por homens ou mulheres. A experiência ambiental da modernidade anula todas as fronteiras, geográficas e raciais, de classe e nacionalidade, de religião e de ideologia: nesse sentido, pode-se dizer que a modernidade une a espécie humana. Porém, é uma unidade paradoxal, uma unidade de desunidade: ela nos despeja a todos num turbilhão de permanente desintegração e mudança, de luta e contradição, de ambigüidade e angústia”. O anúncio da modernização e do progresso tão divulgados nos anos 50 através de inúmeras simbologias traduzia aquilo que deveria ser a sociedade ideal não pode-se acatar esses e outros símbolos simplesmente como a tradução da sociedade real. Conforme propõe refletir BENJAMIN. “Este ideal que se pode tornar uma idéia fixa, vai apoderar-se especialmente de quem vive nas cidades gigantes na malha de inúmeras relações entrelaçadas”. Cf. *A Modernidade e os Modernos*. op. cit. p. 8.

conto. É importante destacar que a maioria das narrativas amorosas da época estão envolvidas com enredos que expressam o sofrimento.

Nesta única página existem vários significados, entre eles, destaca-se que para descansar do ritmo acelerado da modernização, o leitor em seus momentos de lazer desfrutou da revista, tomando contato com os mais diversos assuntos e com os acontecimentos nacionais e internacionais. Ao “descansar” da leitura, o leitor se deparou com a imagem da propaganda de lonas que através de sua temática, cores e figuras, chamam a atenção visual, enaltecendo a vida.

A própria propaganda do Cinzano aparece insinuante, já que a propaganda expressa o prazer de beber. E porque não experimentar o Cinzano entre outras bebidas que aparecem “anônimas” na propaganda da Sempre Viva? Fica aqui a sugestão publicitária da marca Cinzano, como também a propagação da alcoolização, pois a própria bebida Cinzano oferece atributos que aparentam ser deliciosos: leveza, estímulo, aroma.

Marx, bem como Ernest Mandel, refletiram sobre a expansão das necessidades humanas criadas na sociedade de consumo e estimuladas artificialmente, onde o ser humano torna-se adicto⁶³, ou seja, escravo de desejos. Essas vontades, muitas vezes desumanas, mas refinadas, propõe em sua aparência efeitos prazerosos, criando a necessidade de posse, como nas propagandas analisadas, embora esses atributos não sejam exclusividade do período⁶⁴.

“Isso acontece porque existe no indivíduo uma predisposição para aceitar a fantasia. Assim a fantasia se torna quase que um sonho possível que, embora não tire o indivíduo de sua realidade – que continua existindo – faz com que ele se sinta motivado a trabalhar com o seu imaginário”⁶⁵.

⁶³ Atualmente o termo adicto ou drogadicto é utilizado para classificar o usuário (dependentes químicos/psíquicos) de alguma substância, por exemplo, o canabista adicto da maconha (*cannabis sativa*), cocaínomano adicto da cocaína (*Erythoxylon coca*), entre outras substâncias.

⁶⁴ Lévi Strauss Claude, em *Tristes Trópicos*. São Paulo. Anhembi. 1957. p.32 faz referência a busca incessante da criação de novos desejos despertados como motor da expansão comercial européia moderna segundo o autor. “Arriscava-se outrora a vida nas Índias ou nas Américas para conquistar certos bens que hoje nos parecem irrisórios: madeira de brasa (donde Brasil); tinta vermelha, ou pimenta, pela qual nos tempos de Henrique IV, se tinha tal loucura que a Corte punha os seus grãos em “*bombonnières*” para mastigá-los. Esses choques visuais ou olfativos, esse alegre calor para os olhos, essa queimadura deliciosa na língua, juntava um novo registro ao teclado sensorial duma civilização que não percebia a própria insipidez acrescentando que as fotografias e os relatos de terras exóticas da atualidade são as “especiarias morais” que nossa sociedade necessita para escapar ao tédio”.

⁶⁵ MIQUELIN, Maria Aparecida. E. *A linguagem da Sedução na publicidade do cigarro*. São Paulo. PUC. 1992. p.51.

O ato de beber expresso nas propagandas ainda que não propriamente de bebidas alcoólicas trazia consigo uma certa aceitação social desde que o uso estivesse subjugado às boas maneiras, à bons hábitos e à ambientes considerados familiares, saudáveis e refinados. Outra questão é que apesar de beber álcool, nenhuma das figuras humanas apresenta-se embriagada. A “sobriedade” e a elegância se mantêm moralmente nas imagens, fica reticente a demonstração da embriaguez.

“Sob todas as suas formas particulares informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos, o espetáculo, constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade”. E a afirmação onipresente da escolha já feita na produção e o consumo que decorre dessa escolha”⁶⁶.

As personagens consumidoras de bebida alcoólica representadas nas propagandas, sem exceção, estão envolvidas em formas de sociabilidades consideradas familiares, saudáveis e normativas, as propagandas silenciam a embriaguez⁶⁷, todas as simbologias do consumo alcoólico estão dentro do universo moral e são apresentadas temáticas representativas desse meio mesmo que a propaganda não seja de bebida alcoólica, da mesma forma esses valores estão demonstrados na análise das próprias propagandas de bebidas alcoólicas.

Para essa primeira apresentação foi analisado o significado do álcool inserido nas normatizações sociais, não foi utilizado o método das percepções das cores que compõe cada uma delas, isso foi feito no segundo momento de análise onde a maioria das imagens expressam situações sociais afetivas.

É notório nesse grupo de imagens a seguir a predominância das cores vermelho que traduz a energia, a coragem, a alegria e a extroversão, o amarelo que traduz a iluminação, o conforto, a esperança, a euforia e a espontaneidade, e o azul que traduz o afeto, a paz, a serenidade, a confiança, a amizade e o amor. O trabalho com as cores foi embasado nos autores Modesto Farina e Luciano Guimarães entre outros⁶⁸.

⁶⁶ DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro. Contraponto. 1997.p.14.

⁶⁷ O sistema límbico de qualquer pessoa que faça ingestão do álcool é uma das regiões mais sensíveis aos seus efeitos, e esse sistema, por sua vez, tem como uma de suas funções controlar o comportamento e a emoção, caracterizando as ações de equilíbrio e sobriedade. A perturbação das funções do Sistema Nervoso Central (SNC) pelo álcool, leva a liberação do indivíduo reduzindo a ansiedade, levando-o a experimentar sensações que passam do relaxamento a euforia.

⁶⁸ Sobre esse assunto cf. FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo. Blucher. 1982. Como também GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação*. São Paulo. Annablume. 2000.



com a **Peixada** vai muito bem !
Grande Vinho Unico



Para acompanhar os deliciosos pratos de peixe, lagostas, camarões, experimente, também, o Branco Sêco Unico. E note bem: Champagne Monaco e Champagne Unico em qualquer ocasião revelam ao seu paladar o bom-gosto e o refinamento do "Rei dos Vinhos"!

Com uma boa peixada o *Grande Vinho Unico* vai muito bem mesmo! Branco, suave e leve, é o máximo para acompanhar os deliciosos pratos de peixe. Produzido com uvas de finíssima casta europeia e por processos tradicionais de fermentação, conserva todo o sabor delicado das uvas que lhe dão origem. Comece logo a tomar vinhos puros às refeições e V. ganhará em tudo... e ganhará muito mais escolhendo os *Vinhos Unico*, produzidos com as melhores uvas do Rio Grande.

Os *Vinhos Unico* não custam muito mais do que as cervejas e uma garrafa proporciona completa satisfação até para quatro pessoas. E tem mais: as qualidades alimentícias das uvas estão sempre presentes nas garrafas de *Vinhos Unico*.

Puro ... Agradável... Saboroso... Unico!

Vinhos Unico



Imagem 9. Fonte: O Cruzeiro, 09 de novembro de 1957. Rio de Janeiro. p.53.

A propaganda do Vinho Único demonstrada na página anterior traz em primeiro plano a imagem da bebida alcoólica servida na mesa. Embora esteja enfocando uma receita de peixada, essa só teria o melhor sabor se acompanhada do vinho. Sugerindo que aqueles que possuísem bom gosto, só servissem seus pratos acompanhados da bebida alcoólica. A imagem seduz o paladar ao apresentar o prato pronto e a mesa arrumada, despertando o apetite. O que mais chamou a atenção foi frase do texto: **“... Comece logo a tomar vinhos puros às refeições e você, ganhará em tudo... não custam muito mais caro do que as cervejas e uma garrafa proporciona completa satisfação até para quatro pessoas”**.

Existe o apelo para o consumo da bebida, o vinho é apresentado quase como um remédio, que faz bem à digestão, às emoções, melhora o paladar, estimula o apetite. As pessoas, independentemente da idade, deviam tomar, pois ganhariam “em tudo”. A propaganda demonstra somente “os benefícios” do álcool e que ele devia ser ingerido “à vontade” dentro dos padrões sociais pré-estabelecidos moralmente, como em almoços familiares, a propaganda deixa transparecer as propriedades medicinais do vinho.

Noite de Natal

Noite de
Champagne
MOSELE

GRANDE GALA

DORÉ

MOSELE

Champagne
MOSELE

O CONVIDADO DE HONRA DAS GRANDES FESTAS

Voga Publicidade

Imagem 10. Fonte: O Cruzeiro, 02 de dezembro de 1950. Rio de Janeiro. P.53.

Já o champagne Mosele foi o convidado de honra das grandes festas como o natal, que simboliza para o catolicismo o nascimento de Jesus Cristo, festa onde se reúne a família e que normalmente é regada a álcool. Embora o anúncio traga um apelo ao natal, existem outros elementos a serem analisados, por exemplo, o casal, vestido elegantemente para uma festa de gala da época, que aprecia uma taça da bebida que pode ser visualizada nas mãos, em maior evidência na masculina.

Os gestos revelam que ele delicadamente toca a moça e gentilmente faz-lhe um convite, certamente para saírem e brindarem juntos. O semblante da moça é receptivo, ambos estão alegres e belos, traduzindo o clima glamouroso dos anos 50, onde a moral burguesa também revelou-se nos casais, mas não impediu a presença da bebida alcoólica, convidada de honra nas festas e reuniões, fazendo parte do cotidiano das pessoas. A propaganda faz um apelo ao consumo da bebida quando diz: **“Noite de Natal, Noite de champagne Mosele”**. É como se a bebida desse o toque essencial para que o clima de festa, de *glamour* e de beleza se concretizasse no ambiente.

A análise das propagandas teve como preocupação deter-se exatamente na propagação dos benefícios do álcool, que foi um mecanismo estimulador ao consumo. O problema da divulgação da alcoolização da sociedade não está propriamente na substância alcoólica, apesar de ser um psicotrópico⁶⁹, mas no abuso da substância porque nem sempre as pessoas fizeram o uso de forma moderada, pois existiram formas de sociabilidades como, por exemplo, a boemia onde o consumo abusivo do álcool foi freqüente.

Ao se apropriarem de situações idealizadas, as propagandas de bebidas alcoólicas desempenhavam a função de demonstrar uma sociedade de aparências que mitologizaram⁷⁰ o ideal dos “Anos Dourados”, tentavam apaziguar e anestesiá-lo, através do “mundo em

⁶⁹ Substâncias que agem diretamente no Sistema Nervoso Central (SNC), ou seja: alteram e ou ativam os neurotransmissores (elementos neurológicos que se localizam dentro dos neurônios) e são responsáveis pela transmissão de mensagens sensoriais. É importante frisar que as drogas não criam neurotransmissores e sim os alteram e ou ativam, nessa química pode haver destruição de neurônios. O álcool se encontra no grupo dos psicotrópicos depressores, ou seja, é uma droga desinibidora e euforizante como os tranquilizantes, os barbitúricos, os opiáceos e inalantes. Sobre esse assunto cf. LONGENECKER, Gesina.L. *Como agem as drogas. O abuso das drogas e o Corpo Humano*. São Paulo. Quark Books. 1998. O álcool de uma maneira geral (em especial o vinho) já foi utilizado como remédio entre o final do século XIX e início do XX, para o tratamento de inflamações, febres, entre outros aspectos.

⁷⁰ Segundo BARTHES, Roland. *In Mitologias*. Rio de Janeiro. Difel. 1978.p.10 “mito é uma fala, não uma fala qualquer, e sim uma mensagem formada por um conjunto de elementos, que tomam forma e passam a ser representações”.

papel couche”⁷¹, as angústias, os medos e as dores que também faziam parte daqueles tempos e isso não ocorreu somente na simbologia referente ao álcool.

A maioria das propagandas, principalmente aquelas em que aparecem pessoas, foram feitas através de desenhos ao invés de fotografias. Isso se deve ao fato de que o recurso fotográfico exigia uma produção mais cara e detalhada, enquanto os desenhos podiam ser mais facilmente trabalhados tecnicamente, reproduzindo visualmente uma sociedade de indivíduos idealizados⁷².

Esses discursos passaram a ser concebidos como sinônimos culturais que se auto-designavam como modelos de superioridade e daquilo que o autor Ivan Illich⁷³ chamou de “casulo protetor”.

Através das fontes de análise, ficou visível que o estilo de vida norte-americano infiltrado no Brasil podia oferecer escapes fabulosos, mas não podia dar soluções concretas para os problemas sociais e individuais dos seres humanos, dessa forma, o clichê “Anos Dourados” também tinha um outro lado, marcado pela angústia da época em decorrência de um clima de desilusão e insegurança absorvidos por uma geração pós-guerra que via sua felicidade projetada no plano etéreo, talvez inatingível.

Portanto, a dor, o mal-estar e os problemas existiam como em qualquer sociedade humana, mas tinham de ser evitados, já que o homem devia evitar a dor para ser saudável, trabalhador, bem sucedido e feliz, enfim, normatizado na sociedade industrial capitalista.

As propagandas revelam o álcool de forma atraente e sedutora, pois a própria bebida expressa símbolos de vitória e bem-estar, sendo usado geralmente para todo o tipo de comemoração, como foi observado nas reportagens que trazem vencedores de corrida de automóveis abrindo uma garrafa de champanhe, noivos bebendo um na taça do outro, natais, anos novos, entre outras datas comemorativas, todas regadas a álcool.

Isso trouxe a seguinte reflexão que a sensação de embriaguez deu maior competência para suportar a felicidade tão divulgada (mas nem sempre experimentada) ou

⁷¹ Essa expressão “mundo em papel couche” é do autor NETTO, Acioly que intitula com essa expressão o segundo capítulo de seu livro: *O Império de papel. Os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre. 1998.

⁷² A revista e suas propagandas contêm um estilo editorial visual que procura projetar as expectativas sociais, valorizando a aparência, o culto à imagem como expressões verdadeiras, divulgando valores da camada média urbana e burguesa, revestidas pela sedutora “Aura Dourada”. “No limite, a propaganda nos traz uma dimensão ideológica sobre o Brasil daqueles tempos que a historiografia tradicional não soube se desvencilhar”. cf. GODOY, Alexandre P. *Imagens Veladas: a sociedade carioca entre o texto e o visor*. 1952-1957. PUC. São Paulo. 2000. p.156.

⁷³ ILLICH, Ivan. op.cit.

para “atingi-la” artificialmente de forma mais rápida. Dor e sofrimento aparentemente não couberam dentro daquela temporalidade estigmatizada de dourada e representada de forma fabulosa pelas propagandas.

O álcool foi apresentado como a própria descoberta do prazer, bem-estar e satisfação, elementos observados na propaganda do uísque Special Monder.

É interessante notar que desde 1888 a bebida está no mercado proporcionando prazeres e deleites. Para que todos pudessem usufruir desses “benefícios”, o anúncio traz o endereço para contato com o distribuidor da bebida, tornando-a acessível, já que para esse período o encontro com o prazer fez parte constitutiva da imagem dourada e espetacular daqueles anos conforme deixa explícito a imagem a seguir.

UM ENCONTRO
COM O PRAZER



Special Wonder

*Danish
Whisky*

VILH. CHRISTIANSEN
COPENHAGEN

desde 1888

Para distribuição
nos Estados con-
sultem AGÊNCIA
MARÍTIMA
LAURITS
LACHMANN
S. A.

AV. RIO BRANCO, 4 - 10.º and. - RIO

Imagem 11. Fonte: O Cruzeiro, 31 de julho de 1954. Rio de Janeiro. p.20.

*...essa agradável sensação
de bem-estar...
que CINZANO
lhe oferece!*

Nada melhor que uma dose de CINZANO bem gelado – simples ou com soda! Faça esta experiência com CINZANO e notará que resultados surpreendentes. A toda hora, em toda parte, em todas as estações... CINZANO é sempre bem-vindo, porque CINZANO é leve, estimulante, aromático, oferecendo uma agradável sensação de bem-estar!

CINZANO

Produto da INDÚSTRIA DE BEBIDAS CINZANO S. A.

Imagem 12. Fonte: O Cruzeiro, 24 de dezembro de 1955. Rio de Janeiro. p.02.

A imagem traz uma garrafa de bebida que sugere uma sensação de frescor, esta é oferecida numa taça que goteja e convida a ser degustada. A imagem é acompanhada de frase e texto que complementam a sedução.

A sensação de frescor e bem-estar, que pode ser proporcionada pela bebida, complementa a frase *...essa agradável sensação de bem-estar que CINZANO oferece!* o texto faz apelo para que as pessoas experimentassem e sentissem a agradável sensação. Fica visível o quanto a propaganda demonstra a bebida alcoólica como fonte de deleite, essa mensagem é explícita nas frases: **“Faça esta experiência com Cinzano e notará que**

resultados surpreendentes...” “... Cinzano é leve, estimulante, aromático, oferecendo uma agradável sensação de bem estar!”.

Percebe-se o quanto a propaganda desperta os estímulos sensoriais de prazer e satisfação ao adjetivar a bebida como leve, estimulante e aromática. Os significados emitidos foram de promessas de uma vida saudável e feliz que foi proporcionada aos consumidores.

“Ao colonizar uma cultura tradicional, a civilização moderna transforma a experiência da dor. Retira do sofrimento seu significado íntimo e pessoal e transforma a dor em problema técnico. O sofrimento cessa então de ser aceito como contrapartida de cada êxito do homem na sua adaptação ao meio e cada dor se torna sinal de alarma que apela para intervenção exterior a fim de interrompê-la. Essa medicalização da dor reduz a capacidade que possui todo o homem de se afirmar em face ao meio e de assumir a responsabilidade de sua transformação, capacidade em que consiste precisamente a saúde (...) A civilização médica engaja-se na redução do sofrimento aumentando a dependência”⁷⁴.

A sociedade aqui analisada colocou ao ser humano a obrigação de ser vitorioso a partir de elementos que traziam esses significados, como “bens” materiais, profissionais e sensoriais, estar desprovido desses elementos significava o fracasso, cabia aos considerados socialmente fracassados procurarem seu bem-estar através do consumismo de uma variedade de produtos divulgados de maneira sedutora no mercado, entre eles o álcool, que se utilizado com moderação e dentro das normas⁷⁵, era aceito e até mesmo incentivado, por isso lícito.

“Em uma sociedade dominada pela analgesia parece racional fugir a dor, literalmente a qualquer preço, mais que lhe fazer frente. Parece razoável suprimir a dor, mesmo que isso suprima a fantasia, a liberdade ou a consciência. Parece razoável se libertar dos incômodos impostos pela dor, mesmo que isso custe a perda da independência a medida que a analgesia domina, o comportamento e o consumo fazem declinar toda a capacidade de enfrentar a dor, índice de capacidade de viver. Ao mesmo tempo, decresce a dificuldade de desfrutar de prazeres simples e estimulantes fracos. São necessários estimulantes cada vez mais poderosos às pessoas que vivem em uma sociedade anestesiada para terem a impressão de que estão vivas. Os barulhos, os choques, as corridas, a droga⁷⁶, a violência e o horror

⁷⁴ ILLICH, Ivan. op. cit. p. 127.

⁷⁵ “A palavra latina norma significa esquadro – o esquadro do carpinteiro... nos anos de 1880 tomou na América a significação de estado ou de condições habituais, não somente para as coisas, como para pessoas” cf. ILLICH, Ivan. op. cit. Rio de Janeiro. Nova Fronteira. p. 150.

⁷⁶ “O termo droga tem origem na palavra *droog* do holandês antigo, significando folhas secas, isto porque, por volta dos séculos XVI e XVIII a maioria dos medicamentos eram feitos a base de vegetais. E segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS) é toda substância que introduzida em um organismo vivo pode modificar uma ou mais de suas funções. Na linguagem popular, droga tem um significado ruim, isto é, coisa sem nenhuma qualidade. Já na linguagem médica droga é qualquer substância capaz de modificar a função dos organismos vivos resultando em mudanças fisiológicas ou psíquicas. Portanto quase sinônimo de medicamento”. cf. SANTANA, Guilherme. *Caminho sem volta*. São Paulo. Inter. 1998. p.03. Dessa forma o

continuam algumas vezes os únicos estimulantes capazes ainda de suscitar uma experiência de si mesmo em seu paroxismo, uma sociedade analgésica aumenta a demanda de estimulações dolorosas”⁷⁷.

Em se tratando de saúde, um dos atributos a ser conquistado e mantido socialmente, os discursos médicos⁷⁸ da época combatiam o abuso de bebida alcoólica, mas não interferiam diretamente no uso como já demonstrado nas propagandas, ele foi estimulado.

Durante toda a década de 50 não existiu nenhuma interferência do ministério da saúde nas propagandas analisadas como a frase: “Beba com moderação”, que só foi utilizada nas propagandas publicitárias de bebidas alcoólicas décadas mais tarde.

Se esta frase estivesse contida nas propagandas da época o indício da falta de controle ficava evidente, algo que iria contradizer a imagem fabulosa dos “Anos Dourados”, e que em decorrência dos abusos da bebida alcoólica naqueles anos, como também nos posteriores, foi necessária a incorporação da frase, onde o ser humano buscou cada vez mais anestesiar seus problemas e conflitos não só no álcool, mas em outros tipos de drogas experimentando lenitivos para atenuar o mal-estar.

No período analisado o álcool serviu como amenizador para os dramas e horrores que foram gerados na guerra e tiveram suas repercussões no pós-guerra em todo o mundo, isso potencializou a necessidade de afastar e de ocultar o incomodo das alterações tanto da forma, quanto do conteúdo que a vida estava sofrendo, o que modificou as relações entre as pessoas.

Os próprios conteúdos ideológicos⁷⁹ pelas suas formas apelativas ansiosas pela hegemonia causavam todo esse mal-estar.

termo droga varia de significado a partir de conceitos morais, os costumes culturais são os quais determinam o sentido lícito ou ilícito de uma substância.

⁷⁷ ILLICH. op. cit. p. 140. A presente reflexão a respeito do uso de drogas, entre elas o álcool demonstram que os adictos ou drogadictos, termos que atualmente são utilizados para classificar os dependentes químicos e ou psíquicos, buscam na droga exatamente significados contrários a morte. “Como já disse não era um novato no consumo da droga, mas fosse devido as minhas depressões cotidianas na cidade natal, a um círculo mesquinho de relações ou a locais inadequados... Deitei-me na cama li um pouco e fumei... em meio a centenas de milhares de habitantes dos quais nenhum me conhecia, eu desfrutava da absoluta certeza de refugiar-me em meu devaneio, sem qualquer incômodo. Mas o efeito tardava... comecei a suspeitar da qualidade da droga... Assaltou-me um pavor de morte”. cf. BENJAMIN, Walter. *Haxixe*. São Paulo. Brasiliense. 1984. p.p. 19-20.

⁷⁸ Para construir a presente reflexão a respeito da bebida alcoólica e sua utilização, foi necessário conhecer parte do que os médicos pensavam sobre o assunto, dessa forma seus discursos serviram como fontes complementares até mesmo porque os conceitos alcoólatra e alcoolismo são historicamente construídos. Eles foram analisados neste trabalho através do referencial teórico do autor Ivan ILLICH na obra *A Expropriação da Saúde Nemêsis da Medicina*. op. cit., entre outros autores.

⁷⁹ Dos conteúdos ideológicos baseados no conceito de Karl Mannhein a ideologia é um conjunto das concepções, idéias, representações, ou legitimação, ou reprodução e manutenção da ordem estabelecida. cf.

A industrialização, a modernização, a urbanização, entre outros fatores, extinguiu aos poucos formas de sociabilidades que eram fundamentais para o estabelecimento das relações humanas como por exemplo, as cadeiras nas calçadas, o reconhecimento dos vizinhos, as solidariedades grupais e familiares entre outras, que foram atingidas pela competitividade distanciando as pessoas de seus convívios e das relações mais humanitárias e simples como nos versos de Mario Quintana.

“Havia um tempo de cadeiras nas calçadas. Era um tempo em que havia mais estrelas, tempo em que as crianças brincavam sobre a clara bóia da lua. E o cachorro de casa era um grande personagem. E também o relógio de parede! Ele não media o tempo, simplesmente ele meditava o tempo”⁸⁰.

O tempo cada vez mais se transformava em dinheiro, e a época retratada pelo poeta se tornava, já na década de 50, cada vez mais distante, as pessoas ficaram cada vez mais individualistas e foram assumindo papéis competitivos, valorizando cada vez a necessidade de serem elegantes, sofisticadas, glamourosas, e bem posicionadas socialmente, mas a sensação do mal estar da solidão se tornava presente, e por isso procuravam outras formas de sociabilidades e maneiras para serem felizes, dando votos de saudação a um tempo repleto de novidades e insatisfações.

LOWY, Michael, *Ideologias e ciências sociais – elementos para uma análise Marxista*. São Paulo Cortez, 1988. pp.11. Dessa forma os conteúdos ideológicos são concebidos como um conjunto de idéias, assimiladas e ou elaboradas em sistema que exprimem a relação dos seres humanos entre si e com o seu meio.

⁸⁰ QUINTANA, Mario. *80 anos de poesia*. São Paulo. Globo. 1986.p.109. Os versos do autor remetem-se aos anos de sua adolescência.

...à Saúde!

Desde 1816...

CINZANO é a bebida tradicional
da cordialidade... entre amigos no bar,
ou com a família no lar.

Leve, estimulante, aromático, a
qualidade de CINZANO é um padrão
de excelência... em todo o mundo!

Exija sempre CINZANO...
mas peça-o pelo nome!

CINZANO

Produto da
INDÚSTRIA DE BEBIDAS CINZANO S.A.

71

Imagem 13. Fonte: O Cruzeiro, 31 de junho de 1954. Rio de Janeiro.p.71.

“Assim é (quase) impossível resistir aos apelos de uma sedução bem construída que convida – sempre muito gentilmente, delicadamente, ardilosamente – ao desfrute de responder ao desafio e aceitar e estabelecer signos sem sentido e compactuar com o sedutor os sonhos, as fantasias, e os desafios deste”⁸¹.

Estas reflexões da autora por si sintetizam as análises das propagandas demonstradas especialmente na de número treze apresentada na página anterior, onde um homem bem apresentável e feliz saúda com o cálice de bebida alcoólica a cordialidade, a amizade, a comunhão, enfim as relações afetivas, significados que estão nítidos no texto **“CINZANO é a bebida tradicional da cordialidade... entre amigos no bar, ou com a família no lar...”**.

Por isso essa autora foi pertinente diante do trabalho com imagens, porque suas análises sobre as propagandas auxiliaram a compreender os significados sedutores encontrados nas mercadorias, nos produtos e nos valores que expressam a maximização da felicidade.

Estes elementos sedutores foram exatamente o que mais os indivíduos do período careciam para preencher seus vazios derivados da dificuldade de estabelecer relações humanas mais simples e menos competitivas, por causa disso, aquela “gente fina, elegante e sincera” procurou fórmulas de anestesiar seu mal-estar frente aos tempos modernos, fórmulas já (pré) determinadas pela cultura dominante. Afinal os “Anos Dourados” precisavam irradiar sua cor, refletir o seu brilho de forma legítima, solidificando o clichê que demarcou aqueles anos com toda a simbologia que ajudou na constituição da felicidade idealizada.

1.3 – “Gente fina, elegante e sincera” procura...

Os símbolos da maximização da felicidade, foram expressões de maior divulgação nos meios de comunicação do período. A maior característica que expressa os anos 50 é o *glamour*, palavra carregada de sentidos, que permite identificar a época devido sua extrema visibilidade. O *glamour* esteve presente nas roupas, nos acessórios e nos gestos, fazendo brilhar com maior intensidade o dourado daqueles anos.

As expressões glamourosas dos anos 50 ajudaram a construir o imaginário que a própria época propôs solidificar. Compreende-se por imaginário o lugar onde se fixam as

⁸¹ MIQUELIN, Maria Ap. Espíndola. op. cit. p. 32.

expectativas, as aspirações, os medos, os conflitos, entre outros elementos, formulados através das vivências e experiências humanas e que passam a ficar guardadas nas mentes, produzindo imagens e representações.

“O imaginário é o além multiforme e multidimensional de nossas vidas, no qual se banham igualmente nossas vidas. E o infinito jogo virtual que acompanha o que é atual, isto é singular, limitado e finito no tempo e no espaço. É a estrutura antagonista e complementar daquilo que chamamos real, e sem a qual, sem dúvida, não haveria o real para o homem, ou antes, não haveria realidade humana (...) **Dá uma fisionomia não apenas a nossos desejos, nossas aspirações, nossas necessidades, mas também às nossas angústias e temores.** Liberta não apenas nossos sonhos de realização e felicidade, mas também nossos monstros interiores, que violam os tabus e a lei, trazem a destruição, a loucura ou o horror. **Não só delineia o possível e o realizável, mas cria mundos impossíveis e fantásticos.** Pode ser tímido ou audacioso, seja mal decolando do real, mal ousando transpor as primeiras censuras, **seja se atirando à embriaguez dos instintos e do sonho**”⁸² (grifo nosso).

As reflexões de Edgar Morin foram pertinentes para a realização de uma análise crítica através das aparências fabulosas divulgadas em especial pela revista O Cruzeiro que possibilitou assim entrar nos bastidores da época.

“A cultura de massa se constitui em função das necessidades individuais que emergem. **Ela vai fornecer à vida privada as imagens e os modelos que dão forma a suas aspirações** (...) onde reinam a aventura, o movimento, a ação sem freio, a liberdade, não a liberdade no sentido político do termo, mas a liberdade no sentido individual, afetivo, íntimo da realização das necessidades ou instintos inibidos ou proibidos”⁸³ (grifo nosso).

Na fisionomia daqueles anos em que o *glamour* se destacou na formação de seu conjunto, duas características chamaram a atenção: a modernização e o amor.

As temáticas divulgadas pela cultura industrializada ou de massa, como coloca Morin para os países capitalistas, através do cinema, dos jornais, das revistas e demais meios utilizados para a sua divulgação, correspondem depois da Segunda Guerra Mundial, aos desenvolvimentos das sociedades ocidentais. Esses desenvolvimentos, conforme explica Nicolau Sevcenko, foram amplamente difundidos:

“Nos períodos de prosperidade e grande diversificação de consumo como após a Segunda Guerra, o cinema se tornou a vitrine por excelência da exibição e glamourização (...) Ele é o irradiador dos modelos que se convertem numa ampla demanda atendida pela invasão crescente dos plásticos, polímeros, náilon, raion, banlon, blue jeans, acrílico, acetatos, (...) fórmicas, courvin, (...) napas, etc. Materiais, todos esses, que tinham a imensa vantagem de ser produzidos em massa, ser baratos, resistentes, multicoloridos e democratizar o acesso a

⁸² MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no século XX*. Op.cit. 1967.p.80.

⁸³ MORIN, idem.ibdem. p. 90.

um enorme acervo de bens utilitários, eletrodomésticos, móveis, estofados, tapetes e carpetes para grupos sociais que não teriam condições de adquirir madeiras nobres, cristais, porcelanas, veludos, sedas, tapeçarias e tecidos finos (...) As casas passam a ser basicamente iguais, as pessoas executam basicamente os mesmos movimentos durante as mesmas rotinas e se parecem elas mesmas muito umas com as outras”⁸⁴.

O cinema, a televisão e a propaganda publicitária, seja ela visual, radiofônica ou impressa, permitiram que aos poucos se desenvolvesse modificações nos hábitos da vida cotidiana, somadas às técnicas e a elevação das possibilidades de consumo das camadas médias, o que resultou num exacerbado grau de individualismo e na geração da existência do homem carregado de valores modernos.

A padronização de determinados hábitos, motivados pela revolução técnico - científico e industrial que iniciou-se nos fins do século XVIII e desenvolveu-se durante o século XIX , continuando no século seguinte, generalizou a economia de mercado que passou a delinear as características da modernização entre elas: o espírito de cálculo, o desencantamento do mundo, a racionalidade instrumental e a dominação burocrática.

O desenvolvimento rápido dessas características somado a urbanização, ao aglomerado de pessoas nas multidões mais os meios de transportes e as telecomunicações, provocaram exatamente o individualismo e o isolamento, criando muitas vezes relações humanas efêmeras, descartáveis, frágeis, superficiais e aparentemente perfeitas. Como a vida dos bonecos de plástico⁸⁵, que têm tudo o que os seres humanos almejavam ter na vida real: roupas, acessórios bonitos e da moda, carros, casa, móveis, eletrodomésticos modernos, juventude, beleza e uma relação amorosa bem sucedida.

A boneca Barbie e seu companheiro Ken foram símbolos glamourosos da modernização e dos romances, que compõe a face dos dourados anos, quase esquecendo que eles são de plástico, e não humanos.

Os dois aspectos que chamaram a atenção (a modernização e o amor) estão também presentes nas propagandas analisadas, nas quais as pessoas procuravam fugir do desencantamento do mundo e satisfazer seus anseios, divulgados, explicitados e recriados

⁸⁴ SEVCENKO, Nicolau. *A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio*. op.cit. pp.602-603.

⁸⁵ NICOLAU. Sevcenko. Na obra *História da vida privada no Brasil*. op.cit.p.510, se refere a boneca Barbie “que passou a ser símbolo da euforia do consumo de massa e o advento, após a Segunda Guerra Mundial, de uma cultura plástica em todos os sentidos da expressão” e o autor ainda na página 609 da mesma obra comenta “... o grosso da publicidade e as diferentes formas de ficção que circulam na cultura massificada. É assim com os brinquedos também, ao menos se observarmos pelo viés da campeã mundial e indisputável de vendas a boneca Barbie. Um dos slogans de promoção da célebre criatura é “Eu quero ser como a Barbie, ela tem tudo”.

dentro da cultura industrializada. As propagandas, especificamente as de bebidas alcoólicas, não fogem à regra da estética⁸⁶ glamourosa, moderna e romântica da época, elas revelam a maneira como aquela sociedade procurou resolver ou recusou reconhecer francamente as questões que a incomodavam.

Através da embriaguez dos instintos e do sonho⁸⁷, procurou-se modos de vida que foram divulgados pelas revistas, pelo cinema, entre outros veículos de comunicação. Dessa forma, foi se construindo o imaginário popular da época, privilegiando a glamourização através de temas tão explícitos na década de 50.

As propagandas publicitárias e os assuntos encontrados nos exemplares da revista O Cruzeiro, visaram satisfazer os interesses de seu público de forma a obter o máximo de consumo dos produtos anunciados como também da própria revista, embora a pesquisa do IBOPE⁸⁸ demonstre que a maioria do público leitor foi o de classe média alta, a revista como outras do período também se dirigiu as outras classes sociais através de temas que fossem interessantes, procurando homogenizar os padrões sociais pré-estabelecidos apesar da heterogeneidade e subjetividade do público. Edgar Morin chamou essa tentativa de homogeneização de sincretismo.

“Sincretismo é a palavra mais apta para traduzir a tendência a homogeneizar sob um denominador comum a diversidade de conteúdos. O cinema a partir do reinado da longa metragem, tende ao sincretismo. A maioria dos filmes sincretiza temas múltiplos no seio dos grandes gêneros: assim num filme de aventura haverá amor e comicidade, num filme de amor haverá aventura. Ao mesmo tempo, porém, uma linguagem homogeneizada (ainda que uma infinidade de formas fosse possível) exprime esses temas. O rádio ao sincretismo variando a série de canções e programas, mas o conjunto é homogeneizado no estilo da apresentação dita radiofônica. A grande imprensa e a revista ilustrada tendem ao sincretismo se esforçando por satisfazer toda a gama de interesses, mas por meio de uma retórica permanente”⁸⁹.

⁸⁶ Segundo Morin “A cultura de massa é, sem dúvida, a primeira cultura da história mundial a ser também plenamente estética... eu não defino a estética como a qualidade própria das obras de arte, mas como um tipo de relação humana muito mais ampla e fundamental... Produzida industrialmente, distribuída no mercado de consumo, registrando-se principalmente no lazer moderno, a cultura de massa se apresenta sob diversas formas de espetáculo. É através dos espetáculos que seus conteúdos imaginários se manifestam. Em outras palavras, é por meio do estético que se estabelece a relação de consumo imaginário”. cf. Morin, op.cit.pp.77-78.

⁸⁷ MORIN, Edgar. op. cit.

⁸⁸ O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) apresentou uma pesquisa sobre circulação e estudo de Superposição de Revistas Semanais na década de 50, apresentando os seguintes resultados sobre a leitura de “O Cruzeiro” 68% dos homens, 50% das mulheres. Quanto a sua penetração nos grupos de diferentes faixas de renda: 29% classe A, 31% classe B, 22% classe C, 18% classe D. Fonte Arquivo Edgar Leurenroth. Unicamp. p. 3 op. cit. cf. citação 51.

⁸⁹ MORIN, Edgar. op.cit.p.36.

É exatamente por causa da heterogeneização social, que a cultura industrial/de massa trouxe e ainda traz consigo a tendência de ser sincrética, eclética e homogenizadora, e foi desenvolvida no meio do mercado mundial. Uma questão pertinente a análise é que elementos do campo fílmico *hollywoodiano* estão presentes na constituição das propagandas, não somente nas de bebidas alcoólicas com a intenção de homogenizar valores e atitudes.

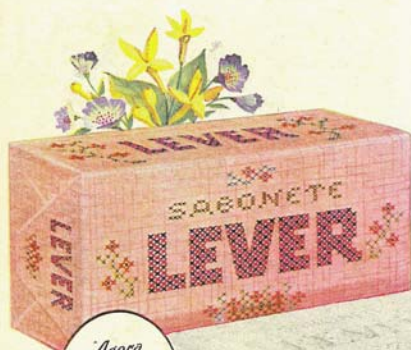
Entre os elementos do campo fílmico estão o *glamour* e o *close-up*, somados as expressões faciais estigmatizadas de artistas *hollywoodianos*, como também é visível seus próprios rostos estampados nas propagandas. Por exemplo, a propaganda publicitária dos sabonetes Lever, ilustrada na imagem.

"Seja mais adorável esta noite"

diz
**ELIZABETH
TAYLOR**
MGM

com o Novo e **PERFUMADÍSSIMO** Sabonete Lever

Elizabeth Taylor sabe, pois ela também usa o sabonete de beleza das estrelas. Uma maravilha ao seu alcance, o novo Lever envolve você em seu romântico, inebriante perfume, tornando-a mais adorável, mais cativante, esta noite mesmo! De alvíssima pureza e em linda embalagem rosa, vem sempre com sua famosa espuma rápida e econômica. Não hesite: não há sabonete mais fino, luxuoso e perfumado do que o novo Lever. Agora em 2 tamanhos.



Agora
também em
vantajoso
**TAMANHO
BANHO**



Você poderá cativá-lo com uma cútis suave e deliciosamente perfumada. Siga as estrelas: use Lever e seja mais adorável esta noite.



USADO POR 9 ENTRE 10 ESTRÊLAS DO CINEMA

Imagem 14. Fonte: O Cruzeiro, 25 de agosto de 1957. Contra capa.

Nesta propaganda de forma espetacular o rosto da Elizabeth Taylor é um elemento que chama a atenção, as palavras também são atraentes, pois representam o conselho da atriz e parece soar como a voz da verdade sobre o sabonete e seus efeitos. “*Seja mais adorável esta noite diz Elizabeth Taylor*”, como diz também nove entre dez estrelas de cinema. O sabonete que é um produto de higiene passou a ser também um produto de beleza e sedução como diz a frase ao lado do casal: “*Você poderá cativa-lo com uma cútis suave e deliciosamente perfumada*”. *Siga as estrelas: “use Lever e seja mais adorável esta noite”*.

Mas a propaganda não se esqueceu dos elementos necessários a uma sociedade que estava se modernizando, o anúncio mostra o sabonete como uma novidade no mercado, além dos elementos sedutores (ser romântico, inebriante, fino e com luxuoso perfume), ele não deixa de ter uma embalagem prática e uma espuma rápida e econômica.

“Os canais midiáticos organizam e simultaneamente criam elementos na medida em que os signos do âmbito cinematográfico, circulando por outros campos que não os dos filmes, produzem o que seriam “ideais de vida”. Ao dizer que organizam não se infere que os elementos estão desorganizados e necessitam receber uma “forma”, mas que tipificam, ou seja, sedimentam tipos quando os apresentam (...)”⁹⁰.

A análise das propagandas centrou-se nas simbologias das imagens como divulgadoras de soluções fáceis e agradáveis para as dificuldades humanas. Embora seja importante frisar que não é desprezível a heterogeneidade do público que visualizou as propagandas de bebidas alcoólicas entre outras, como também sua capacidade de assimilação daquilo que foi propagado de forma extremamente sedutora para atingir o maior número possível de pessoas que deveriam compor a massa humana.

Segundo Martin Barbero em diálogo com Gustave Le Bon:

“Mas que é uma massa? É um fenômeno psicológico pelo qual os indivíduos por mais diferentes que seja seu modo de vida, suas ocupações ou seu caráter estão dotados de uma alma coletiva que lhes faz comportar-se de maneira completamente distintas de como o faria cada indivíduo isoladamente”⁹¹.

Mas é pertinente a observação de Walter Benjamin ao afirmar que não é possível entender o que se passa com as massas, sem considerarmos suas experiências distintas.

⁹⁰ MENEGUELLO, Cristina. *Poesia de Estrelas*. op. cit. p. 35.

⁹¹ BARBERO. *Op.cit.p.*

“Dentro de grandes espaços históricos de tempo se modificam, junto com toda a experiência das coletividades, o modo e a maneira de sua percepção sensorial; busca se então manifestar as transformações sociais que acharam expressões nessas mudanças da sensibilidade. E que mudanças concretamente estudou Benjamin? As que vem produzidas pela dinâmica convergente das novas gerações da massa e as novas tecnologias de reprodução ... Aí está tudo: a nova sensibilidade das massas e a da aproximação, isso que para Adorno era o signo nefasto de sua necessidade de devoração e rancor resulta para Benjamin um signo sim, mas não de uma consciência acritica, senão de uma longa transformação social, a da conquista do sentido para o idêntico mundo. E é esse sentido, esse novo sensorium é o que se expressa e se materializa nas técnicas ... antes para a maioria dos homens, as coisas e não só as de artes, por próxima que estivessem, ficavam sempre longe, porque um modo de relação social lhes fazia parecer distantes. Agora, as massas sentem próximas com a ajuda das técnicas, até as coisas mais longínquas e mais sagradas”⁹².

Envolvidas pela sensualidade, as propagandas possuem um alto poder que foi gerador de gestos, necessidades e opiniões dentro daquela sociedade carregada de conflitos e tensões, onde as pessoas procuravam referenciais para suas vidas apegando-se a mitologia divulgada no período. As revistas conviviam com outras instâncias de produção de subjetividade e com a divulgação de temas repetitivos para a fixação de valores.

Os efeitos do poder, que é divulgador de gostos, necessidades e opiniões, não podem ser vistos apenas do ponto de vista negativo com suas características excludentes, repressoras e manipuladores, mas também deve-se considerar que o poder faz parte da produção da realidade e da constituição das formas sobre a verdade, sejam elas explícitas ou sutis Como entende Michel Foucault:

“(...) às práticas sociais podem chegar a engendrar domínios de saber que não somente fazem aparecer novos objetos, novos conceitos, novas técnicas, mas também fazem nascer formas totalmente novas de sujeitos (...) O próprio sujeito (...) tem uma história, a relação do sujeito com o objeto ou mais claramente, a própria verdade tem uma história (...) Um dia alguém teve a idéia bastante curiosa de utilizar um certo número de propriedades rítmicas ou musicais da linguagem para falar, para impor suas palavras, para estabelecer através de suas palavras uma certa relação de poder sobre os outros. Também a poesia foi inventada ou fabricada (...) Foi por obscuras relações de poder que a poesia foi inventada (...) O historiador não deve temer as mesquinharias, pois foi de mesquinharia em mesquinharia, de pequena em pequena coisas, que finalmente as grandes coisas se formaram”⁹³.

Portanto ao veicularem símbolos, as propagandas através da revista O Cruzeiro, produziram verdades potencializadas em forma de mitos.

⁹² BARBERO. *Op.cit.pp.73-74*.

⁹³ FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro. Editora Departamento de Letras. PUC-RJ. 1996. pp. 8-16.

“Mitos são histórias de nossa busca da verdade, de sentido, de significação, através dos tempos, Todos nós precisamos contar nossa história. Todos nós precisamos compreender (...) Precisamos que a vida tenha significação, precisamos tocar o eterno, compreender o misterioso, descobrir o que somos (...) Mitos são pistas para as potencialidades da vida humana”⁹⁴.

As verdades construídas naquele tempo trouxeram consigo a confiança em um ideal que foi procurado por aqueles que precisavam de referenciais que aliviassem o mal-estar experimentado no pós-guerra, sobre tudo em metrópoles como São Paulo. A falta de horizontes, os grandes impactos de mortes, a violência e os traumas, foram assim retrabalhados pela mitologia, expressa e impressa pela cultura industrial/de massa. Conforme esclarece Morin:

“(...) seu funcionamento segundo uma dialética entre o sistema de produção cultural e as necessidades culturais dos consumidores, ou seja, ela se adequa tanto aos imperativos industriais quanto ao mercado (as necessidades e expectativas dos consumidores) (...) A cultura de massa constitui um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes a vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e identificações específicas, que desempenham um papel consolador e regulador da vida. Essas características comuns a toda e qualquer formação cultural, ganham um formato específico ao serem adaptados a estrutura industrial que rege o século vinte”⁹⁵.

As propagandas de bebidas alcoólicas apresentam valores que caracterizam a época através de cores e gestos e demonstram o que se procurou encontrar como forma de vida ideal.

Primeiro é importante ressaltar que lidar com as cores⁹⁶ é uma tarefa que pede delicadeza, atenção e sensibilidade, apesar de prazeroso é um trabalho bastante exigente e não muito fácil, porque apesar de serem passíveis de leitura e interpretação os fatores ligados as cores estão intimamente relacionados às questões biológicas e sobretudo culturais.

“Elegemos a Semiótica da Cultura como o espaço para tal realização, quando nos propusemos a conciliar o estudo das cores com as informações dos três tipos de códigos da comunicação apresentados pelo semioticista tcheco Ivan Bystrina. Como facetas da construção da comunicação, os três tipos de códigos participam na construção da informação cromática, em níveis diferentes. Dos códigos primários, fundamentamos a base

⁹⁴ CAMPBELL, Joseph. *O poder do mito*. São Paulo. Palas Athenas. 1993. p. 140.

⁹⁵ MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no século XX*. op. cit. pp. 47-51.

⁹⁶ “A palavra cor expressa uma sensação visual que nos oferece a natureza através dos raios de luz irradiados em nosso planeta, as cores não são somente elementos decorativos elas tem relação com valores sensuais e espirituais”. Sobre esse assunto cf. FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo. E. Blucher. 1982.

uniforme para a predisposição humana à leitura das cores. Da construção físico – química dos estímulos à percepção e cognição da informação cromática extraímos padrões universais e os códigos e sistemas de regras hereditariamente determinados. A percepção da cor, como um complexo de regras, no que se refere aos códigos primários, é praticamente invariável. A partir da descrição e da análise dessas invariantes e das suas particularidades... da linguagem das cores, dos códigos secundários, é estabelecida tomando-se por base essas características dos códigos primários, que, embora se originem das mesmas raízes, podem ser determinadas por sistemas de regras diferentes. Apesar da mesma base, a organização é arbitrária e permite o surgimento de variáveis que é cultural”⁹⁷.

Os códigos de comunicação primários estão relacionados ao aspecto biofísico, já os códigos de comunicação secundários estão relacionados a percepção da cor e os códigos de comunicação terciários estão relacionados ao significado sócio cultural da cor e que os códigos de comunicação primários, secundários e terciários interferem dinamicamente entre si como por exemplo: os primários interferem nos secundários, os primários interferem nos terciários, e os secundários nos primários, os secundários nos terciários, os terciários nos primários, os terciários nos secundários⁹⁸ estabelecendo uma dialética.

A preocupação deste trabalho está centrada no aspecto cultural da informação passada pelas cores em um determinado tipo de sociedade, capitalista e ocidental, somada a um sistema de ideais socialmente compartilhados em um determinado período, é importante esclarecer essa questão porque a análise das cores é passível de polissemia, ou seja, de muitas interpretações.

“Sabemos, por exemplo, que o preto é cor do luto e da tristeza na maioria das culturas ocidentais, enquanto que na China o luto se representa em branco. Nesse caso a noção de cor é a mesma, o preto como cor negativa e o branco como positiva, o que modifica seu uso é a percepção da morte naquela cultura, entendida como elevação espiritual, e do nascimento quase um castigo”⁹⁹.

As primeiras percepções e noções que o ser humano possui das cores estão relacionados aos primeiros contatos com a natureza e o mundo que o cerca, assim ele vai realizando associações com aquilo que os elementos naturais representam culturalmente.

“A cor sempre fez parte da vida do homem: sempre houve azul do céu, o verde das árvores, o vermelho do por do sol (...) O homem se adapta à natureza circundante e sente as cores que o seu cérebro acata e que chegaram a ele numa determinada dimensão de onda desde o seu nascimento. Essa dimensão de onda deixa sempre seu vestígio impresso em cada ser

⁹⁷ GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação*. São Paulo. Anablume.2000.pp.107 a 112.

⁹⁸ Idem. Ibidem.

⁹⁹ Idem.p.100.

animal, vegetal ou mineral. As cores constituem estímulos psicológicos para sensibilidade humana, influenciando no indivíduo para gostar ou não de algo, para negar ou afirmar para se abster ou agir... As cores fazem parte da vida do homem porque são vibrações do cosmo que penetram em seu cérebro, para continuar vibrando e impressionando sua psique (...)¹⁰⁰.

Na revista o Cruzeiro do período analisado, as cores foram marcantes possibilitando esse trabalho, a leitura aqui realizada retirou as mensagens mais significativas que expressavam os valores sensoriais que pareciam urgentes de propagação no período, com uma enorme variedade de propagandas nas revistas, os valores que envolviam a novidade, a conquista, a saúde, a beleza, a alegria, a juventude, a elegância, o encanto, a sedução, o prazer, a amizade, entre outros foram aparecendo e em sua maioria todas as propagandas não somente as de bebidas alcoólicas deram ênfase às relações sociais onde as temáticas ressaltam a necessidade de se estabelecer vínculos de afetividade. Dessa forma aquela “gente fina, elegante e sincera procurou...”.

¹⁰⁰ FARINA, Modesto.op.cit.p.112.

Uma agradável apresentação
pede um brinde com
CINZANO

Nos momentos mais felizes CINZANO está presente porque CINZANO é a bebida tradicional da cordialidade. Nas festas, em sua casa, no encontro com seus amigos, CINZANO é sempre a lembrança acertada. Leve, estimulante, aromático, prefira CINZANO... mas peça-o pelo nome!

Produto da INDÚSTRIA DE BEBIDAS CINZANO S. A.

CINZANO

Imagem 15. Fonte: O Cruzeiro, 24 de setembro de 1955. Rio de Janeiro. p.91.

A cena desta propaganda tem como tema o baile onde os casais dançam de forma harmoniosa, os pares conversam, sorriem e trocam afetos. O ambiente é marcado pelo céu em azul pontuado de estrelas que indica que é noite.

O cenário envolve as personagens através da cor azul (céu) e da cor verde (folhas) que significa que o ambiente é amistoso, pacífico e propício às relações afetivas.

A vestimenta dos homens que dançam em sua maioria é marcada pela cor preta que neste caso tem a conotação de elegância e sobriedade, três homens aparecem usando a tonalidade verde e verde azulado que aqui pode ter como significado persistência, esperança, firmeza, desejo e coragem como o caso dos rapazes que conversam com a moça de vestido cor de rosa, a imagem representa um “clima” de paquera onde o olhar da moça está voltado ao rapaz de verde-azulado onde a mistura das cores verde com azul favorece o desencadeamento das paixões¹⁰¹.

As mulheres possuem vestes de várias cores, é notável as tonalidades da cor amarela com listras na cor vermelha no vestido da moça que dança do lado esquerdo da imagem, como também uma das moças com um vestido vermelho-alaranjado, essas cores traduzem o significado de gozo, espontaneidade, euforia e desejo.

O verde além de representar o desencadeamento das paixões (inclusive no vestido da moça que dança de rosto colado com o seu par), nas vestes da moça que dança sorrindo expressa o bem-estar e a esperança.

A cor rosa além de feminilidade simboliza a possibilidade do encontro e da aproximação.

O vermelho além de ser a cor do batom e do esmalte representando à conquista, a paixão, a alegria, também é a cor da primeira letra (u) do “*slogan*” da propaganda como também da própria bebida servida nos cálices. O álcool aqui vem como um elemento que facilita a aproximação entre as pessoas e a conquista e rompe a timidez, significados que também envolvem a primeira letra da frase.

Inclusive os dizeres “Uma agradável apresentação pede um brinde com Cinzano” está sobre a cor amarela e tem como significado a expectativa, a euforia, a esperança e a espontaneidade, como também traz o significado da luz que ilumina o que está oculto e desconhecido. Aqui a moça é apresentada à alguém que não conhece, mas que a partir do

¹⁰¹ Sobre esse assunto cf.FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores*.op.cit.p.114.

encontro aquele que era distante e desconhecido passa a ser próximo e conhecido, portanto um primeiro vínculo é estabelecido e por isso merece ser brindado.

Na mesma propaganda temos o rosto de um garçom que apresenta a bebida em uma garrafa com o rótulo onde predomina o vermelho aqui simbolizando a alegria, a conquista, a energia, a intensidade e a vida. Ao lado da garrafa duas taças, que significa que o ato de beber está vinculado ao relacionamento entre as pessoas, as duas taças indicam que no mínimo duas pessoas estão compartilhando da bebida, tipifica também a comunhão entre as pessoas que comemoram ou concordam com algo, demonstrando a necessidade de se relacionar, inclusive nos dizeres “**Nos momentos mais felizes... é a bebida da cordialidade. Nas festas, em sua casa, no encontro com os amigos...**”¹⁰².

Recorte esta deliciosa
sugestão para um

Natal Inesquecível!

Seus amigos sentirão saudades deste Natal... e tão cedo não se esquecerão desse delicioso Merino Ponche de Festa! É tão simples prepará-lo! Aqui está a receita, para 12 pessoas: numa poncheira grande, coloque o suco de 12 limões e de 3 laranjas, 200 gramas de açúcar, 2 xícaras de chá bem forte, uma garrafa de água mineral gasosa (ou uma garrafa de champagne) e uma garrafa do gostosíssimo Ron Merino. Misture bem, acrescente um pedaço grande de gelo e enfeite com pedacinhos de laranja, maçã ou qualquer outra fruta. Sirva bem gelado... E seus convidados vão dizer: humm... que delícia!

Eis uma sugestão para um bom presente de Festas: ofereça aos seus amigos e Clientes uma coleção Merino: Ouro, Prata e Extra Velho. Eles vão gostar do delicioso Merino Extra Velho na sua nova "Embalagem-Presente" e ficarão encantados com a linda miniatura que acompanha a garrafa.

RON MERINO — UM BAR COMPLETO EM SUA CASA

Imagem 16. Fonte: O Cruzeiro, 02 de dezembro de 1955. Rio de Janeiro. p.02.

¹⁰² A análise das cores nas propagandas não foi feita sobre o viés da publicidade e da marca do produto, por exemplo: a marca Cinzano da Indústria de Bebidas Cinzano S.A com a logomarca escrito em branco sobre as cores azul e vermelho e sim sobre o estímulo dado ao consumidor em relação a bebida. Como já foi dito a análise se preocupou com os estímulos dados ao ato de consumir a bebida alcoólica e os seus significados, independente da marca.

A propaganda da página anterior tem como tema central o natal, festa familiar e amistosa. Já de início traz uma receita de ponche onde a bebida é utilizada como ingrediente, além disso, ela é uma sugestão para presentear amigos e familiares.

As cores predominantes são o vermelho, associado ao amarelo e ao verde que juntas traduzem a alegria, a extroversão, a esperança, o conforto, o bem-estar, a paz e a abundância, sensações que devem ser encontradas no clima natalino entre amigos e parentes.

A bebida está e é servida sobre recipientes prateados. A prata (metal refinado pelo fogo) traz a idéia de requinte social, como também pureza e redenção, na simbologia judaico-cristã o sacrifício de Jesus é identificado com a prata, como também a sua justiça¹⁰³. Para o catolicismo o natal é o nascimento de Jesus e para o cristianismo Ele é aquele que nasceu para cumprir o projeto redentor da humanidade.

Percebe-se que as unhas femininas estão esmaltadas de vermelho, que é também a cor dos frutos na imagem, que além de representar a aproximação entre as pessoas, também representa a vida que nesta festa é comemorada. A imagem com os dizeres dá a idéia de que a bebida é servida pela anfitriã a um homem e a uma mulher, o clima de confraternização e comunhão é transmitido na propaganda.

¹⁰³ Sobre essa simbologia cf. *Bíblia de Estudo Almeida*. São Paulo. Sociedade Bíblica do Brasil.

Nos bons momentos da vida...

tão rapidamente... momentos
inesquecíveis! E em
instantes assim, CINZANO
— leve e estimulante — é
sempre um motivo a mais
de alegria e de prazer.



— um brinde de cordialidade!

Vermouth Cinzano Tinto • Vermouth Cinzano Branco Doce
Vermouth Cinzano Branco Sêco

Imagem 17. Fonte: O Cruzeiro, 30 de junho de 1956. Rio de Janeiro. p.50.

Na propaganda visualizada na página anterior a alegria e o prazer de um encontro é fixado, estimulado e até mesmo melhorado com a presença da bebida.

A imagem traz o casal que com alegria brinda o encontro, a intimidade, nota-se que o par está sozinho, não têm outras pessoas na cena, o ambiente não é um bar ou uma boate.

Ela vestida de verde, saudável, tranqüila e feliz, ele com vestes em tons da cor marrom, vermelho e branco que traduz vigor, masculinidade, estabilidade e alegria.

O ambiente na tonalidade do amarelo traduz a expectativa do encontro, da possibilidade do romance, da espontaneidade e do prazer.

A bebida novamente vem na tonalidade do vermelho propicio à conquista, o azul da frase “Nos bons momentos da vida” traduz a amizade, o amor, a confiança, a fidelidade, exposta sobre o branco-azulado da toalha de mesa.

Novamente duas taças são apresentadas na bandeja, indicando que o ato de beber e as sensações de leveza e estímulo proporcionadas pela bebida devem ser compartilhadas no mínimo à dois.

A frase “**Nos bons momentos da vida**” indica que a bebida demarca aquele tempo como inesquecível, mediante as sensações de leveza, estímulo, alegria e prazer que foram oferecidos ao casal.

Saboreie os VINHOS DO RIO GRANDE



Um copo
de vida
com gosto
de uva



A senhora
conhece
a importância
dos
pequenos
gestos
decisivos

Quantas e quantas vezes, seu marido não terá desejado acompanhar com *vinho* a excelente refeição que a senhora lhe serve!

Entretanto, os atropelos naturais da hora do regresso ao lar, a impossibilidade de passar pelo fornecedor ou, mesmo, um esquecimento momentâneo o têm privado de desfrutar êsse merecido prazer.



Lembre-se de que êle tem tanta coisa em que pensar, e poupe-lhe mais essa preocupação.

Surpreenda-o agradavelmente, à mesa, com um bom copo do vinho que êle mais aprecia!



O Dr. **CARLO MENZIO**, Presidente da Ordem dos Degustadores de Vinhos da Itália, declarou: "Percorri vários países da América do Norte e do Sul, vim encontrar nas cantinas do Rio Grande os mais perfeitos vinhos, tecnicamente produzidos".

grant. PA - 48.008

CRUZEIRO, 21 de dezembro de 1957

89

Imagem 18 Fonte: O Cruzeiro, 21 de dezembro de 1957. Rio de Janeiro. p.89.

Esta propaganda na página anterior de vinhos traz a bebida como sinônimo de vida, prazer e saúde, qualidades observadas na frase “Um copo de vida com gosto de uva”, do lado direito da imagem, como também nos dizeres que estão sobre a cor verde que neste caso representa a saúde, o bem estar, o descanso e o equilíbrio, confirmado por um especialista em vinhos.

A mulher como esposa e dona de casa teve como papel manter o lar com harmonia e aconchego, ela foi responsável por agradar o marido que foi o seu provedor e chegava cansado do trabalho, era dessa forma que devia recebe-lo com agrados e “mimos” e por isso ela teve em troca o afeto, como demonstra de forma idealizada a relação do casal ao lado esquerdo da imagem.

Já a figura central da propaganda apresenta uma dona de casa bela e feminina as tonalidades da cor vermelha, branco e preto traduzem ao mesmo tempo a sedução ao lado da dignidade e seriedade que moralmente era imposto a mulher. Apesar desses valores morais a mulher na imagem expressa a necessidade de conquistar o homem mantendo-se jovem e bela e surpreendendo-o com “pequenos gestos” os quais fariam a diferença no casamento. Ela o espera com a mesa arrumada com a toalha na tonalidade do amarelo-esverdeado expressando conforto, tranquilidade e descanso.

Nas mãos segura dois cálices representando novamente que o ato de beber deve ser compartilhado com outra pessoa, de preferência alguém especial.



CINZANO
*é um
prazer*

Para realçar os encantos de uma reunião familiar
ou para selar um encontro entre amigos... nada
como Cinzano! Sirva-o puro ou com o excelente
Gin Gilbey, que acrescenta ao aromático Cinzano o sabor
característico dos frutos da genebra.
A tôda hora... em tôda a parte... Cinzano
é um prazer. Peça-o pelo nome!

CINZANO

Produto da
INDÚSTRIA DE BEBIDAS CINZANO S. A.

Imagem 19. Fonte: O Cruzeiro, 09 de outubro de 1954. Rio de Janeiro. p.19.

Na imagem dezoito as bebidas Cinzano e Gin são apresentadas como sinônimo de prazer, apesar de ter um único cálice oferecido pela moça de vestes esverdeadas que traz o sinônimo de bem-estar, a cor também é visualizada na garrafa de Cinzano, já a tonalidade do amarelo esverdeado da garrafa de Gin traz o sinônimo de gozo e tranqüilidade, os dizeres: “**Para realçar os encantos de uma reunião familiar ou para selar um encontro entre amigos**” mostram novamente que a bebida alcoólica estava vinculada aos relacionamentos sociais dentro de padrões morais pré-estabelecidos, como também é notável na imagem seguinte.



com o **Pudim de Creme** vai muito bem!
Moscatel Unico

Com o Pudim de Creme, sua sobremesa ou doces preferidos, um cálice de *Moscatel Unico* vai muito bem! Vinho licoroso, adocicado, produzido com uvas finas e por processos tradicionais de fermentação, o *Moscatel Unico* reúne aquelas características especialíssimas dos melhores vinhos moscatel. Tenha sempre no seu bar o *Moscatel Unico* para o maior brilho de suas recepções, festas de aniversário ou pequenas reuniões, onde os docinhos estão sempre presentes. E tem mais: *Vinhos Unico* mantém todas as qualidades alimentícias das uvas que lhes dão origem!

Vinhos Unico
 Puro... Agradável... Saboroso... Unico...

Para acompanhar ou preparar biscoitinhos e doces, e para a feitura de pratos que exigem um vinho fino em sua receita, experimente Reserva Unico ligeiramente doce, tipo Porto. E note bem: Champagne Monaco e Champagne Unico em qualquer ocasião revelam ao seu paladar o bom-gosto e o refinamento do "Rei dos Vinhos".

Imagem 20. Fonte: O Cruzeiro, 19 de outubro de 1957. Rio de Janeiro. p.23.

O vermelho domina o cenário central da imagem número vinte onde a bebida está exposta sobre a mesa ao lado dos bombons e do pudim.

Além do vermelho as cores do amarelo, verde e do azul representam a alegria, a vida, o bem-estar, a saúde, a amizade, o afeto e a comunhão entre as pessoas.

...muitos anos de vida!



Onde há uma comemoração íntima, onde amigos se reúnem, ali está CINZANO... leve e estimulante! Um padrão de excelência desde 1816, CINZANO é sempre um motivo a mais de alegria e de prazer.



CINZANO

INDÚSTRIA BRASILEIRA
VERMOUTH
FRANCESCO CINZANO & COMP.
TURIM
Marco existente desde 1816

CINZANO

— um brinde de cordialidade!

Vermouth Cinzano Tinto • Vermouth Cinzano Branco Doce
Vermouth Cinzano Branco Sêco

Imagem 21. Fonte: O Cruzeiro, 02 de junho de 1956. Rio de Janeiro. p.26.

O tema da propaganda número vinte e um é uma festa de aniversário que por si mesma comemora a vida. Interessante notar que as vestes dos convidados estão todas nas cores verde e azul, simbolizando a saúde, a paz, a abundância, a coragem, o afeto, a amizade e a fidelidade, desejos e sentimentos que foram trazidos a aniversariante que a ilustração demonstra ser a moça de vermelho que está ao lado esquerdo da imagem. Em vermelho também estão as velas do bolo, as flores, a bebida e os cálices que representam a alegria, a emoção, a extroversão e a própria vida, celebrados pela festa, estimulados e revigorados pelo álcool.

RON MERINO
é um bar completo em sua casa!

Quando você chegar para o almoço ou o jantar... quando quiser surpreender agradavelmente suas visitas... quando quiser dar ao seu lar, às suas recepções, às festas, um toque de vida moderna e elegante...
...é simples! Faça um dos 1.001 drinques com "Ron Merino"!

Experimente este!
"CUBA LIVRE"
(marco registrado)

Nem copo alto, ponha: 1 a 2 doses de "RON MERINO" (Prata ou Ouro); 2 cubos de gelo. Acabe de encher o copo com Coca-Cola. Misture e adorne a orla do copo com uma rodela de limão, se quiser.

"Cuba Livre" só é legítimo com "Ron Merino"... É o mais conhecido... o mais fácil de preparar... e um dos mais saborosos drinques!

E mais este:
O "MERINO DAIQUIRI"

1 colher (de chá) de açúcar; Suco de 1 limão; 2 cálices de "RON MERINO" (Prata); 1 xícara (de chá) de gelo batido. Bata numa "coqueteleira" ou liquidificador. Sirva em copo de "cocktail" ou taça de "champagne".
(Multiplique a dose pelo número de pessoas)

E verá que os olhos se arregalam de prazer e aprovação!

E este:
O "MERINO-COLLINS"

Ponha num copo alto: Suco de 1 limão; 2 colheres (chá) de açúcar; 2 doses de "RON MERINO" (Prata); 2 cubos de gelo. Acabe de encher o copo com sifão ou água carbonatada e misture bem. Adorne a orla do copo com uma rodela de limão. Ponha dentro do copo, se quiser, uma cereja.

RON MERINO
de Cuba - a pátria do rum - para todo o mundo, desde 1889! 19

Imagem 22. O Cruzeiro, 27 de fevereiro de 1954. Rio de Janeiro. p.19.

É interessante notar que na propaganda número vinte e dois há a ausência de representações humanas explícitas como nas anteriores. Mas os dizeres: “Quando você chegar para o almoço ou jantar... quando quiser surpreender agradavelmente sua visita... quando quiser dar ao seu lar às suas recepções, às festas um toque de vida moderna e elegante... é simples! Faça um dos 1001 drinques com Ron Merino!”. Isso somado as cores do vermelho e do amarelo predominantes na imagem expressam o conforto, o gozo, a juventude, a euforia, a comunicação e extroversão. Na privacidade do lar também foi possível compartilhar do prazer, da cumplicidade, da descontração e da alegria presentes nos bares, basta ter a bebida e os amigos que o bar se completa nos lares, apesar dos limites morais aqui representados pelo equilíbrio do copo na mão do palhaço, a presença dessa personagem também pode ser lida como uma festa familiar com a presença de crianças.

A MAIOR
NOTÍCIA DESDE
O FIM DA
GUERRA
PARA OS QUE
SABEM BEBER

**NÃO
FALTARÁ
MAIS
CONSTANTINO**

entre todos o mais nobre!

Este famoso vinho nobre, que durante tantos anos frequentou as mais aristocráticas casas do Brasil, volta a ser encontrado à vontade nos melhores fornecedores.

Os apreciadores de bebidas de tão alta categoria poderão saboreá-lo agora mais a miúdo, já que Constantino não faltará no mercado, a preço bastante acessível!

Sirva-o com gelo, puro ou com sifão. Experimente também Vermouth Constantino Seco ou Doce

VINHOS CONSTANTINO (BRASIL) S.A. - Caixa Postal, 1363 - São Paulo

Imagem 23. Fonte: O Cruzeiro, 19 de dezembro de 1957. Rio de Janeiro. P.111.

A única imagem que foi encontrada de forma monocromática e com a fotografia (e não desenho) de uma pessoa bebendo foi a de número vinte e três. A cor marrom que é predominante simboliza nesse caso a sensualidade, o vigor e a resistência contra o desconforto, à doença, o pesar e a melancolia dos tempos da guerra. De forma sedutora e sóbria o homem gestualmente oferece o vinho que inaugura uma nova era, época das novidades, mas ao mesmo tempo preserva os valores tradicionais expressos na frase. **“Este famoso vinho nobre, que durante tantos anos freqüentou as mais aristocráticas casas do Brasil, volta a ser encontrado a vontade...”**. Sobriedade, requinte e sofisticação marcaram a época.

Na Bahia
como em
tôda a parte...

os amigos se encontram
para um **CINZANO** amigo

Na terra das muitas igrejas, das lindas praias, das moças bonitas, as reuniões amigas são festejadas com Cinzano — como em tôda a parte. Um motivo a mais de alegria e de prazer. Cinzano puro, em cocktails ou com Gin Gilbey tem aquele sabor característico, inconfundível... que só mesmo Cinzano oferece.

CINZANO

Vermouth Cinzano Tinto • Vermouth Cinzano Branco Seco • Vermouth Cinzano Branco Doce

The advertisement is a composite of three distinct illustrations. The top section shows a tropical beach with two palm trees in the foreground, a lighthouse on the shore, and the ocean under a cloudy sky. The middle section features a detailed illustration of a large, ornate church with multiple spires. The bottom section depicts three people—two men and one woman—seated at an outdoor table, engaged in conversation and drinking. To the right of this scene is a bottle of Cinzano Vermouth and two empty glasses. The brand name 'CINZANO' is prominently displayed in a stylized font across the bottom of the social scene illustration.

Imagem 24. Fonte: O Cruzeiro, 16 de março de 1957. Rio de Janeiro. Contra Capa.

Aqui na imagem vinte e quatro novamente o álcool está associado as relações sociais, a afetividade e ao prazer. O cenário é uma praia, mas a temática é o turismo. A paisagem vem representada por cores da própria natureza azul e branco para o céu e para o mar, verde para vegetação. O sol com seus raios dão a tonalidade vermelho-alaranjado para as rochas, areia e coqueiros, a vida é celebrada, a paz e o descanso são propícios.

Em uma mesa azul a moça de vermelho, feminina, alegre e comunicativa conversa com dois homens um de vestes preto e branco e o outro de vestes esverdeadas, os três na mesa representam o equilíbrio, a sobriedade, a elegância, a alegria, a comunhão e a amizade.

O álcool funciona como um equalizador entre as pessoas, é um motivo a mais de alegria e prazer, como na mensagem do texto o que está bom fica melhor ainda. As propagandas de bebida alcoólica, independente da marca aqui analisadas trouxeram mensagens correlacionadas à vínculos de afetividades entre as pessoas, a solidão não foi encontrada nas propagandas.

Michel de Certeau¹⁰⁴ alerta para o uso que as pessoas fazem das coisas que são predispostas ao consumo, o autor adverte que a propaganda se adapta ao estilo de vida e reflete em parte o cotidiano, ou seja, as propagandas analisadas não fixaram os aspectos negativos da sociedade dentro da qual foram criadas e para a qual se dirigiam. A cor nesse caso funcionou como auxílio ao conteúdo emocional expresso, e facilitou a assimilação de uma mensagem de valores idealizados em contraste com outros tipos de sociabilidade onde o álcool esteve presente como na boemia.

Nas propagandas analisadas foi eloqüente a expressão de valores relacionados a vínculos afetivos ao lado da modernização social. Mas, muito mais do que isso, foi a necessidade de se estabelecer relações.

As temáticas que foram apresentadas àquela sociedade, onde os símbolos desembocaram no *happy end*, favoreceram a vida onírica, isso se deu quando as pessoas procuravam o encantamento contra o desencanto e lhes foram apresentados: beleza, saúde, juventude, alegria, vida, companheirismo, amizade, amor, enfim, felicidade e prazer de forma fabulosa para que pudessem suportar os obstáculos apresentados pela vida real do tempo presente daquele momento.

¹⁰⁴ CERTAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis. Vozes. 1986.

A própria revista O Cruzeiro que esteve voltada intensamente para o entretenimento, trouxe também os desajustes da época, são várias as reportagens com fotografias sobre o cotidiano nacional e internacional com temas que falam do decorrer das duas grandes guerras, suas conseqüências e sobre os dramas sociais que muitos viveram.

Nas páginas da revista encontram-se os escândalos, as tragédias e o sofrimento de celebridades com reportagens que detalham os conflitos pessoais que se tornavam públicos, como o caso da reportagem sobre Marlyn Monroe e outros artistas de *Hollywood*.

“A amargura e o nervosismo das filmagens logo foram esquecidos graças a força da película. O filme estreou em dezembro de 1958, e a platéia riu do início ao fim. Enquanto isso Marlyn perdia seu bebê em Nova York. Quanto mais quente melhor foi um imenso sucesso e rendeu muito dinheiro para o estúdio. Por sua vez, a estrela, a grande vedete, esta sozinha, perdendo mais uma vez o filho tão desejado, enquanto todos divertem com seu trabalho... ou Marlyn parecia abusar dos barbitúricos, pois sofria muito. Sentia uma dor constante nos rins, John Hurton abusava do cassino e perdia dinheiro todos os dias, Montgomery Clift abusava do álcool, Clark Gable abusava do álcool e do cigarros... eram esses atores que participavam do filme Os Desajustados”¹⁰⁵.

É notório a insatisfação, o abuso alcoólico e de outras drogas na reportagem em contraste com as sociabilidades expressas nas propagandas de bebidas alcoólicas.

Ao fugirem da dor¹⁰⁶ causada pelo mal-estar frente as sociedades normatizadas, esses artistas passaram a ser conscientes de suas fragilidades e procuraram suas sobrevivências no “bem-estar” dos lenitivos, entre eles o álcool esteve presente e foi utilizado de forma diferenciada dos usos apresentados nas propagandas.

Dessa forma também foi encontrado nas reportagens outros artistas nacionais e internacionais entre eles a cantora Maysa que em uma reportagem afirmou: “Eu canto meu estado d’alma”¹⁰⁷.

Através das letras de canções¹⁰⁸ de Maysa é possível encontrar narrativas de uma sociabilidade em contraste com a sociedade normatizada.

¹⁰⁵ Fragmentos da reportagem sobre a vida dos astros e estrelas de *Hollywood* encontrada na revista O Cruzeiro. 06 de abril de 1958.

¹⁰⁶ Segundo o autor Ivan Illich na obra *A Expropriação da Saúde. Nemêsis da Medicina*. op. cit. p. 134. informa: “Quando experimento uma dor estou sempre consciente do fato de que se coloca um problema... A dor é experimentada como sinal de uma carência de motivo, de perspectiva, de referencia, de presença. O que não anda bem?, Por quanto tempo ainda?, Porque é preciso... porque devo eu...?”

¹⁰⁷ O Cruzeiro, 08 de janeiro de 1958.

¹⁰⁸ Canção do latim *cantione*. 1 SF Designação comum a diversos tipos de composição musical popular ou erudita, para ser cantada. 2 Composição escrita para musicais, um poema ou trecho literário em prosa, destinada ao canto, com ou sem acompanhamento. Dicionário Aurélio. In LOPES, Eduardo Paulo. *A desinvenção do som. Leituras dialógicas do Tropicalismo*. São Paulo. Ampoll Pontes Editora. 1999. p. 85.

Com seus estilos alternativos a normatização do uso da bebida alcoólica os frequentadores dos redutos boêmios estavam na busca do alívio do mal-estar através das experiências etílicas, pois foi considerável a representatividade do álcool como expressão do bem-estar presente no cotidiano da época, dentro e fora da boemia.

“A experiência clínica e a vida cotidiana mostra que diante da falta estrutural para compensar a perda do objeto, o sujeito pode escolher o matrimônio com a garrafa ou selecionar uma droga específica para o seu gozo a cocaína, a maconha, o crack, o haxixe, objetos procurados para compensar a falta e transportar a angústia¹⁰⁹”.

Dessa forma, foram desveladas as aparências fabulosas e maravilhosas que caracterizaram os anos de 1949 à 1959, entre fascínios e decepções da década.

Foi encontrada na noite, nos bares, através das canções, a eterna procura da felicidade que de tão idealizada e etérea, se mostrou inatingível, como cantou Maysa nos versos de Felicidade Infeliz¹¹⁰. Com as canções e com a própria vida da cantora foi possível entrar nos bastidores da década, atrás da cortina do fabuloso e maravilhoso espetáculo dourado, através da noite inebriante.

¹⁰⁹ WILSON, Mariana. *O Brilho da Infelicidade*. Rio de Janeiro. Escola Brasileira de Psicanálise. Kalimeros. 1998. p. 109. Esta citação é pertinente para o foco de análise que se debruça nas dores e insatisfações dos relacionamentos afetivos na década de 50; porque as drogas também podem ser usadas para outras finalidades como por exemplo, o LSD sigla do Ácido Lisérgico de Dietilamida nos anos 60 que foi utilizado para expansão da mente nos movimentos de contracultura.

¹¹⁰ Felicidade, deves ser bem infeliz/andas sempre tão sozinha/nunca perto de ninguém... Felicidade infeliz. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1957.

Capítulo II – *A noite inebriante: fascínios e decepções*



Imagem 25. Maysa na boate Oásis com André Matarazzo e amigos nos anos 50. Fonte: Acervo da família Matarazzo in NETO, Lira *Maysa só numa multidão de amores*. Caderno de imagens. p.7.

*“Ao lado da 7 de abril há
muitos bares e cafés, onde
também o pessoal toma
caipirinha, batidas...”*

Perseu Abrano
(Jornalista)

As altas horas da noite e as madrugadas paulistanas estiveram envolvidas por sentimentos e sensações muito particulares ao período, bares e boates por muitas vezes de ambientes esfumaçados eram freqüentados por pessoas que além do copo e do cigarro carregavam consigo decepções e esperanças.

Muitos fizeram carreira artística como os cantores e instrumentistas, outros foram fascinados por eles, naqueles encontros noturnos muitos músicos e cantores deram seus primeiros passos na profissão.

As vozes masculinas e femininas cantavam as dores de amor, “estórias” que derramavam lágrimas e reproduziam a vida amorosa de muitos freqüentadores da noite.

No inverno pelas madrugadas homens e mulheres usavam capas de gabardine “idênticas” aos de Rick e Isa, representados por Humphrey Bogart e Ingrid Bergman no filme Casablanca, fascínios e decepções foram embalados ao som de “*As time goes by*” tema musical do filme.

A boate Oásis foi uma das primeiras casas sofisticadas e luxuosas da noite paulistana, situada em um porão na Rua 7 de Abril, próxima a Praça da República, quando desciam as escadas os freqüentadores encontravam um amplo salão com uma decoração requintada e uma pista de dança, abria as vinte e uma horas e quando as atrações se prolongavam fechava as dez horas da manhã.

Um outro lugar de requinte foi o bar Michel da Rua Major Sertório, por lá passaram grandes nomes da música nacional e internacional, era freqüentado por jornalistas, intelectuais e empresários, o compositor Antonio Maria, o jornalista Edgar Muniz era um deles e a cantora Dolores Duran fez sua única apresentação na noite paulistana nesse bar, além da apresentação da cantora Maysa, outros nomes de famosos estiveram por lá. O bar era aconchegante com vários sofás.

Nessa época Paulo Vanzolini teve inspiração para compor a letra de Ronda, gravada pela primeira vez em 1953.

“De noite eu rondo a cidade, a te procurar sem te encontrar...

Volto pra casa abatida, desencantada da vida...

Porém com perfeita paciência volto a te buscar...

Bebendo com outras mulheres, rodando dadinho, jogando bilhar

E nesse dia então vai dar na primeira edição cena de sangue num bar da Avenida São João¹¹¹”.

Nas proximidades da Avenida São João com a Avenida Ipiranga estavam o Bar Brahma, o Captain’s Bar, o Ok, o Cubadança e o Maravilhoso que antes foi um cabaré chamado Wonder Bar e a luxuosa Baiúca antes localizada na Rua Major Sertório e depois mudou-se para a Rua Cesário Mota, esses eram os preferidos lugares das rondas boêmias.

¹¹¹ Ronda. Composição Paulo Vanzolini. Gravação Inezita Barroso. 1953.

A noite foi cúmplice de muitos de seus freqüentadores, as canções entoadas denunciavam que a felicidade estava perdida no passado ou ainda seria encontrada.

As vozes dos sujeitos das canções em especial de Maysa, demonstram o desencantamento e a procura de refúgio nesse tipo de sociabilidade dos bares, onde foi possível desenvolver e compartilhar experiências e devaneios entre um café, um cigarro e um trago.

2.1 – Um café, um cigarro e um trago

A preocupação em compreender o significado das drogas, em especial o álcool, utilizadas contra as sensações desagradáveis tão próprias da vida moderna como: a insegurança, o medo, a ansiedade, a fadiga e a tristeza usando como exemplo a vida da cantora Maysa é o foco deste capítulo.

Muitas pessoas remetem o uso de drogas aos anos 60, quando elas funcionavam como uma marca dos movimentos juvenis de contracultura¹¹², estigmatizando o período.

Acontece que elas acompanham as experiências e vivências humanas, estão presentes em diferentes “povos, tribos e nações” com diversos significados, até mesmo religiosos. No caso desse estudo sobre o uso de drogas um aspecto foi relevante: a aliança que o ser humano faz com elas em busca de satisfação e prazer negados ou minimizados pela realidade da vida.

“Quando provei cocaína pela primeira vez, estava num ligeiro estado de depressão provocado pela fadiga. Alguns minutos depois de a ter provado, senti uma alegria repentina acompanhada de uma sensação de bem-estar. Tem-se a impressão de adquirir maior auto domínio, mais vitalidade e de poder trabalhar melhor¹¹³”.

Nos escritos de Freud de 1884, pode-se ver que muito antes dos anos 1960, a cocaína já era sinônimo de felicidade e extroversão. Cerca de vinte e um anos antes da experiência de Freud, em 1863, Ângelo Mariani, um comerciante italiano, lançou um vinho

¹¹² Segundo PEREIRA, Carlos Alberto M. Pereira “O termo contracultura foi inventado pela imprensa norte-americana nos anos 60, para designar um conjunto de manifestações culturais novas que floresceram não só nos EUA, como em vários outros países, especialmente na Europa... na verdade, é um termo adequado porque uma das características básicas do fenômeno é o fato de se opor, de diferentes maneiras à cultura vigente e oficializada pelas principais instituições das sociedades do Ocidente”. In *O que é contracultura*. São Paulo. Brasiliense. 1996. p.13.

¹¹³ FREUD, Sigmund. In. CONNOR, Stevem. *Cultura pós-moderna*. São Paulo. Moderna. 1989. p.76.

à base de cocaína que levou seu sobrenome no rótulo. Cada litro continha algo como setenta miligramas de cocaína, equivalente a uma “carreira” da droga¹¹⁴.

Dados históricos revelam que esse vinho começou a ter “status” de remédio, o escritor Júlio Verne, o inventor Thomas Edson, a rainha Vitória, entre outros famosos, provavam e aprovaram a bebida, eles todos foram unânimes em dizer que o vinho era um extrato líquido de prazer¹¹⁵.

Nos anos 20 em São Paulo, a cocaína era vendida nas *pharmácias* do centro da cidade, Mário de Andrade era consumidor do pó, dizia que usava para sentir-se mais à vontade, enfim, os inteligentes, bem sucedidos como também outros anônimos contemporâneos à época do escritor também usavam para sentirem-se menos deprimidos, menos perdidos, mais alegres e seguros diante da modernização na “Paulicéia Desvairada”¹¹⁶.

“A corrida para o consumo frívolo a busca do prazer na abundância dos bens materiais o “consumismo” desenfreado de nossos dias e naquele que se chamava então “as preciosidades da vida, pelas quais todo gentil – homem aspirava tornar-se um engenhoso para ser um delicioso (...)”. O hedonismo de massa aparecia pela primeira vez até o ar da cidade mudava”¹¹⁷.

Esse autor ao analisar as transformações sociais expressas no convívio entre as pessoas, traz reflexões importantes a respeito da sociedade de consumo e de seus prazeres obtidos nas substâncias que se fizeram necessárias e expressivas.

Essa forma de viver também foi encontrada nos espaços boêmios mais refinados da cidade de São Paulo nos anos 50, apesar das particularidades da década no aspecto musical e na drogadição, São Paulo manteve relações com a boemia carioca, e ambas foram freqüentadas por diversos e famosos cantores e compositores entre eles Maysa.

“Marca registrada de uma época, a boemia mantinha-se sectária e restringia-se ao consumo de bebidas alcoólicas: o uso de drogas não era tão difundido, não chegando a fazer parte dos

¹¹⁴ Dose de cocaína em pó esticada em uma superfície para ser aspirada pelo usuário. Sobre esse assunto cf. ROBSON, Philhip. *Que droga é essa? A verdade sobre as drogas e seus efeitos, porque que as pessoas usam e o que sentem*. São Paulo. Editora 34. 2003. p.17.

¹¹⁵ Sobre esse assunto cf. CONNOR, Stevem. *Cultura pós-moderna*. São Paulo. Moderna. 1989. op. cit.

¹¹⁶ Em 1922 Mário de Andrade escreveu *Paulicéia Desvairada* usando a cidade de São Paulo como inspiração. As obras do modernismo tinham como objetivo abolir regras, fugir dos eruditismos dos academicismos e encontrar uma forma de expressão que refletisse quem era o povo brasileiro sob o olhar dos modernistas. cf. *Paulicéia Desvairada*. in. *Poesias completas*. São Paulo. Edusp. 1987.

¹¹⁷ CAMPORESI, Piero. *Hedonismo e Exotismo. A arte de viver na época das luzes*. São Paulo. UNESP. 1996. p.33.

hábitos das rodinhas de boêmios (...) a cocaína circulava moderadamente nessa época, costumava-se presentear com pequenos vidros de cocaína trazidos do estrangeiro produzida em laboratórios, naqueles tempos a exceção ficou para Custódio Mesquita, que consumia cocaína irrestritamente”. Custódio tinha pupilas dilatadas, usava óculos escuros, dormia de dia para escapar ao sol e poder assim usufruir a noite (...) Na década de 50, Wilson ficou dependente da maconha, hábito do qual não mais se livrou, e lhe trouxe prejuízos artísticos e financeiros. Mas isso foi no final da década de 50 quando o High-society colocou na moda o consumo de drogas formando-se uma rede de distribuição através das boates (...)”¹¹⁸.

Diversos trabalhos que debruçaram o olhar sobre o mundo boêmio preocuparam-se em analisar a relação entre ócio e trabalho, muitos deles trazem a boemia caracterizada pela malandragem e apresentada como sociabilidade da pobreza, em contraposição ao mundo do trabalho e da ordem, trazendo representações¹¹⁹ que muitas vezes reforçam os discursos hegemônicos sobre a normatização da época.

O estigma que permeia as relações nos ambientes boêmios traz o protótipo do vadio, do vagabundo, das mulheres fáceis de vida difícil, enfim, da vadiagem. Reforça-se o arquétipo cristalizado do malandro de chapéu panamá, terno de linho, camisa de seda e sapato branco, de preferência dando o “ar da graça” em um botequim carioca, fazendo samba em meio ao rebolados e “gargalhadas mentirosas” das mulheres da vida.

Outro lado do universo focado nesses estudos, é o dos bares e boates cariocas: Arpège, Baccarat, Bottles Bar, Cangaceiro, Cervantes, Litte Club Manhattan, Marrocos, Vogue, entre outros, em alguns deles houve glamourosas apresentações de nomes consagrados das canções de “dor-de-cotovelo” como Dolores Duran, Cauby Peixoto e Lupicínio Rodrigues.

O Rio de Janeiro tornou-se a face da alegria, a “raiz” da boemia, em contraposição a São Paulo, que tinha o estigma da terra do trabalho, solidificando uma imagem mais séria, realista e idealizada da ordem e do progresso¹²⁰. Esses elementos foram rememorados e

¹¹⁸ LENHARO, Alcir. *Cantores do Rádio: trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart no meio artístico de seu tempo*. Campinas. Unicamp. 1995. p. 21.

¹¹⁹ Sobre esse assunto cf. Dulce Santos. “A noção de representação está baseada na idéia de que as representações traduzem à sociedade como eles pensam que ela é ou como gostariam que ela fosse. Assim cada sociedade cria suas representações do mundo pois percebe nessas imagens as estratégias que determinam as posições dos grupos sociais e suas relações na trama da sociedade”. In SOLLER, Maria Angélica e Matos, Maria Izilda Santos. *O Imaginário em debate*. São Paulo. Olho d’água. 1998. p.11.

¹²⁰ “O mito do bandeirantismo serviu de alicerce para a construção do imaginário sobre São Paulo no período e ainda em nossos dias, pode-se citar como exemplo o que ocorreu durante o governo de Mario Covas, quando na ocasião foram realizadas reformas nas linhas de trem onde os vagões com características “novas e modernas” formaram o trem que foi batizado de trem bandeirante...” Sobre esse assunto cf. CISCATI, Márcia Regina. *Malandros da Terra do Trabalho. Fragmentos e Memórias da Malandragem e Boemia na Cidade de São Paulo. (1930-1959)*. UNESP. Assis. 1996. Ou ainda em meados dos anos 40. “Quando São Paulo comemora mais um ano de sua fundação, não podemos esquecer a bravura da gente bandeirante que

comemorados nas festividades do IV Centenário da cidade e imprimiu no imaginário social o arquétipo do trabalhador triunfante, somado à vontade dos empreendimentos progressistas.

“(…) Ao longo das décadas de quarenta e cinquenta e acompanhando os caminhos das mudanças sociais provocadas por uma nova elite que se instalava no poder os novos empresários da industrialização, a cidade foi sendo redesenhada sob a marca do “progresso” e da “modernização”. Esse novo risco de cidade tinha como resultado mais perceptível o alargamento e a abertura de novas ruas, bem como as novas formas de utilização e apropriação dos espaços públicos”¹²¹.

No Rio de Janeiro, os estudos sobre o imaginário¹²² da cidade evocam o lazer, a sensualidade, a beleza e o prazer, mais que um espaço geográfico, a cidade se constitui numa paisagem de gestos, ritmos e cores exuberantes, em contraste com São Paulo, “terra do trabalho”. Por esses e outros fatores a cidade de São Paulo foi apresentada no primeiro capítulo deste trabalho porque também foi sedutora e envolvente, além disso, possuiu uma vida boêmia intensa e não menos interessante que a do Rio de Janeiro, apesar de suas particularidades.

alargou a fronteira da Pátria vencendo empecilhos e fazendo a terra se curvar humilde sob suas botas de sete léguas, São Paulo é o mais notável exemplo de tenacidade que conhecemos e o seu povo obreiro e digno caminha a passos largos para a industrialização moderna, colocando sua cidade entre as mais importantes do mundo”. *Revista São Paulo Ilustrado*, nº. 11. 15 de janeiro de 1946. Capa.

¹²¹ DIÊGOLI, Leila Regina. *Desenhos e Riscos de São Paulo: A estética dos espaços públicos do centro da capital paulista entre os anos de 40 e 60 do século XX*. São Paulo. PUC-SP. 2001. p.02.

¹²² Sobre esse assunto cf. MEDEIROS, Bianca Freire. *O Rio de Janeiro que Hollywood inventou*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar. 2005. Como também CISCATI, Márcia Regina: *Malandros da Terra do Trabalho. Fragmentos e Memórias da Malandragem e boemia na cidade São Paulo. (1930 – 1950)*. Assis. UNESP. 1996.



Mapa 1 Fonte: Castro Ruy. op.cit. O Mapa apresenta os principais lugares onde desenvolveu-se as experiências e vivências boêmias em São Paulo no período estudado.

A cidade que seduziu e exaltou prazer está presente em poemas, crônicas, livros e canções, como também nas propagandas que coloriam a metrópole paulistana nos bondes, *outdoors*, jornais e revistas, como já foi demonstrado, especialmente nas de bebidas alcoólicas.

Embora o álcool nas propagandas fosse apresentado em ambientes considerados familiares, requintados e normatizados, criou-se outros hábitos e também despertou-se desejos que envolviam a bebida alcoólica de forma diferenciada dos anúncios.

“A propaganda e a publicidade tem a função de influenciar as pessoas e os grupos a que se dirigem (...) Ora, nossas decisões e condutas são determinadas por dois tipos de fatores: de um lado, nossos desejos, de outro, as informações de que dispomos quanto aos meios de realizar esses desejos”¹²³.

Dentro de um esquema entre o desejo, as informações e a conduta, formas de sociabilidades foram se constituindo nas relações humanas, onde o álcool foi bastante representativo, indo além dos recônditos familiares.

O universo boêmio apesar de evocar a noite, não esteve descolado do dia, onde as tramas da vida se entrelaçaram, as incertezas submergiram e os dramas foram formados, inclusive nos anos após a Segunda Guerra Mundial que foram traumáticos, o mundo viu-se chocado e mudado “para sempre”, desenrolava-se a “era das incertezas” no Ocidente:

“A humanidade sobreviveu. Contudo, o grande edifício da civilização do século XX desmoronou nas chamas da guerra mundial, quando suas colunas ruíram. Não há como compreender o breve século XX sem ela. Ele foi marcado pela guerra. Viveu e pensou em termos de guerra mundial, mesmo quando os canhões se calavam e as bombas não explodiam... A Segunda Guerra Mundial ampliou a guerra maciça em guerra total. Suas perdas são literalmente incalculáveis... (ao contrário da Primeira Guerra Mundial) matou tão prontamente civis quanto pessoas de uniforme, e grande parte da pior matança se deu em regiões, ou momentos, em que não havia ninguém a postos para contar ou se importar”¹²⁴.

A modernidade e a modernização trouxeram a ciência, a rapidez, a tecnologia, a mecanização. A presunção de que as formas tradicionais, as idéias convencionais e a história poderiam dar sentido e continuidade a vida humana parecia romper-se com o avançar do tempo.

¹²³ DURANDIN, Guy. *As mentiras na Propaganda e na Publicidade*. São Paulo. JSN editora. 1997. p.24.

¹²⁴ HOBBSAWN, Eric. op.cit.p.17.

Os acontecimentos da Segunda Guerra Mundial geraram um sentido de história (experiências e vivências) de forma descontínua. Cada ato, emoção e movimento, foi visto como único e efêmero, a modernização levou o homem às condições de ser anônimo, individualista e sozinho ao mesmo tempo.

“O atual habitante urbano teria assim um horizonte geográfico maior, interesses intelectuais mais numerosos e complicados (...) o que exige um superior esforço do sistema nervoso, um maior consumo da matéria (...) a fadiga se manifestava”¹²⁵.

Naqueles tempos a dificuldade que as pessoas tiveram de enfrentar as perdas e as inseguranças, levaram-nas a anestesiarem a angústia, que veio das incertezas, junto com o descontentamento.

No universo das “boemias”¹²⁶ do tempo noturno, certos elementos foram, e ainda são presentes: a solidão, a busca, o encontro, o desencanto, a fuga, encontrada nas drogas como o álcool, a música, o prazer e a dor, todos esses elementos se misturam.

Enquanto a cidade “dormia”, outros personagens acordavam ou permaneciam acordados, entre um café à “tardinha”, um cigarro na multidão e um trago de bebida. Assim ia caindo a noite em São Paulo, onde o dourado da luz solar ia sendo substituído pela luz da lua ou pelas luzes de *néon* dos bares e boates da vida noturna, como relata Marcos Rey:

“A noite é realmente um capítulo à parte na vida da cidade, se de dia quase tudo por aqui parece transpirar política e a embalada fala radiofônica traz a polida comunicação familiar, este horário está carregado do picante jogo masculino de força, poder, informação e disputa. Esses indivíduos movendo-se na cidade obedecendo a **uma série de impulsos inconscientes de hábitos, de desejos descontrolados**, porém transmitidos de pai para filho desde (...) a bem pouco tempo, alguns deles saboreavam pipocas com as moças ginásianas na sessão da tarde do Cine Odeon, e continuam partilhando com seus pares os bailes de orquestra dos clubes da cidade. Mas o empenho “romântico” das grandes conquistas leva-os a atravessar as fronteiras urbanas e buscar as profissionais da dança sob o moderno brilho das luzes coloridas e do taxímetro do prazer”¹²⁷ (grifo nosso).

A noite paulistana foi composta de diversos personagens, identificados no mundo boêmio como: os cantores da noite, os freqüentadores das mesas de bares e boates, os

¹²⁵ Idem.

¹²⁶ Conforme já analisou a autora Maria Izilda Santos Matos, o ser boêmio e a própria boemia trazem consigo multiplicidades de manifestações e vivências sendo um universo heterogêneo e complexo. Cf. Matos, Maria Izilda e Faria, Fernando. *A melodia e sintonia em Lupicínio Rodrigues. O feminino e o masculino e suas relações*. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil. 1996.

¹²⁷ REY, Marcos. in *Nos bares da vida*. op.cit.p.138.

jornalistas, os escritores, os filósofos, os literatos, os políticos, os compositores, os poetas, as prostitutas, os gigolôs, os solitários e tristes.

Entre eles Maysa já iniciava suas experiências boêmias na adolescência, nas noitadas particulares promovidas pelo seu pai Alcebíades Monjardim no apartamento numero três da Rua Joaquim Antunes, 110 no Bairro Pinheiros em São Paulo, e depois na Rua Rego Freitas, 501 Centro da cidade. Nesse endereço e nas imediações estavam restaurantes, casas noturnas, vitrines, salões de chá, edifícios de grande porte e categoria e ateliês de modistas. Todos estabelecimentos carregados de requinte, beleza e sofisticação.

As mulheres usavam *visom*, roupas de alta costura e jóias, os homens usavam ternos escuros, colarinhos engomados e abotoaduras nas mangas das camisas e prendedores dourados nas gravatas.

Naquela época em São Paulo as famílias se reuniam aos domingos, caminhavam do Centro até ao bairro do Pacaembu, que ainda era um bairro com pouquíssimas construções e nas relvas faziam piqueniques.

As lojas comerciais mais famosas eram: a Galeria Paulista de Modas, a Casa Kosmos, a Casa Bonilha, o Mappin Store ou Casa Anglo Brasileira. A Casa Fasanello era a lotérica mais famosa, e os cursos de datilografia, muito importantes para uma boa colocação no mercado de trabalho, eram feitos na Escola Underwood em Perdizes e pelas ruas e avenidas da cidade os bondes da Light marcavam o cartão postal da cidade.

No apartamento dos pais de Maysa havia reuniões noturnas quase que diariamente, rodas de violão acompanhadas de champanhe, uísque e outras bebidas, jogatinas de pife-pafe e outros jogos de “azar”.

Maysa adorava participar desde adolescente dessas reuniões, costumava ouvir e decorar as canções de Frank Sinatra, Dean Martin, Julie London, Dick Farney, Nora Ney, Dorival Caymmi, Linda Batista, Isaura Garcia, Lúcio Alves, Dalva de Oliveira entre outros. A noite elaborava uma seleção de canções e cantava para os visitantes no apartamento, nessa época ela já fumava e bebia Dry Martini e freqüentava boates e bares acompanhada de seus pais.

Alcebíades era boêmio e íntimo do mundo artístico paulista e carioca, em sua residência eram promovidas festas regadas à álcool e muita música com a presença de cantores como: Silvio Caldas e Elizeth Cardoso, inclusive Maysa aprendeu a tocar os seus

primeiros acordes de violão com Silvio Caldas, instrumento que na época era associado a marginalidade e a boemia decadente, o que não era o caso do reduto da família de Maysa.



Imagem 26. A cantora Ângela Maria e os pais de Maysa Inah e Alcebíades na boate Cave em São Paulo. Fonte: NETO, Lira.op.cit.Caderno de imagens.p.4.



Imagem 27. Maysa com o sogro Andréa Matarazzo em uma festa particular nos anos 50. Fonte: NETO, Lira.op.cit.caderno de imagem.p.7.

Com a vida de Maysa é possível extrair os sentidos e as sensações que aquelas pessoas boêmias anônimas ou não, vivenciaram e compartilharam na “boca do luxo”.

“A boemia (...) é dançante, musical, alegre, sensual, mas não deixa também de esconder as fases da violência, da doença, da dor, do esquecimento, da derrota”¹²⁸.

O próprio mundo da boemia tem ligação com imagens que evocam o submundo da doença, do perigo, da violência e do desvio que permeiam o imaginário sobre esse tipo de sociabilidade. É necessário ir além dessas características porque além da dança da música, da alegria, da sensualidade, da violência, da doença, da dor, do esquecimento e da derrota como coloca Lenharo, ali também estavam pessoas inadaptadas e infelizes com a sociedade em que viviam.

Entre os aspectos que caracterizam a boemia, foram eleitas para a análise as questões que envolvem a frustração amorosa e a embriaguez dos sentidos, onde o álcool também aparece de forma sensual nesse ambiente, na vida da cantora e de outros boêmios.

“Beberam as bebidas da moda, trocaram passos no ritmo das músicas do rádio e das orquestras, namoravam na rua, freqüentaram boates, bares, bibliotecas, cinemas, etc (...) Enfim foram “incluídos”, tiveram acesso ao que a cidade podia oferecer”¹²⁹.

O percurso dos boêmios mais elitizados não se limitava apenas aos bares e boates à procura do prazer somente proporcionado pelos vícios e conquistas amorosas, eles também caminhavam pelas ruas, freqüentavam bibliotecas, cafeterias, restaurantes, leiterias, casas de chá, entre outros estabelecimentos, onde era permitido uma boa conversa e trocas de experiências entre xícaras de café, tragos de bebidas alcoólicas e fumaças de cigarro, estavam a procura de companhia, amizade, divertimento e troca de conhecimento.

Segundo alguns estudos sobre a boemia em São Paulo, consultados durante a realização deste trabalho, a noite iniciava-se no cinema ao cair da tarde, passava pelos restaurantes, cafés, leiterias, teatros e terminava nos bares e boates.

A ronda dos boêmios na “boca do luxo” na década de 50 ficava nos arredores da Avenida Ipiranga e da Avenida São João, das Ruas Maria Antonia, Major Sertório, como

¹²⁸ LENHARO, Alcir, *Cantores do Rádio. Trajetória de Dora Ney e Jorge Goular no meio artístico de seu tempo*. Campinas. Unicamp. 1995. p. 21.

¹²⁹ GAMA, Lucia Helena. *Nos bares da vida*.op.cit.p.27.

também na Praça Roosevelt e na Praça da República, como é caso da boate Oásis, localizada na Rua 7 de abril e da boate Baiúca, uma casa luxuosa, primeiramente localizada na Rua Major Sertório, perto da Rua Cezário Mota, e depois foi para a Praça Roosevelt. Naquele endereço também encontrava-se a boate Farneys que depois passou a ser chamada de Djalmas. Nessas duas boates apresentaram-se vários artistas intérpretes da “dor de cotovelo” dentre eles Maysa.

Na Rua Major Diogo localizava-se o Nick bar, pequeno, com mesas laterais à esquerda do palco para apresentações de artistas, ficou famoso por ser lugar de encontro de atores, cantores, pianistas e intelectuais.

Já sobre a “boca do lixo”, os dados encontrados em revistas, jornais e crônicas da época informam que até 1953 estava concentrada em algumas ruas do bairro do Bom Retiro, nas Ruas Itaboca, Aimorés e suas travessas.

Com o controle sanitaria do governo municipal e estadual, ocorreu o desalojamento dos “inferninhos” e “hotéis de viração”, as “meninas da vida” se espalharam pelo centro da cidade, pelas Ruas Mauá, dos Protestantes, dos Andradas, Santa Efigênia, dos Gusmões e nas travessas e imediações. A prostituição de luxo ficava nas ruas da Vila Buarque e da Consolação.

“É final de tarde (...) Estico pelos bares da redondeza, para ver o que há de novo. Paro no Barbazul, na São Luís, e encontro na maior prosa Rey e Frederico. A conversa já vinha tomando o rumo da noite, e os dois se deliciam com as façanhas de Frederico. Bons companheiros para essas caminhadas noturnas, nunca faltam, diz ele freqüentemente deixo o Estado na Major Quedinho, nas primeiras horas da madrugada, com, o velho amigo Cleonte de Oliveira conversando, sem levar em conta de distância, cruzamos os viadutos e subimos a Brigadeiro Luís Antônio, dobrando lá no topo a Paulista e descendo a Pamplona até o Benfica, escala final e obrigatória de reabastecimento de secos e molhados (...) E a caminhada noturna por ruas e avenidas da cidade que dorme (...) é sempre um prazer para quem aprendeu a reconhecer e apreciar os odores diferentes e os sutis sons noturnos”¹³⁰.

O relato deixado nesse trecho do cronista remete a um universo urbano repleto de fascínio e encantamento onde os odores da noite inebriaram o ar com o perfume das mulheres, a fumaça dos cigarros, os aromas das bebidas. Isso somado aos sons dos passos nas ruas, dos pianos nas boates, do burburinho dos bares, do lamento das canções, foram elementos significativos para demonstrar a sensualidade que também existiu na noite.

¹³⁰ BRANCO, Frederico.in.Gama, Lucia Helena.op.cit.p.p.296 -297.

“Meu grupo costuma ir ao Brahma, restaurante e boate na São João esquina com a Ipiranga (...) do mezanino, espécie de boate, sobem os que querem mais conforto e sons que não os da rua”¹³¹.

A busca contra o mal-estar também foi evidente nas veredas noturnas, pois como já foi demonstrado, havia o discurso imperativo da busca do prazer que os próprios meios de comunicação foram responsáveis por divulgar através da fixação de valores felizes. Essa busca moveu as atividades psíquicas desembocados nos desejos, visando fugir das sensações de mal-estar, a própria civilização moderna produziu sociabilidades que buscavam escapes e que serviram para descarregar a excitação cotidiana de vida moderna.

“De momento, já verificamos que os símbolos noturnos não chegam constitucionalmente a liberar-se das expressões diurnas a valorização da noite faz se muitas vezes em termos de iluminação”¹³².

São Paulo na década de 50 foi uma cidade eufórica, mas também fadigada, em metamorfose, buscou a ostentação do significado do moderno, da ordem e do progresso. Os “tempos modernos” foram formadores de seres estereotipados e automatizados, nos quais a personalidade humana encontrou dificuldades para adaptar-se aos bens da civilização “moderna” por causa disso carregaram sensações insuportáveis, onde o mal-estar individual tornou-se coletivo.

“Vida de **metrópole**, cosmopolita, **terra de todos e de ninguém, de homens sem face. Da dispersão, ausência de vínculos**, presença constante de estímulos visuais, sonoros, olfativos, presença de futuro. Que nega o passado e faz do presente mera circunstância fortuita, remetendo-nos constantemente ao progresso daquilo que somos em estado estende e seremos., **germinando em nossas entranhas**. Algo que absorvemos do cotidiano urbano e metabolizamos como forma de vida, devolvendo ao cotidiano, aos verbos, as relações humanas, algo sem compromisso, sem ética, sem dignidade e verdades”¹³³ (grifo nosso).

Os escritos da autora sobre São Paulo foram muito significativos, pois expressam valores e desvalores que foram encontrados naqueles tempos. Havia o medo de ser

¹³¹ Rey, Marcos. *Memória da madrugada*. in. GAMA, Lucia Helena.op.cit.p.297. Existiram boêmios que não bebiam bebida alcoólica, como por exemplo Edgar Muniz, colunista do correio Paulistano, mas como ele muitos desfrutaram de outros prazeres da noite. Sobre esse assunto confira. BRANDÃO, Ignácio de Loyola. *Mudaram os bares, mudei eu*. Editora Shopping NEWS. 1993.

¹³² DURAND, Gilbert. *As Estruturas Antropológicas do Imaginário*. Introdução à arquetipologia geral. São Paulo. Martins Fontes. 1997.p.p.219 – 220.

¹³³ GAMA, Lucia. Helena.op.cit.p.49.

infeliz¹³⁴. Por isso, nas ruas, bares e lugares, existiu a eterna procura da felicidade que ficou no passado ou seria encontrada no futuro, enquanto esperava-se por ela, embriagavam-se os sentidos.

As letras de canções de Maysa que apareceram no cenário musical da época de forma significativa trazem narrativas sobre a vida noturna, sobre seus sentidos e sensações. Compondo e cantando, ela conseguiu captar e expressar as experiências sociais vividas e produzidas naquele meio, as narrativas das canções levam ao conhecimento do universo da noite, onde o encanto e o desencanto, o prazer e a dor misturam-se como nos versos da canção Adeus.

“Adeus, palavra tão corriqueira
Que se diz a semana inteira
A alguém que se conhece
Adeus, logo mais eu telefono
Eu agora estou com sono
Vou dormir pois amanhece”¹³⁵

Em 1948 com doze anos de idade Maysa compôs esses versos que viriam a ser gravados em 1956 e fez parte do LP Convite para ouvir Maysa.

Este trabalho tem o comprometimento de divulgar o mal-estar que foi sentido no período e a sua relação com os vícios, especificamente o do álcool, embora nem todas as canções relatem explicitamente o uso ou o abuso da droga. As narrativas das canções penetram nos ambientes onde a presença do álcool foi constante, não se esquecendo que Maysa teve sua vida marcada pelo desamor e pelo vício¹³⁶.

¹³⁴ A respeito dos traumas coletivos experimentados no período pós-guerra os estudos da psiquiatria chamam a atenção ao colocar que a guerra provoca (antes, durante e depois) condições adversas para as pessoas de todos os tipos. O período oferece condições para estudar as emoções, e os sentimentos emergentes que levaram a sintomas como o medo que da mesma forma que a dor (guardado em devidas proporções), trouxe a consciência do conflito e do desconforto e indicou que algo não andava bem e foi observado nas sensações de angústia, amargura, desespero, tédio, tristeza e melancolia que deviam ser anestesiadas, derivadas do medo de experimentar algo real que não podia ser evitado. Sobre esse assunto cf. HENRY, e BERNARD, Bresset. *Manual de Psiquiatria*. Rio de Janeiro. Atheneu. 1980.

¹³⁵ Adeus. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

¹³⁶ Maysa teve sua vida pessoal como também sua carreira ligada ao abuso do álcool assunto divulgado pela mídia da época, Maysa carregou consigo o estigma de alcoólatra embora não se pode realmente afirmar a sua dependência química pela substância o que segundo a literatura alcoolista a definiria como tal.

Maysa tinha o hábito de escrever diários como era o costume das moças do período em um deles registrou:

“Minha vida está se preenchendo de um vazio profundo... cada dia útil, mais inútil me torno... Estou com vontade de sair gritando, como uma louca por aí... estou tentando fazer uma música para aquele pensamento meu “Se algum dia na vida/ te for dado escolher/ entre um amor sem certeza/ ou um possível viver/ não te ponhas na dúvida/ fuja de ambos talvez consigo, mas a falta de métrica é grande, de forma que é meio difícil. Este pensamento é meu e não sei a que eu o devo... Parece que estou desiludida não é? Quem és tu voz misteriosa, que me chama e me empurra ao caos da boemia”¹³⁷?

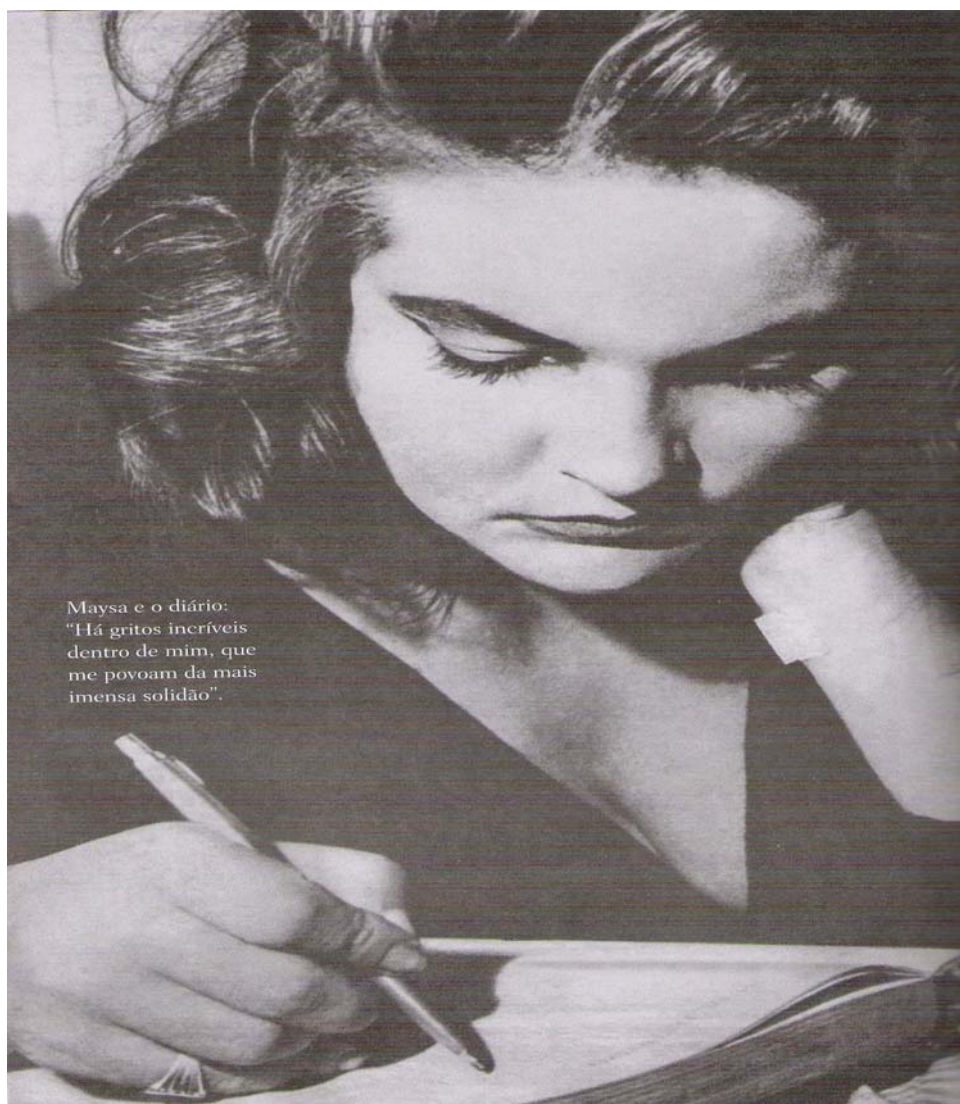


Imagem 28. Maysa escrevendo o seu diário “*Há gritos dentro de mim que me povoam da mais imensa solidão*”, década de 50. Fonte NETO, Lira. op.cit. Caderno de imagens p.16.

¹³⁷ Maysa in NETO, Lira. Maysa. *Só numa multidão de amores*. São Paulo. Globo. 2007.p.54.

A “outra vida”, marcada pelo mal-estar vivido nos “Anos Dourados”, contradiz a memória monumental que se fixou culturalmente sobre o período, este trouxe também consigo a necessidade da embriaguez dos sentidos.

Até mesmo Maysa chamou a sociabilidade boêmia de caos, vista como o submundo do perigo, da doença, dos vícios e do desvio, era muito mais que isso, nela estavam os sujeitos que denunciaram em suas formas de vida a outra face daqueles anos, onde foi possível rimar sem medo de errar amor, sorriso e dor, trazer a tristeza de forma bela e poética.

A carreira de Maysa na década de 50, esteve entre as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro onde fez suas primeiras apresentações como cantora profissional.

Descendente de uma tradicional família do Espírito Santo, estudou piano e compôs sua primeira música o samba-canção Adeus aos doze anos.

Maysa foi aluna interna no colégio *Sacré Coeur de Marie*, dele saiu com quinze anos e iniciou seu namoro com André Matarazzo, sobrinho do conde Francisco Matarazzo e vinte anos mais velho que ela, no dia vinte e quatro de janeiro de 1954 às dezessete e trinta na Catedral da Sé em São Paulo se casaram.

A família Matarazzo tinha laços de amizade com os pais de Maysa e foi assim que iniciou-se o relacionamento entre Maysa e André Matarazzo, no reduto boêmio da própria casa da cantora.

“Em consequência, André passou a freqüentar naturalmente a residência dos Monjardim, que depois de residirem por algum tempo em um sobrado no número 4 da Rua Osório Duque Estrada, no atual Jardim Paulistano, logo estariam morando em uma cobertura na Rego Freitas, 501, próximo a igreja da Nossa Senhora da Consolação, na Vila Buarque, região central de São Paulo. No Natal, André deu de presente a Maysa uma caríssima boneca importada...

Maysa cresceu vendo André sentado na mesa da sala, nas noites em que Monja abria as portas a convidados especiais para as habituais rodadas de uísque e baralho. O primo capixaba Sérgio Sarkis, que certa vez foi a São Paulo e ficou hospedado na casa dos tios, recordaria o dia em que Maysa o chamou de lado e, discretamente, apontando para André, cochichou-lhe: Sabe quem é aquele? É um Matarazzo”¹³⁸.

Qualquer fato em torno da família Matarazzo era motivo de notícia na imprensa e envolvia poder, *glamour* e dinheiro. No ano de 1953 o compromisso de noivado foi estabelecido e o casal foi visto junto na boate Oásis, subsolo do Edifício Esther, como mostra a imagem que abre o presente capítulo, o edifício foi uns dos primeiros prédios de

¹³⁸ NETO, Lira. Maysa. *Só numa multidão de amores*. Op.cit.p.51.

arquitetura modernista na época, localizado na Rua Sete de Abril, próxima ao apartamento dos Monjardim, local da noite elegante de São Paulo.

Nos seus diários Maysa registrou que iniciou seu flerte com André Matarazzo quando tinha quinze anos de idade. Deixou várias vezes escrito que se ocupava basicamente de três únicas atividades: ir ao cinema, escrever poemas e esperar as visitas de André, além de freqüentar as boates. Não tinha vocação para os estudos, e depois de passar por vários colégios e reprovações abandonou de vez a escola sem conseguir concluir o ginásio e nesse período já demonstrava insatisfação com a vida amorosa conforme registrou em seu diário.

“Estivemos hoje na Oásis depois do cinema... Na Oásis eu e o André discutimos muito. Francamente, o André já esta me enchendo é um egoísmo muito grande. Ta louco!!!”¹³⁹.

A cerimônia de casamento de André e Maysa esteve envolvida de luxo, requinte e *glamour*, a viagem de lua de mel seguia o roteiro entre Buenos Aires e um *tour* por países da Europa como: Espanha, França, Itália, Portugal e Suíça.

Ao chegar da lua de mel o casal foi morar na mansão dos Matarazzo na Avenida Paulista, um ano depois mudou para a Rua Traipu no bairro Pacaembu. Nesse endereço recebia os amigos para beber, conversar e cantar, em 1956 o produtor musical Roberto Corte Real, que aceitou o convite do pai de Maysa para ir a uma dessas reuniões festivas se encantou com a voz e com a figura de Maysa.

A família Matarazzo não impediu que Maysa cantasse desde que fosse somente para as festas particulares da elite paulistana, ou seja, entre parentes e amigos.

¹³⁹ Idem. P.55.



Imagem 29. Maysa tocando violão em seu quarto, década de 50. Fonte NETO,Lira.op.cit. Caderno de Imagens p.4.



Imagem 30. Maysa e André Matarazzo em sua residência particular localizada na Rua Traipu no bairro do Pacaembu entre os anos de 1954 a 1955. Fonte LOGULLO.op,cit. Caderno de imagens.p.4.

Nesses encontros, Maysa já demonstrava seu potencial enquanto cantora: cabelos cheios e louros, rosto belíssimo, boca sensual e par de olhos verdes-azulados, moldurados por sobrancelhas grossas, tinha uma voz rouca e profunda. Carregava sempre nas mãos um cigarro e um copo com uísque, mesmo grávida, bebia e fumava, esse era seu estilo. Cantava como se ela mesma tivesse vivido todo aquele sofrimento, apesar da pouca idade.

Em menos de um ano de casada, Maysa demonstrava insatisfação constante e passou a escrever canções como forma de desabafo, que depois fizeram parte do seu primeiro LP “Convite para ouvir Maysa” como os versos da canção Tarde Triste.

“... Tarde Triste...

Noite vem,

Já esta descendo,

E eu sozinha sofrendo...”¹⁴⁰



Imagem 31. Maysa e Jordão de Magalhães na Boate Cave localizada na Rua Consolação, na década de 50.
Fonte Acervo Milton Faria in LOGULLO.op.cit.Caderno de imagens.p.4.

¹⁴⁰ Tarde Triste. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

Antes de gravar seu primeiro disco, Maysa queria ter o seu primeiro e único filho, enquanto isso tentava convencer o marido e a família que a deixassem gravar e a fazer apresentações públicas como na boate Cave na Rua da Consolação, próxima a Avenida Paulista.

A família Matarazzo concordou com a gravação, desde que a renda da venda dos discos fosse doada para a campanha contra o câncer.

Mas foi pela RGE, com o diretor José Scatena sócio de Roberto Corte Real na gravadora, que Maysa gravou o seu primeiro disco: “Convite para ouvir Maysa”, com oito canções compostas por ela. Foi um sucesso total nas rádios. A partir daí Maysa foi contratada pela Record para comandar um programa semanal.



Imagem 32. Maysa com sua mãe Inah no lançamento do seu primeiro disco em 20 de novembro de 1956 na livraria Jaraguá localizada na Rua Marconi, Centro, São Paulo. Fonte Acervo Milton Faria in LOGULLO, Eduardo. *Meu mundo caiu. A bossa e a fossa de Maysa*. Caderno de imagens.p.5.

Vigiada por André Matarazzo, para evitar que ela cometesse gafes revelando o fracasso de seu casamento, Maysa iniciou sua carreira já revelando seu estilo. Ao final de cada programa, ela convidava toda a equipe de televisão para a sua casa, promovendo “alegres reuniões”, tentava manter o mínimo de sobriedade diante do marido, bebia às escondidas e logo perdia o controle.

Através da mídia Maysa foi apresentada como personagem que teve sua vida envolvida com vícios como o cigarro e o álcool. Segundo Maysa.

“No começo a bebida funcionava para mim como uma espécie de muleta! Eu bebericava um pouquinho para criar coragem de entrar no palco”¹⁴¹.

Essa cantora que fez fama nos anos 50, trouxe a sensação da ansiedade coletiva em amenizar a tristeza e o mal-estar em contraste ao bem-estar e a alegria que foram características divulgadas daqueles anos. Essa sensação de insatisfação e busca foi canalizada através das letras de suas canções.

“A madame e a cozinheira, o doutor e o oficie-boy, o rico e o pobre, o homem educado e o corinthiano- todos sofrem do mal do amor com a mesma intensidade. E, portanto todos ouvem Maysa com o mesmo enlevo e interesse”¹⁴².

Os discursos emitidos por Maysa expressaram as necessidades de homens e mulheres infelizes que também procuravam anestesiar suas dores.

Em suas interpretações ela disse o que pensava sobre o amor e não teve receio de admitir publicamente que sofreu e usou lenitivos em nome desse sentimento.

As letras de canções, as imagens e reportagens sobre a cantora nos diversos jornais e revistas revelam seu perfil de mulher mal-amada e infeliz, principalmente nas crises conjugais que desembocaram no fim do casamento.

“Maysa Matarazzo, brasileira, branca, 22 anos, residente na Rua Inhangá, 45, apartamento 704. Etilismo agudo, excitação psicomotora e escoriações na região do pulso esquerdo em consequência de tentativa de suicídio”¹⁴³.

¹⁴¹ O Cruzeiro. Maysa confessa. Eu canto meu estado d’alma. 08 de janeiro de 1958.

¹⁴² Diário da Noite. in NETO, Lira. op.cit.p.100.

¹⁴³ NETO, Lira. op.cit.p.15.

Embora tenha negado a tentativa de suicídio, a justificativa de Maysa alegava que jamais quis se matar, mas não foi convincente, esse episódio tinha entre tantos outros motivos, envolvimento com o desgosto e com o álcool, mas em uma entrevista vinte anos depois Maysa confessou ao ator e diretor de teatro Clovis Levi que tentou suicídio várias vezes e segundo suas palavras quando o entrevistador disse:

“Mas é evidente que uma pessoa que vive tentando se suicidar não está mesmo a fim de morrer... Ela disse – Também acho. Eu sei que não quero morrer. Mas acontece que tudo isso é uma espécie de apelo, um pedido de proteção. A gente de repente, se vê só, se sente rejeitado. E a gente sabe que uma tentativa de suicídio traz de novo para perto de nós, as pessoas de quem a gente gosta”¹⁴⁴.

Na sociedade do século XX, ficou visível nas manifestações coletivas a presença dos mitos como personalidades que os meios de comunicação transformam em imagens exemplares: artistas, políticos, esportistas, entre outros, que passam a representar anseios de sucesso, poder, liderança, beleza, sexualidade, elementos passíveis de serem atingidos pela identificação das pessoas com seus símbolos e suas simbologias¹⁴⁵.

O mito divulgado pelos meios de comunicação acaba desenvolvendo o processo de apreensão e representação da realidade, ao mesmo tempo, potencializa aquilo que Morin chamou de projeção-identificação.

Foi o que se deu com Maysa, ela foi uma das porta-vozes da infelicidade amorosa sentida naqueles anos.

As letras de canções analisadas dentro do recorte temporal (1949-1959) são bons exemplos onde a narradora falou de si mesma e de sua relação amorosa mal-resolvida com o outro, relações estas que também poderiam ter sido de seus interlocutores.

“Ouça vá viver a sua vida com outro bem
Hoje eu já cansei de pra você não ser ninguém
O passado não foi o bastante
Pra lhe convencer
Que o futuro seria bem grande

¹⁴⁴ Revista Ele e Ela in LOGULLO, Eduardo. *Meu mundo caiu. A bossa e a fossa de Maysa*. São Paulo. Novo Século. 2007.p.170.

¹⁴⁵ Os símbolos remetem-se a objetos, imagens, personagens que trazem consigo representações muito fortes para o coletivo passando a interferir, mudar ou criar comportamentos. op.cit. ELÍADE, Mircea. *Imagem e símbolos*.op.cit.

Só eu e você
Quando a lembrança com você for morar
E bem baixinho de saudade você chorar
Vai lembrar que um dia existiu
Um alguém que só carinho pediu
E você fez questão de não dar
Fez questão de negar”¹⁴⁶

Nessa narrativa, existe o apelo para que o outro ao menos ouça o lamento de alguém que ama e não é correspondido, o cansaço da tentativa amorosa fica evidente na frase “Hoje eu já cansei de pra você não ser ninguém”.

Mesmo diante da frustração amorosa, ainda existe a esperança de que o ser amado lembre e valorize o amor que foi desprezado e isso talvez reste como consolo para o amor que foi negado.

A letra da canção Ouça como revelou Maysa em uma entrevista radiofônica ao jornalista Aramis Millarch, foi escrita no momento de desavenças do casamento com André Matarazzo, a notícia se espalhou pelos bares e boates do Rio de Janeiro e de São Paulo como também nas colunas jornalísticas.

“Vocês viram como Maysa cantou Ouça no seu último programa? Fazendo pique, extravasando uma insatisfação íntima quando dizia: Já cansei de pra você não ser ninguém. Podem crer aí vem coisa. A compositora agora vai trabalhar com mais intensidade também podem crer. E o público é que vai ouvir”¹⁴⁷.

A cidade, o progresso, a ordem causaram em muitos indivíduos a desordem e o caos interno. Foram muitas as construções, os brilhos das luzes de *néon*, os sons, as imagens, as cobranças, as competições, os encantos, foram muitas as pessoas que produziu-se multidões, andando em ritmos velozes, foi o momento propício para se perder até o amor, foi possível explicitar o desamor e a felicidade parecia infeliz.

¹⁴⁶ Ouça.Composição Maysa.Gravação Maysa.1957.

¹⁴⁷ MILLARCH, Aramis. Notícias de Hoje. São Paulo. 1956.

2.2 – “Felicidade... *deves ser bem infeliz*” *

Foi entre as expressões da maximização da felicidade, tão próprias à época, que a tristeza apareceu como expressão das dores sociais do período. Entre elas, a dor de amor tão bem expressa nas canções de Maysa foi escolhida para análise.

O álcool e a música foram peculiares na vida da cantora que foi consagrada como intérprete das canções de fossa e dor de cotovelo¹⁴⁸. Ela foi um referencial, inconfundivelmente importante dentro de seu estilo trágico amargurado e sofrido de cantar o amor.

Ao analisar os componentes da cultura industrial/ de massa entre eles os artistas, Edgar Morin remete-se a discussão sobre projeção e identificação.

Com certeza muitas pessoas já se depararam com situações em que um artista através de sua interpretação verbal, gestual, corporal ou musical, chamou tanto a atenção que é pago o preço de um evento para vê-lo. “Hipnotizadas” pela mensagem produzida e ou emitida por ele, ficam cada vez mais atraídas por sua pessoa; se for um cantor e ou compositor, compram sua música; se for um ator, o “perseguem” nas novelas ou peças de teatro; se for um bailarino, acompanham sua performance, seu corpo. Isso é possível porque as pessoas vêem suas vidas projetadas por esses seres da arte, e se tornam únicos com eles. Edgar Morin discute sobre essa questão da projeção artística e da identificação do público:

“(…) Um dos caracteres fundamentais da cultura de massa é o sincretismo entre o imaginário e a realidade, desta forma busca o máximo do consumo. O real e a fantasia se misturam e tornam a realidade um sonho e transforma o sonho em realidade”¹⁴⁹.

* Os versos da canção *Felicidade infeliz*. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1957, foi escolhido como subtítulo do capítulo por causa da necessidade de demonstrar os bastidores da época através das letras das canções. Foi pela porta de entrada da maximização da felicidade através das expressões da cultura de massa que divulgou o *happy end* que pode-se enxergar o reverso das expressões de absoluto bem-estar social que caracterizam o período, assim também é possível compreender porque as canções de desamor fizeram tanto sucesso na época.

¹⁴⁸ As canções de “dor-de-cotovelo” e “fossa” são aquelas cujas as temáticas estão envolvidas por elementos como: amores mal resolvidos, desilusões, fracassos, esperas, ciúmes, traição, abandono, medo, culpa e mágoa entre outros ressentimentos amorosos. Vale ressaltar que a expressão “dor de cotovelo” se refere a relação afetiva mal resolvida, enquanto que “fossa” se refere a trajetórias amorosas que encontraram muitas barreiras gerando um sentimento de impossibilidade de realização, ambas as expressões “dor-de-cotovelo” e “fossa” se relacionam a amores mal resolvidos ou até mesmo impossíveis.

¹⁴⁹ MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX. O espírito do tempo. Neurose*. Rio de Janeiro. 1997. p.37.

Dessa forma, as canções escolhidas projetam representações da relação existente entre elementos como: o desamor, a angústia, o medo, a solidão somados a necessidade de anestesiarem essas sensações geradoras de mal-estar.

As narrativas das canções representam muitas “estórias” de vidas envolvidas nesse universo, muitos daqueles que foram ou são fãs de Maysa se reconheceram naquele perfil,¹⁵⁰ ocorrendo a identificação. A cantora e compositora passou a ser referencial da boemia, da alcoolização e do desamor, gerando uma relação de empatia com seus admiradores.

Ela esteve em evidência nos meios de comunicação (rádio, televisão, jornais, revistas, etc) e por isso foi possível ocorrer a identificação por parte daqueles “simples mortais” que viram suas “estórias” de vida traduzidas nas canções, ocorrendo o que Morin chamou de identificação, como também para alguns serviu como modelo de projeção idealizada sobre o desamor.

As canções entram nos ambientes noctívagos carregados de saudades e decepções, onde foi possível resgatar a face problemática e destrutiva que também envolveu o período, expressa nas sociabilidades noturnas.

“Tarde triste,
Me recorda
Outros tempos,
Que saudade, que saudade,
Vivo só num turbilhão de pensamentos
De saudade, de saudade,
Onde estará quem amei?
Será que também vive assim
Sofrendo como só eu sei
Pensando um pouquinho em mim
Tarde triste,
Noite vem

¹⁵⁰ Compreende-se por perfil um contorno, um traço, como também a representação de um objeto que é visto de um só lado. cf. *Mini dicionário Aurélio Buarque de Holanda...* Abril Cultural. 1983. P.382. É pertinente essa definição sobre perfil e foi utilizada porque diante das potencialidades de representações existentes na cantora e compositora optou-se por trabalhar com a temática mais evidente em torno dela: a decepção amorosa e abuso alcoólico.

Já está descendo

E eu sozinha, sofrendo”¹⁵¹

A narrativa evoca a tarde como um momento de introspecção que se aproxima da noite. A personagem tem na lembrança um amor que ficou no passado, e que não sabe se ao menos se lembra dela.

De maneira sofrida, a canção expressa a falta de paz e a inquietude diante da separação que tem como consequência a solidão. A proximidade do anoitecer e as lembranças de um amor que ficou no passado trás a angústia.

Esta canção é uma forma de desabafo, um alívio a dor que é infinita. A noite para a personagem não foi o momento de descanso e sim de perturbação, agitação, e conflito como nos versos de Noite de Paz.

“Dai-me Senhor

Uma noite sem pensar

Dai-me Senhor

Uma noite bem comum

Uma só noite em que eu possa descansar

Sem esperança e sem sonho nenhum...

Uma noite de paz pra não lembrar

O que eu não devia esperar e ainda espero”¹⁵²

A narrativa da canção suplica a Deus a paz, que não é encontrada na noite. A insônia, a solidão, e o desespero marcam a trajetória da personagem que ama e não é correspondida, ficar em casa sem companhia parece insuportável, pois os pensamentos estão perturbados por lembranças de um amor mal resolvido, mas inesquecível.

A maioria das letras de canções na década de 50 são como códigos culturais estimulados pela dor, funcionaram como uma denúncia dos problemas e das sensibilidades sociais daquele tempo, não somente nas composições e interpretações de Maysa.

¹⁵¹ Tarde Triste. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

¹⁵² Noite de Paz. Composição Dolores Duran. Gravação Maysa. 1959.

Os cantores e compositores na década estiveram envolvidos nesse clima doloroso conforme os discursos encontrados nos meios de comunicação sobre o período, e desabafaram as angústias em suas composições e interpretações, alguns deles como o caso de Maysa anestesiaram com o álcool o mal-estar próprio que sentiam.

Utilizaram o desamor¹⁵³ como argumento para recorrer ao uso da bebida alcoólica. Os cantores que foram influentes na década de 50, saíram de meios completamente diferentes para se “encontrarem” na noite, nos bares, nas dores de amor. Segundo Rui Castro:

“Sofreram por amor mais do que deviam, beberam como se a reserva alcoólica do planeta fosse acabar no dia seguinte”¹⁵⁴.

Como foi colocado, a sociedade impunha a necessidade urgente do bem-estar. Cabia ao indivíduo ser bem sucedido em suas relações sociais (financeira, profissional, afetiva).

Grande parte dos filmes da época também trazem a temática do amor envolto numa relação amorosa bem sucedida, o par romântico geralmente se beija em um final feliz, antes do *The End* aparecer na tela¹⁵⁵. Ser feliz no amor também era uma imposição da norma e essa imposição criou a necessidade que deixou muitas pessoas infelizes e na eterna procura de um amor idealizado como foi observado nas canções.

As canções trazem o desabafo de histórias de vida daqueles que sofreram, amaram, esperaram, desiludiram e, por isso, cantaram e amenizaram a dor com o álcool. Inclusive a própria cantora e compositora eleita para essa pesquisa que constituiu-se em mito¹⁵⁶ do desamor.

“Quando se torna modelo para a vida dos outros a pessoa se move para uma esfera que se torna passível de ser mitologizada”¹⁵⁷.

Houve naquele tempo a necessidade de referenciais que fossem representantes das sensações, dos sentidos, dos sentimentos e dos sonhos, muitas vezes inconfessados, de

¹⁵³ Classifica-se como desamor experiências amorosas envolvidas com a traição, a perda, o esquecimento, a frustração e a idealização platônica.

¹⁵⁴ CASTRO, Rui. *Chega de saudade. A história e as histórias da Bossa Nova*. São Paulo. Cia das Letras. 1990 p.105.

¹⁵⁵ SEVCENKO, Nicolau. *A capital irradiante: técnica, ritmos do Rio*. in NOVAES, Fernando A. *Historia da vida privada no Brasil*. Cia das letras. 1998. col.3 pp.597-619.

¹⁵⁶ Op.cit. os mitos por si próprios expressam mensagens que através de seus significados fixados no imaginário tornam-se referenciais para a construção de realidade vivida. Sobre esse assunto cf. CAMPBELL, Joseph. *O poder do mito*. São Paulo. Athena. P. 140.

¹⁵⁷ Idem Ibidem.

milhares de pessoas que se sentiam infelizes em meio à tantas expressões vibrantes de felicidade. Essas expressões emitiram discursos sobre a “verdade” e foram formadoras de mitos potencializados, como já foram trabalhados no primeiro capítulo.

Nesse capítulo apresenta-se os bastidores do fabuloso espetáculo dourado, aquilo que esteve por trás da cortina¹⁵⁸ e que também teve a necessidade de apegar-se aos seus mitos.

“(...) os artistas funcionam como antenas sensíveis de seu tempo, captam as ansiedades coletivas, através deles a sociedade se vê e revê, se pensa”¹⁵⁹.

Dentro do universo boêmio, vivido e experimentado pela artista que funcionou como porta voz daqueles que se identificaram com seus enredos sofridos, é visível a eterna procura da felicidade, uma sensação valorizada, procurada, idealizada, mas longe de ser vivida, sentida, experimentada.

“Felicidade, debes ser bem infeliz
Andas sempre tão sozinha
Nunca perto de ninguém
Felicidade, vamos fazer um trato
Manda ao menos seu retrato
Pra que eu veja como és...”¹⁶⁰

A narrativa dialoga com a felicidade chamando-a de infeliz porque vive sozinha, “nunca perto de ninguém”. A solidão é uma sensação que produz mal-estar, propõe-se então um trato em que a felicidade mande um retrato, para ver ao menos uma representação daquilo que seria o sentimento.

Pelas narrativas das canções na década de 50 foi comum viver de lembranças do passado, apegando-se a cartas, fotografias, bilhetes, frascos de perfume e entre outros

¹⁵⁸ A canção Vida de bailarina. Composição Chocolate e Américo Seixas. Gravação Ângela Maria. 1952, foi bastante expressiva para retratar à época quando relata nos versos. “Quem descerrar a cortina. Da vida da bailarina. Há de ver cheio de horror. Que no fundo do seu peito. Existe um sonho desfeito, ou a desgraça de um amor... vive uma vida de louca, com um sorriso na boca e uma lágrima no olhar”. Percebe-se que as canções da época, além daquelas utilizadas na tese trazem temáticas envolvidas com tragédias sentimentais.

¹⁵⁹ LENHARO, Alcir. *Cantores do Rádio: A Trajetória de Nora Ney e João Goulart e o meio artístico de seu tempo*. Campinas. 1995. p.10.

¹⁶⁰ Felicidade infeliz. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1957.

objetos que re(a)presentassem sensações que foram vividas, envoltas pela nostalgia e pela idealização que foram produzidas e representadas pelos cantores e cantoras das canções de “fossas” e “dor-de-cotovelo”, por isso fizeram sucesso naquele momento. Segundo Avancini:

“Quando nos referimos aos sambas-canções falamos de uma variação mais lenta e melódica do samba que, entre final dos anos 40 e início dos 50, aproxima-se do bolero e da canção romântica norte-americana. Geralmente eram composições de autores brasileiros, porém com marcada influência dos gêneros estrangeiros, tanto no que diz respeito ao ritmo quanto a temática das letras (...)”¹⁶¹.

Embora este trabalho fique apenas com a produção de Maysa na década de 50, quando se fala em samba-canção pensa-se também em: Orestes Barbosa, Guilherme de Brito, Nelson Cavaquinho, Cartola, Carlos Cachça, Ataulfo Alves, Adoniram Barbosa, Adelino Moreira, Ângela Maria, Antônio Maria, Ari Barroso, Herivelto Martins, Nelson Gonçalves, Silvia Telles, Elisete Cardoso, entre outros que trouxeram temáticas envolvidas com rimas entre as palavras amor e dor, que por sua vez, também rimavam com desamor, rancor, pavor, horror, temor, bebedor e sofredor.

O universo retratado nessa pesquisa abrange a vertente do samba-canção que se aproxima do bolero, tanto pela temática das letras quanto pelo ritmo e interpretação exacerbada do sentimentalismo¹⁶².

“(...) cantar a dor é uma forma de se ver livre dela, mas viver constantemente a canta-la pode ser uma maneira de cultiva-la. O sofrimento pode ser exorcizado através do lamento, principalmente através do lamento público (...) a dependência amorosa em alto grau, aquela que causa sofrimento, é a única maneira de encerrar o amor, que assim necessariamente, se vincula a dor (...)”¹⁶³.

Nas canções de Maysa existem protótipos de desajustes, de uma alma atormentada. Ela cantava o que lhe doía no coração, agrupou na carreira e na vida decepções amorosas, escândalos, abusos alcoólicos, tentativas de suicídio e frustrações, elementos que foram decorrentes da felicidade não alcançada, expressando um certo cansaço na procura de ser

¹⁶¹ AVANCINI, Picarelli Marta. M. *Nas tramas da Fama. As estrelas do rádio em sua época áurea. Brasil. Anos 40 e 50*. SP. P. 104.

¹⁶² A outra vertente do samba-canção corresponde a sofisticada interpretação de Dick Farney e Lúcio Alves, inspirada no Jazz dos conjuntos norte americanos. As temáticas das letras das canções são mais leves, sem a presença marcante do desamor.

¹⁶³ BORGES, Bia. *Samba-canção fratura e paixão*. Rio de Janeiro. Codecri. 1982.p.95.

feliz. As narrativas demonstram o cultivo e a anestesia da tristeza conforme os versos da canção:

“Bom dia tristeza
Que tarde tristeza
Você veio hoje me ver
Já estava ficando
Até meio triste
De estar tanto tempo
Longe de você
Se chegue tristeza
Se sente comigo
Aqui nesta mesa de bar
Beba do meu copo
Me dê o seu ombro
Que é para eu chorar
Chorar de tristeza
Tristeza de amar”¹⁶⁴

Nesta canção ela cumprimenta o sentimento que a invade, e por estar acostumada a sofrer por amor, a tristeza a acompanha e ela sente sua falta.

Já pela manhã, está no bar, entende-se que passou a noite nesse ambiente. Ao amanhecer, se dá conta que está sozinha, abandonada e busca na bebida alcoólica a “cura” para o desamor. Implicitamente, também pode-se extrair desses versos que a bebida alcoólica anestesiou a dor e, passado o efeito da embriaguez, ela percebe a ausência da tristeza enquanto estava sob o efeito da bebida, mas ao voltar a sobriedade, sente a presença do sentimento, o saúda e o convida para compartilhar mais uma vez de sua fossa. Serve-se do álcool para amenizá-la.

Convivendo entre a sobriedade acompanhada da tristeza e a embriaguez acompanhada do “bem-estar”, a personagem da narrativa torna público seus sentimentos

¹⁶⁴ Bom dia tristeza. Composição Adoniram Barbosa e Vinícius de Moraes. Gravação Maysa. 1957.

mais íntimos, que também eram de várias pessoas que participaram cotidianamente desse tipo de sociabilidade.

“A canção dotada de som e palavra como também de uma racionalidade técnica, pode ser pensada enquanto um campo de forças. E neste ponto, seu testemunho torna se significativo e desafiante para o historiador, pois participa das elaborações de concepções, atitudes, visões de mundo, percepções sociais e comportamentos (...)”¹⁶⁵.

Aquilo que foi simbolizado e imaginado como perfil e arquétipo dos mal amados se relacionou às práticas culturais, experiências e vivências dos boêmios que se identificaram com Maysa. De acordo com Raymond Willians:

“As mentes dos homens são formadas pela sua inteira experiência e não é possível comunicar qualquer coisa, ainda quando as técnicas mais avançadas sejam utilizadas se o que se quer comunicar não tiver a conformação daquela experiência”¹⁶⁶.

As canções são como testemunhos vivos de uma época e a cantora e compositora veio como porta-voz de experiências¹⁶⁷ de uma vida atormentada e projetou nas canções sua vivência, narrada por ela como intérprete de sua dor.

“Separada, Maysa buscava encontrar a felicidade. Mas, ao contrario, enfrentou crises seguidas de depressão, que resultaram em pelo menos dois graves problemas simultâneos e, de certa forma complementares: Passou a comer avidamente e a beber de forma desregrada. Voltou a engordar horrores e a dar pequenos vexames em público, trocando o dia pela noite “comecei a viver a noite e, durante o dia, vegetava dentro de casa” revelaria Maysa... Comprei um terreno, “construí uma casa e alimentava ali a minha solidão e a minha falta de perspectivas. Quando era preciso cumprir algum compromisso, bastava aliviar a tensão com alguns drinques”¹⁶⁸.

Os bares representaram o espaço do abrigo, do aconchego, da cumplicidade, da fuga da cidade, esta representou o espaço normatizado e previsível, mas também insuportável.

¹⁶⁵ HONÓRIO, Filho Wolney. *Sertão nos embalos da música rural*. 1920-1950. PUC. SP. 1992. p.202.

¹⁶⁶ WILLIANS, Raymond. *Cultura e Sociedade*. São Paulo. Editora Nacional. 1950. p.328.

¹⁶⁷ Não existe uma definição pura e simples do significado da palavra experiência, atualmente os historiadores têm procurado concentrar-la como uma categoria analítica que vai além da esfera política/econômica agregando elementos culturais que permeiam as relações pessoais, os sentimentos e as sensações. Sobre esse assunto confira Thompson, E.P. *O termo ausente experiência in. A miséria da teoria*. Rio de Janeiro. Zalzar. 1981. pp.180-201.

¹⁶⁸ NETO, Lira. Maysa. *Só numa multidão de amores*. Op. cit.p.93.

Os bares, boates e cabarés como espaços do divertimento adulto tornaram permissíveis as práticas do prazer envolvido por um tipo específico de musicalidade que cantava os desencantos e promovia a possibilidade de encontros amorosos.

A boemia foi desenvolvida em um ambiente totalmente cultivador da música e da dança. Quando dançavam, os pares entrelaçavam as mãos, tocavam os rostos, aproximavam os corpos, trocavam olhares, sentiam o cheiro um do outro, geralmente perfumado.

A noite foi repleta de sensações e sentimentos que foram além do desamor e do álcool, apesar desses dois elementos praticamente marcarem o estilo de vida boêmio. A reportagem de Afrânio Brasil Soares na revista O Cruzeiro comentou sobre a frequência de Maysa nos bares inclusive em Paris. Segundo Lira Neto:

“Maysa queixa-se de uma saudade que a acompanha a cada momento, saudade de alguma coisa que ela não sabe o que é. Não compreende como ame tanto a solidão e ache tão insuportável viver sozinha” diria a reportagem. “O futuro para Maysa é a dose seguinte de uísque e o passado a anterior. Ela mede os dias pelas doses: Há dias com 23 doses, outros com 27, alguns de 36, embora nunca se tenha dado o trabalho de contá-las” Acha que há poucas coisas boas em Paris, como encostar-se num poste de esquina”... enquanto o Brasil inteiro ficava chocado com as revelações da reportagem, Maysa continuava a vida nômade pelas madrugadas de Paris... em pouco tempo torrou todo o dinheiro que havia levado para Paris em diárias de hotel e nas noitadas sem-fim. Chegou a garatujar quadros e vende-los na rua, para ganhar algum dinheiro. Pelo mesmo motivo, cantou em uma casa noturna de Paris, a La Louisianne, local que passou a ser sua furna como ela própria definiu. Todas as noites lá estava ela sentada a uma mesa em um canto mais escuro por trás da garrafa (...)”¹⁶⁹.

As canções de Maysa cumpriram a função social de comunicar sua condição emocional, esse gênero musical trouxe a visão negativa, pessimista e sintetizou o questionamento da idealização da sociedade em questão, as visões amorosas inseridas nas canções estão envoltas numa mistura de *glamour* e sofrimento. Essa mistura forma uma máscara social, dando um aspecto nostálgico e melancólico à época que a emoldura de forma belíssima, até mesmo o sofrimento foi glamourizado.

“As histórias de amor, a união, a separação, os momentos de felicidade e infelicidade cantados por vozes empoladas criam territórios que são colocados como referências amorosas para outrem, promovem o amor, as emoções que representam os conflitos amorosos, (...) a colocar sua própria experiência amorosa em relação as que estão sendo cantadas”¹⁷⁰.

¹⁶⁹ Idem. pp.119 e 120.

¹⁷⁰ HONÓRIO, Filho Wolney. *No ar amores amáveis. Um estudo sobre a promoção do amor na música brasileira. 1951-1958.* PUC. São Paulo. 1998.

Pelos circuitos culturais da época, rádio, cinema, jornais e revistas, além das canções, circulavam temáticas amorosas do sofrimento, mas que buscavam prospecção no passado ou projetava no futuro, modelos de felicidade.

O cinema dos anos 40 e 50 também divulgou a relação entre desamor, infelicidade e o álcool. Nas cenas de *Farrapo Humano*, filme de Billy Wilder, por exemplo, retrata-se as mazelas de um homem que vê na bebida a fuga para o mal-estar, o filme entende o alcoolismo como uma forma de denunciar a exclusão social, o personagem principal, um escritor falido, acaba canalizando para a droga suas frustrações.

“O que a bebida faz à minha mente? Elimina os sacos de areia e o balão flutua. Fico fora de série, extremamente competente. Ando numa corda sobre as quedas de Niágara. Sou um dos grandes. Sou Michelangelo moldando a barba de Moisés. Sou Van Gogh pintando a luz solar: Horowitz tocando o concerto do imperador: John Barrymore antes de ir para o cinema. Sou Jesse James e seus dois irmãos, os três juntos. Sou William Shakespeare”¹⁷¹.

A relação que existiu entre o vazio deixado pelas frustrações amorosas e a busca em preenchê-lo com bebidas alcoólicas, mostra o álcool como a “solução” para o amor mal resolvido, agiu como um anestésico para a angústia, para o medo, para a solidão, sentimentos que se tornaram insuportáveis dentro de uma sociedade divulgadora de discursos que propõem a eliminação da dor e do sofrimento.

“A realidade de qualquer hegemonia, no sentido político e cultural ampliado, é de que, embora por definição seja sempre dominante, jamais será total ou exclusiva. A qualquer momento, formas de política e cultura alternativas, ou diretamente opostas, existem como elementos significativos na sociedade. (...) qualquer processo hegemônico deve ser especialmente alerta e sensível às alternativas e oposição que lhe questionam ou ameaçam o domínio a realidade do processo cultural deve, portanto, incluir sempre os esforços e contribuições daqueles que estão de uma forma ou de outra, fora ou nas margens dos termos da hegemonia específica”¹⁷².

¹⁷¹ Don Birnam (Ray Milland) – *Farrapo humano*. *Hollywood*. *Paramount*, 1945. in FLORIO, Marcelo. *Fragments de um discurso imagético*. PUC-SP.2005.p.156.

¹⁷² WILLIANS, Raymond. *Marxismo e Literatura*. op.cit.p.119. “Pode-se argumentar de maneira persuasiva que todas, ou quase todas, as iniciativas e contribuição, mesmo quando adquirem formas manifestamente alternativas ou oposicionais, estão na prática ligadas ao hegemônico: isto é, que a cultura dominante produz e limita, ao mesmo tempo, suas próprias formas de contracultura”. WILLIANS, Raymond. op. cit. p. 119. No caso da boemia aqui analisada, elementos da sociedade normatizada são visíveis como: o *glamour*, a elegância, a cordialidade, a amizade e entre esses a busca pelo encontro de uma relação amorosa bem resolvida.

A boemia foi um “espaço alternativo” aos incômodos, nela desenvolveu-se a “automedicação”, a busca pelo bem-estar tão estimulado socialmente, ali estava o prazer, a sensualidade em volta dos corpos na dança, na música e na poesia.

As letras das canções e reportagens sobre a vida da cantora trazem uma íntima relação entre prazer e dor, sentimentos vivenciados por indivíduos que buscavam no universo noturno a amenização dos conflitos individuais. Portanto, existe uma riqueza muito grande nos elementos que compõe as imagens noturnas, entre eles, destaca-se o desamor, presente nas letras de canções que invadiram o imaginário através da cultura industrial/ de massa.

“A música de maneira geral, pode ser considerada como uma dessas matérias primas estimuladoras do apetite imaginário do indivíduo”¹⁷³.

A noite, as luzes deram visibilidade às representações do prazer, que existiu em função de um desprazer, alcançado num trago de bebida ao som de canções sob a luz do luar.

“Novalis percebeu bem, como os mais modernos psicanalistas, que a noite é símbolo do inconsciente e permite às recordações perdidas “subir ao coração” semelhantes às nevoas da noite”¹⁷⁴.

Os impulsos sensoriais dos indivíduos como a ansiedade, a angústia, a excitação, o prazer e a dor, somados à suas fantasias, sonhos e sentimentos, formam uma química geradora de uma cultura específica, alimentada por “artifícios” do imaginário com arquétipos¹⁷⁵ que reproduzem e marcam períodos históricos.

A partir do século XX, principalmente com o advento do rádio¹⁷⁶ e do disco, o “casamento” entre música (melodia) e canção (letra) se tornou um dado considerável. A

¹⁷³ GAY, Peter op.cit.p.97.

¹⁷⁴ DURAND, Gilbert. *As estruturas antropológicas do imaginário. Introdução a arquetipologia geral*. São Paulo. Martins Fontes. 1997. p.220.

¹⁷⁵ A palavra arquétipo tem sentido na teoria psicanalítica de Jung. Segundo o autor “disposições hereditárias que fazem parte do inconsciente coletivo” e que se exprimem sob a forma de imagens ou mitos. Por exemplo, os mitos da criação, a idéia de uma virgem mãe a serpente fatal etc... in JUNG, C.G. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Volume I, Vozes. Rio de Janeiro. 2000.p.94-96.

¹⁷⁶ O rádio tornou-se com a sua evolução entre os anos 40 e 50 uma “antena metafórica” para captar os dramas sociais pelo olhar da modernidade e do cotidiano, a música (letra/melodia) circulava em espaços sociais que davam lhes significado e portanto onde tinham pessoas que a consumia. Sobre esse assunto ver

performance letra/melodia ocupou, e ainda ocupa um lugar importante nas relações simbólicas e funcionam como um forte testemunho histórico.

“A música passa a ser simultaneamente um tapete e um espelho para o público consumidor. Tapete na sua forma de terreno “base”, por onde pisam muitos na mesma referência discursiva sentimental. Espelho como possibilidade do leitor/ouvinte se reconhecer e se utilizar da música romântica para seu próprio interesse”¹⁷⁷.

O repertório de Maysa trouxe encantos e desencantos e foi inspirador para relatar de forma explícita a procura do amor bem sucedido e pela dificuldade de encontrá-lo passou a ser sinônimo de infelicidade e isso também foi explicitado em outras letras de sambas-canções que marcaram a época.

O samba-canção nasceu entre moradores da periferia, nos subúrbios e nos morros.

“É em meio a dois copos de bebida com a caixinha de fósforo que acende o cigarro que está se fumando com o companheiro de mesa que vão se criando as músicas”¹⁷⁸.

Esse cenário de bares, cigarros e sambas-canções teve início por volta dos anos 30, devido as muitas transformações decorrentes da concentração populacional nas grandes cidades, isso gerou a falta de espaço no meio urbano e acentuou a desigualdade social.

Os trabalhadores e os desempregados se deslocaram para os subúrbios, construindo nesse espaço seus casebres e barracos. Quanto menor a casa ou quarto, maior o número de moradores e maior a necessidade de viver fora desse espaço por insatisfação.

Dessa forma, os moradores se concentraram muito mais nas ruas do que dentro de casa, por vários motivos, entre eles a falta de espaço. Foi nesse meio que surgiu o bar da esquina, onde as pessoas passaram a reunir-se, beber, conversar e a produzir letras e melodias que deram origem ao samba-canção¹⁷⁹.

Mas o samba-canção desceu do morro e subiu no palco, muitos de seus cantores e compositores ficaram famosos, e, se não fizeram muitas apresentações, suas canções foram interpretadas por cantores famosos e cantadas no meio das elites.

Tota, Antonio Pedro. *A locomotiva no ar: rádio e modernidade em São Paulo. 1924-1934*. Secretaria do Estado da Cultura. 1990.p.13.

¹⁷⁷ FILHO, Honório Wolney. *No ar ...amores amáveis*.op.cit.p.110.

¹⁷⁸ BORGES, Bia. op.cit. p.31. Embora a temática esteja envolvida com os ambientes glamourosos da boemia, é importante registrar esse breve histórico.

¹⁷⁹ Essa relação entre produção do samba-canção e o espaço em que ele foi produzido fica clara quando é observado as experiências e vivências dos primeiros compositores desse etilo. Cf. BORGES. Bia. Idem.

“Para as boas famílias dos anos 50, cantar e tocar violão eram coisas associadas a boemia decadente da Lapa, às brigas de navalhas entre malandros em botequins imundos, à cachaça, à pobreza, à prostituição (...) Mas para outras famílias, que não tomavam conhecimento desses ambientes, cantar e tocar violão eram uma prática remanescente dos antigos saraus¹⁸⁰ elegantes, nos quais parentes, amigos reuniam-se em casa e cercados de muros, ao redor de licores e quitutes e de uma filha especialmente prendada, que os entretinha com suas próprias canções e uma coisinha em francês ou inglês – como Maysa. E para outras famílias ainda, cantar ou tocar violão, quando era pago para isto poderia ser uma forma de escapar a pobreza como aconteceu com Dolores Duran”¹⁸¹.

Os bares e boates elitizados dos anos 50 em São Paulo e no Rio de Janeiro tiveram um grande papel sociabilizador, foram espaços de vivências amplas, de estímulos sensoriais como também o local do cultivo da intelectualidade. O público freqüentador era heterogêneo, estudantes, professores, escritores, intelectuais, artistas, cantores, dramaturgos, entre outros, tinham em comum o gosto pela bebida e pela música.

“As músicas (os relatos das letras) indicam uma imagem desta sociedade, que tem por experiência pode se dizer, falar extensivamente e intensivamente sobre seus sentimentos. É preciso perseguir também os elementos sociais que dão corpo a estes símbolos neste sentido, a relação entre as imagens do amor e a sociedade em questão não se dão como simples casualidade”¹⁸².

As narrativas de amores e desamores com seus sentimentos exacerbados foram visíveis não somente nas letras e interpretações das canções de amor na década de 50. Mas também em outros circuitos culturais da época como: radionovelas, revistas, suplementos jornalísticos, poemas e romances que vieram como encartes na imprensa escrita¹⁸³ e também ajudaram a compor o imaginário sentimental do período.

Esses relatos apaixonantes ajudaram a sentir as sensações da época, e permitiu entrar no campo dos sentimentos.

¹⁸⁰ Os saraus foram festas noturnas literárias realizadas em residência particular, com caráter intimista. Segundo Sérgio Estephan “no final do século XIX, o violão passa a ocupar um lugar de destaque na música brasileira. De instrumento marginalizado e acompanhador de modinhas e lundus, adentra as principais salas de concerto do país como instrumento solista, tanto na música popular quanto erudita”. Cf. ESTEPHAN, Sérgio. *Produção Musical em São Paulo. O violão de Américo Jacomino, o Canhoto. 1912-1928*. in Cultura crítica. Música brasileira. São Paulo. Apropuc. P.86.

¹⁸¹ CASTRO, Rui. *Chega de Saudade. A história e as histórias da Bossa Nova*. Cia das Letras. SP. 1990. P.105.

¹⁸² HONÓRIO, Wolney. *No ar... amores amáveis*.op.cit.p.71.

¹⁸³ Além da revista O Cruzeiro, a Revista do Rádio, Radiolandia, Cinderela, Fon-Fon, Grande Hotel, Jornal das Moças, Manchete, Mundo Ilustrado, Revista da Semana entre outras, que traziam “estórias” românticas, cheia de conflitos, desilusões, e idealizações, como a própria vida amorosa de artistas e cantores. Sobre esse assunto confira. HONÓRIO, Wolney.op.cit.

As letras das canções ressentidas, amarguradas e sofridas, indicaram reflexões sobre o cenário doloroso e serviram como parâmetro somadas a outros vestígios para compreender a problemática social da dor pelo viés das relações amorosas, dos vícios e dos ardores do coração.

2.3 – *Ardores e vícios do coração*

“Enganoso é o coração. Mais do que todas as coisas”¹⁸⁴.

Morada dos sentimentos, órgão responsável pelo bombeamento do sangue que dá vida ao corpo humano, seu funcionamento físico e emocional é vital e imprescindível. Mas, em se tratando de sentimento, o coração é tendencioso a enganar-se e a sofrer, como já dizia o texto belíssimo do profeta Jeremias mais de 600 anos antes de Cristo.

As mesmas sensações de engano e sofrimento são encontradas nas narrativas das canções que foram analisadas.

O trabalho com letras de canções permite observar que a maioria das que narram “estórias” amorosas, demonstram exatamente o desamor e isso não foi somente uma especificidade das letras de sambas-canções da década de 50¹⁸⁵.

Os versos de “Meu primeiro amor” interpretado por Cascatinha e Nhana já diziam.

“Saudade palavra triste
Quando se perde
Um grande amor”¹⁸⁶

Como também as músicas “sertanejas atuais”¹⁸⁷, entre outras, que trazem a temática amorosa ligada a representações que envolvem elementos como a dor, o sofrimento, a

¹⁸⁴ Confira livro do Profeta Jeremias capítulo 17 versículo 9.in ALMEIDA, João Ferreira de *Sociedade Bíblica do Brasil*. São Paulo. 1999. O profeta de acordo com os ensinamentos da fé judaica alerta o povo de Israel a confiar somente em um único Deus, pois admite que os relacionamentos humanos são passíveis de enganos e decepções, enquanto que o relacionamento com Deus é perfeito.

¹⁸⁵ Segundo a historiadora Maria Izilda Santos de Matos “Nos Anos 50, amar era sinônimo de sofrer, cantado num estilo musical em voga-o samba canção... Era o tempo de uma alegria melancólica, olhos marejados e um sentir nunca satisfeito.in *Dolores Duran. Experiências Boêmias em Copacabana nos anos 50*.pp.79-80.

¹⁸⁶ Meu primeiro amor. S/D.

¹⁸⁷ Inicialmente chamada de moda de viola, e iniciada com Cornélio Pires nos anos 20, a música sertaneja teve uma trajetória de produção no meio urbano industrial, visando a promoção dos cantores/compositores com

mentira, os amores impossíveis, as paixões proibidas, as infidelidades que conseqüentemente trazem a desilusão e a infelicidade.

As imagens das relações amorosas expressas nas canções de amor, trazem esse sentimento de forma inatingível ou etérea.

Apesar de muitos estudiosos da Música Popular Brasileira considerarem a Bossa Nova como um “divisor de águas” entre o samba-canção (carregado de sofrimento) e as bossas como canções de amor mais leves e alegres (embora seja a melodia bossa-novista), as letras continuaram expressando a tristeza, a saudade e a melancolia, como na letra de Chega de Saudade.

“Vai minha tristeza e diz pra ela que
Sem ela não pode ser
Diz-se numa prece
Que ela regresse
Porque eu não posso mais sofrer
Chega de saudade
A realidade é que sem ela, não há paz, não há beleza
É só tristeza e melancolia
Que não sai de mim, não sai de mim
Não sai...”¹⁸⁸

Marisa Monte lançou um cd single em 2001¹⁸⁹ interpretando duas canções. “A sua”, composta em tempos contemporâneos, e “Ontem ao luar”, retratando muito bem a histórica

letras que trazem temáticas que perpassam a relação campo-cidade, além das narrativas amorosas, onde até mesmo recebeu influência de gêneros da musicalidade estrangeira como da guarânia paraguaia exemplo: Meu primeiro amor, do bolero mexicano exemplo: Boneca Cobiçada, interpretado por Palmeira o Brás em 1956, entre outros gêneros. Enquanto que a música caipira restringe o seu universo temático (segundo os estudiosos) ao meio rural com forte influência folclórica mística preservando geralmente o anonimato dos compositores e a divulgação da canção apenas na comunidade, não visando a indústria cultural cf. Caldas, Waldenir. *O que é música sertaneja*. São Paulo. Brasiliense. 1987. E segundo a historiadora Geni Rosa Duarte “os termos caipira e sertanejo(a) assumiram significados diferentes no tempo, especialmente quando adjetivavam o substantivo música ainda hoje usa-se a expressão música sertaneja para identificar determinados cantores que cantam geralmente em dupla, e cujas vestimentas fazem alguma referência ao mundo rural – estilização do cowboy ou fazendeiro norte-americano. Chega-se a usar a expressão sertanejo pop, uma vez que suas gravações incorporam guitarras e sonoridades mais “globalizadas” com letras passionais”.in *Múltiplas vozes no ar: O rádio em São Paulo nos anos 30 e 40*. p.226. Aquilo que foi chamado de “sertanejas atuais” podem ser enquadradas nessa última definição da autora como as duplas Zé Di Camargo e Luciano, Leandro e Leonardo, Bruno e Marrone Rio Negro e Solimões.

¹⁸⁸ Chega de saudade. Composição Vinicius de Moraes e João Gilberto. Gravação: João Gilberto. 1958.

relação da MPB amorosa com o desamor, algo que vai além dos limites das canções dos anos 50.

Em se tratando dos sentimentos o profeta Jeremias tinha “razão”, o coração humano parece estar viciado¹⁹⁰ em enganos amorosos e por isso expressa ardentemente a dor, que deve ser anestesiada.

São inúmeras as “estórias (des) amorosas” retratadas nas canções, nelas há imagens de relações de desafetos demonstrados através das personagens “doentes” de amor, envolvidas no ciclo vicioso da vida boêmia. Amor, desamor, álcool e música se misturaram de forma explosiva e com isso desenvolveu-se um tipo de sociabilidade cuja fisionomia aparenta a alegria, a sensualidade e o prazer conjuntamente com a violência, a doença, a dor, o esquecimento e a derrota. Conforme retrata Maysa em uma reportagem na revista O Cruzeiro onde o entrevistador Afrânio Brasil Soares perguntou:

- “Você é uma pessoa feliz? Sem piscar, ela fechou a cara e disse que não.
 - Então é por isso que recorre a bebida? Maysa fez que não ouviu e disse:
 - Esta revolta íntima contra tudo, esta insatisfação, esta fuga de mim e, ao mesmo tempo esta eterna procura de meu eu é o que me torna infelicíssima.
 - Infeliz assim Maysa?
 - Sim, uma infelicidade que é tanto mais infeliz porque não é constante. O tédio, o cansaço prematuro de viver, o fastio de todas as coisas se alternam, as vezes, com momentos de euforia. O uísque, você sabe...
 - E se ele acabasse?
 - Não graceja, seria uma tragédia maior ainda.
- No fim da noite, o repórter lhe lançou a última pergunta.
Pedi para que ela imaginasse que a mesma questão lhe seria feita no exato instante de sua morte:
- Que fizeste da vida Maysa?
 - Chorei todos os dias. Sofri muito e nunca aprendi a amar...”¹⁹¹

¹⁸⁹ Apesar da distância temporal entre as duas canções A sua composição. Marisa Monte. Gravação Marisa Monte. 2001. e Ontem ao luar. Composição Casulo da Paixão Cearense e Pedro Alcântara. S/D. interpretada por Marisa Monte. A temática é a mesma como no verso da primeira citada “tô com sintomas de saudade, tô pensando em você, como eu te quero bem,... como o tempo vai e o vento vem”, enquanto a segunda citada. “Ontem, ao luar, nós dois em plena solidão, tu me perguntaste o que era a dor de uma paixão, nada respondi! Calmo assim fiquei... Ambas demonstram que apesar de existir o ser amado os personagens se encontram sozinhos sentindo saudade.

¹⁹⁰ Existe uma relação entre hábito e vício, embora sejam conceitos diferenciados. Por hábito compreende-se a repetição freqüente de um ato, um costume. Ocorre que o vício pode ser compreendido como um hábito nocivo. Segundo o Doutor Flávio GIKOVATE Médico e psicoterapeuta. “Podemos dizer que existe hábito quando o fato de abandonar aquela prática ou aquele ritual nos entristece um pouco, mas não ao ponto de nos deixar pensando no assunto o dia inteiro”.cf. *Drogas opção de perdedor*. São Paulo. Moderna. 1998. p. 19. Já segundo o historiador Henrique Carneiro “assim como na droga” o conceito de “vício” deve ser investigado tanto na sua polissemia contemporânea como na sua constituição histórica. De um conceito moral abstrato, oposto à virtude, para uma noção de comportamento excessivo... A noção de um hábito ou de um costume, assim como os termos técnicos... usados para designar quadros de comportamentos compulsivos ou obsessivos, abrange, costumes, esferas muito amplas da atividade humana.in *Álcool e drogas e a história do Brasil*. Alameda. São Paulo.2005.p.19.

Antony Giddens conceituou que o vício é “*uma incapacidade de administrar o futuro*”¹⁹², nesse descontrole afetivo e desenvolvido em um relacionamento com a bebida fora das normas e padrões vigentes, Maysa trouxe um dos aspectos do mundo boêmio, aquele que demonstra as mazelas do ser humano. Embora em muitas canções não apareça a utilização da bebida alcoólica e a embriaguez, mas a vida pessoal da cantora esteve envolvida com o aspecto do desregramento.

“O que que eu estou procurando
No vago aflita olhando
De canto em canto buscando
O que?
De noite a lua assiste
Que eu fico ainda mais triste
E saio pra rua andando
Procurando mas o que”¹⁹³

Entre os versos marcados por uma agonia intensa e por uma busca interminável, como nos versos da canção O que, é notório uma forma de amar muito próxima da dependência psíquica, ou seja do laço afetivo que se estabelece entre o dependente e a droga e nesse caso entre o ser que ama daquele que é amado.

Essa forma de amar sofrendo está entre os limites da paixão e da co-dependência, o autor Antony Giddens foi pertinente para a compreensão desse tipo de sentimento, expresso, por exemplo, na canção Apelo:

“Ah! Meu amor, não vás embora
Vê a vida como chora
Vê que triste é esta canção”¹⁹⁴

¹⁹¹ Entrevista realizada em um bar em Paris por Afrânio Brasil Soares descrita na revista O Cruzeiro 28 de janeiro de 1959. pp.32 a 34.

¹⁹² Sobre esse assunto cf. GIDDENS, Antony. *As transformações da intimidade*. São Paulo. Edunesp. 1993.

¹⁹³ O que. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1957.

¹⁹⁴ Apelo. Composição Baden Powel e Vinicius de Moraes. Gravação. Esta canção foi gravada por Nelson Gonçalves e também por Maysa na década de 50.

Em um levantamento das canções estudadas, ficou evidente que todas elas denunciavam a dependência no ser que ama do ser que é amado assim definiu-se essa dependência como expressões românticas da época. Segundo Giddens:

“O amor romântico que começou a marcar a sua presença do final do século XVIII, utilizou tais ideais¹⁹⁵ e incorporou elementos do amor paixão, embora tenha-se tornado distinto deste. O amor romântico introduziu a idéia de uma narrativa uma vida individual – fórmula que se estendeu radicalmente a reflexividade do amor sublime. Contar uma história é um dos sentidos do “romance”, mas esta história tornava-se agora individualizada, inserindo o eu e o outro em uma narrativa pessoal, sem ligação particular com os processos sociais mais amplos”¹⁹⁶.

A canção que tem como título o apelo mostra a dependência de alguém que não pode viver sem o “outro”, a vida não faz mais sentido. Nas narrativas das canções que apesar das brigas, traições, decepções, vexames, sofrimento, existe ainda o apego à pessoa amada que foi projetada de uma forma idealizada. Essa imagem ficou fixada nas impressões “da primeira vista”, as sensações sentidas pela sensualidade exalada, sobressaem e mascaram a realidade através da aparência que passa a ser desvelada com a convivência e traz o desgosto.

“A gente briga, diz tanta coisa que não quer dizer
Briga pensando que não vai sofrer
Que não faz mal se tudo terminar
Um belo dia a gente entende que ficou sozinho
Vem a vontade de chorar baixinho
Vem o desejo triste de voltar...
Se eu soubesse
Naquele dia o que eu sei agora
Eu não seria esta mulher que chora
Eu não teria perdido você”¹⁹⁷

¹⁹⁵ O autor se refere a idealização temporária que se tem do “outro” que tipifica o amor apaixonando, quando ainda não houve decepções, considerando que o amor romântico implica atração instantânea (amor a primeira vista) e passava a fixar-se no inconsciente coletivo da época. Sobre esse assunto.cf. GIDDENS.op.cit.p.51.

¹⁹⁶ GIDDENS.op.cit.p.50.

¹⁹⁷ Castigo. Composição. Dolores Duran. Gravação Maysa. 1958.

Na letra de Castigo existe um conflito entre a realidade da convivência do casal permeada por brigas e a idealização. Soma-se a isso sensação insuportável da solidão e da rejeição que por sua vez produzem a frustração. Esses sujeitos mutuamente dependentes foram produtos do próprio meio social em que viveram. Conforme discutiu Ivan Illich sobre a modernização:

“Vivemos numa época em que o aprender é programado, o habitar urbanizado, os deslocamentos motorizados, as comunicações canalizadas (...) Numa sociedade super-industrializada a esse ponto, as pessoas são condicionadas a obter as coisas e não a fazê-las. O que querem é ser educadas, transportadas, cuidadas ou guiadas, ao contrário de aprenderem (...) e encontrarem seu próprio caminho”¹⁹⁸.

Assim, percebe-se como foram culturalmente criados símbolos que favoreceram a dependência do ser humano, criando sujeitos incapazes de auto-administrarem suas próprias vidas, de lidarem com a dor, com a doença, com a morte e, sobretudo, com a perda. Segundo o historiador Henrique Carneiro:

“Toda a relação com os produtos da cultura material é transformada em vício, programada em laboratórios de técnicas psicológicas e veiculadas pela publicidade com apelos de consumo compulsivo (...) O traço espetacular do capitalismo contemporâneo (...) é a prevalência de uma cultura do simulacro, onde a produção de imagens preenche todas as telas e os cartazes com fetiches¹⁹⁹ consumistas explorados por meio de técnicas publicitárias como a grande compulsão hodierna, o vício máximo do consumo, a dependência das mercadorias como objeto que escravizam as pessoas”²⁰⁰.

As imagens do amor e da paixão produzidas nos anos 50 estiveram envolvidas com a dependência das relações afetivas mal resolvidas e ou idealizadas, nas quais as personagens de uma boa “estória” romântica demonstravam estar compulsivamente dependentes um do outro.

Para Antony Giddens os relacionamentos amorosos que demonstram desequilíbrio como: mulheres que amam demais sem serem amadas, homens traídos e excessivamente ciumentos, pessoas sempre envolvidas com relacionamentos amorosos frustrados como se não conseguissem se libertar desse ciclo vicioso, podem ser chamados de co-dependentes.

¹⁹⁸ ILLICH, Ivan. *A Expropriação da Saúde*. op.cit.p.78.

¹⁹⁹ A palavra fetiche vem da mesma raiz da palavra feitiço, que do ponto de vista místico e religioso tem o significado de um artefato com forças estranhas, capaz de exercer poder sobre os seus adoradores despertando neles sensações múltiplas.

²⁰⁰ CARNEIRO, Henrique. *Álcool e drogas na história do Brasil*. Op.cit.p.22.

É necessário ter muita cautela para utilizar esse termo, que de forma generalizada ou equivocada, traz como resultado os relacionamentos entre pessoas que dão apoio e guarda à usuários de drogas, por exemplo do álcool, e passam a se acostumar com os problemas das vivências e experiência do vício do parceiro.

“Finalmente, no entanto ficou claro que os alcoólatras tem poucas chances de se manter sóbrios se retornam a relacionamentos ou a famílias em que tudo o mais permanece o mesmo, em geral, todos estes relacionamentos giram em torno do vício do alcoólatra”²⁰¹.

Giddens explica que a co-dependência está muito além desse conceito de relacionamento com usuários de drogas, liga-se também a um tipo de personalidade desenvolvida na vida moderna.

“Uma pessoa co-dependente é alguém que, para manter uma sensação de segurança ontológica, **requer outro indivíduo** ou um conjunto **de indivíduos**, para definir as suas carências; ela ou ele não pode sentir autoconfiança sem estar dedicado as necessidades dos outros. Um relacionamento co-dependente é aquele em que um indivíduo está ligado psicologicamente a um parceiro cujas **atividades são dirigidas por algum tipo de compulsividade**. Chamarei de **relacionamento fixado**²⁰², **aquele em que o próprio relacionamento é o objeto do vício**”²⁰³ (grifo nosso).

Maysa mitologizou o que pode-se chamar de relacionamentos co-dependentes/fixados. São relacionamentos co-dependentes porque culturalmente o período caracterizou-se como um universo repleto de necessidades a serem satisfeitas, como foi explicado no primeiro capítulo. A maioria das pessoas viveram a procura de: novidade, conquista, vitória, poder, saúde, beleza, alegria, juventude, elegância, encanto, prazer e romance. Careciam desses elementos muitas vezes expressos em valores culturalmente divulgados como, por exemplo, no consumismo. E são fixados porque entre as necessidades das carências humanas, a afetiva era essencial e para muitos havia a obsessão em satisfazê-la.

A maioria das simbologias que visualizam o período trazem consigo expressões de relacionamentos amorosos, bem sucedidos ou não, dessa forma, compreende-se o porque do sucesso das canções de “fossa” e “dor de cotovelo”:

²⁰¹ GIDDENS.op.cit.p.100.

²⁰² Nos relacionamentos fixados, os indivíduos não constroem suas vidas em torno dos vícios que já existem em outras pessoas e sim na necessidade de encontrarem no outro a sensação de segurança e bem-estar.

²⁰³ GIDDENS.op.cit.p.102.

“O mito permite a percepção imediata de determinados tipos de relações constantes, destacando-os do emaranhado das aparências cotidianas”²⁰⁴.

Apesar da dor, do conflito, do medo e da insegurança, o período mostra a enorme necessidade de relacionar-se afetivamente.

“Tem gente que ama/Que vive brigando
E depois que briga/Acaba voltando
Tem gente que canta/Por que está amando
Quem não tem amor/Leva a vida esperando
Uns amam pra frente/E nunca se esquecem
Mas são tão pouquinhos/Que nem aparecem
Tem uns que são fracos/E dão pra beber
Outros fazem samba/E adoram sofrer
Tem apaixonado/Que faz serenata
Tem amor de raça/E amor vira-lata
Amor com champanhe/Amor com cachaça
Amor nos iates/Nos bancos da praça
Tem homem que briga/Pela bem-amada
Tem mulher maluca/Que atura porrada
Tem quem ama tanto/Que até enlouquece
Tem quem dê a vida/Por quem não merece
Amores à vista/Amores a prazo
Amor ciumento/Que só cria caso
Tem gente que jura/Que não volta mais
Mas jura sabendo/Que não é capaz
Tem gente que escreve/Até poesia
E rima saudade/com hipocrisia
Tem assunto à beca/Pra gente falar
Mas não interessa/O negócio é amar”²⁰⁵

²⁰⁴ ROUGEMONI, Denis. *O amor e o Ocidente*. in FILHO, Wolney. *No ar: amores, amáveis*. op.cit.p.146.

²⁰⁵ O negócio é amar. Composição Dolores Duran e Carlos Lyra. S/D.

As canções trouxeram expressões constantes do fracasso amoroso, contrastando com as expressões idealizadas das relações afetivas expressas nas propagandas que “amenizaram” os conflitos da época, onde havia a necessidade do amor, as canções corporificam o mal-estar que as pessoas mal-amadas sentiam e deixam claro elementos de introspecção e de subjetivismo mergulhados no sentimentalismo exacerbado.

Mesmo retratando temas tão carregados de negatividade, essas canções trazem consigo uma sedução que envolveu seus interlocutores, seja pela melodia, seja pela voz dos seus intérpretes ou até mesmo por retratarem “estórias” de vidas amorosas mal-resolvidas, daqueles que viveram buscando o amor entre desamores. O que era dor transformava-se em prazer através do consumo cultural do gênero da “fossa” e da “dor de cotovelo”.

“O consumo ávido de novelas e histórias românticas não era em qualquer sentido um testemunho de passividade. **O indivíduo buscava no êxtase o que lhe era negado no mundo comum.** Vista deste ângulo, a realidade das histórias românticas **era uma expressão de fraqueza, uma incapacidade de se chegar a um acordo com a auto-identidade frustrada na vida social real**”²⁰⁶ (grifo nosso).

Nesse sentido, amor/paixão²⁰⁷, vício, doença, dor e prazer formaram uma rede de significados muito estreitos entre si.

Com esse trabalho foi possível desvelar a relação entre dor e prazer no comportamento daqueles que foram chamados de inadaptados e desregrados em uma sociedade de aparência encantadora mais envolvida com os vícios.

“Originalmente, o conceito de vício estava vinculado em sua quase totalidade à dependência química, ao álcool ou as drogas de vários tipos. Uma vez incorporada pela medicina, a idéia foi definida como uma patologia física (...) Tal conceito, no entanto, esconde o fato de que **o vício está expresso no comportamento compulsivo** (...). A compulsão é uma forma de comportamento que um indivíduo acha muito difícil, ou impossível, parar apenas pelo poder da vontade (...) as compulsões em geral assumem a forma de rituais pessoais estereotipados (...) **o comportamento compulsivo está associado a uma sensação de perda de controle sobre o eu**”²⁰⁸ (grifo nosso).

²⁰⁶ GIDDENS, op.cit.p.55.

²⁰⁷ O conceito da palavra amor está permeado de representações que o envolvem como um sentimento nobre de: doação, aceitação, compreensão e perdão conforme define o apóstolo Paulo em sua carta a cidade de Corintos na Grécia ...o amor tudo sofre, tudo crê, tudo espera, tudo suporta.cf. ICorintos.capítulo 13. Versículos 1 ao 13. in ALMEIDA, João Ferreira de. *Sociedade de Bíblia do Brasil*.op.cit. Esse conceito é pertinente para a compreensão desse sentimento ao lado do conceito de paixão que a própria palavra traz em sua raiz *passion* o significado de: sofrimento, martírio, sentimento, gosto ou amor intenso a ponto de ofuscar a razão, hábito ou vício dominador. cf. DICIONÁRIO HOUAISS. Instituto Antônio Houaiss.Rio de Janeiro.objetiva 2004.

²⁰⁸ GIDDENS,op.cit.pp.83-84.

As narrativas das canções expressam sensações que foram vividas tanto pelos ouvintes e fãs que viram suas “estórias” de vida representadas, como também, pelos próprios compositores e ou intérpretes que narravam a letra composta geralmente na primeira pessoa do singular ou do plural, com pronomes possessivos equivalentes.

“Ah! Se eu te pudesse fazer entender
Sem teu amor não posso viver
Que sem nós dois o que resta sou eu
Eu assim tão só
E eu preciso aprender a ser só
Poder dormir sem sentir teu calor
E ver que foi só um sonho e passou
Ah! O amor
Quando é demais ao findar leva a paz
Me entreguei, sem pensar
Que a saudade existe, se vem é tão triste
Vem, meus olhos choram a falta dos teus
E estes teus olhos que foram tão meus
Por Deus entenda que assim eu não vivo
Eu morro pensando no nosso amor”²⁰⁹

Nessa narrativa fica bastante visível a presença dos pronomes eu, nós, teu, meus, teus e nosso, trazendo a evidente dependência que existe do outro e a incapacidade de quebrar o elo e desfazer o apego. Sem o ser amado tudo se transforma em dor, desespero e morte, sensações próprias dos relacionamentos co-dependentes/fixados. Segundo Giddens:

“Tais relacionamentos são muito mais turbulentos quando as pessoas em questão estão vinculadas por formas de antagonismo mútuo das quais são incapazes de se libertar.”²¹⁰

Esses sujeitos sociais foram prisioneiros da busca pelo prazer, assim como são todos aqueles que de forma compulsiva e obsessiva o buscaram. Sujeitos próprios da

²⁰⁹ Eu preciso aprender a ser só. Composição Marcos Valle e Paulo Sérgio Valle. Gravação Maysa.1954.

²¹⁰ GIDDENS.op.cit.p.102.

modernidade/modernização que induziu os seres humanos a uma busca incessante de bens e valores materiais ou sentimentais e produziu seres que carregaram dentro de si uma insatisfação constante. No caso dos relacionamentos amorosos, segundo Susan Forward.

“O cinema, a televisão, a propaganda, as canções populares, tudo conspira para nos persuadir de que o amor não é verdadeiro a menos que nos consuma por inteiro”²¹¹.

Fica evidente nesses casos o descontrole que pode ser anestesiado por um tipo de droga, nesse estudo a utilização do álcool cumpriu o papel amenizador das frustrações e foi explicitamente divulgado no período.

As pessoas que foram envolvidas com experiências amorosas frustradas, anestesiadas com as bebidas alcoólicas, não suportaram as barreiras que impediram seus prazeres e foram intolerantes às frustrações. Não conseguiram se libertar dos relacionamentos co-dependentes/fixados, como também do álcool, do cigarro e outras drogas. Os próprios relacionamentos, somados às substâncias, caracterizam os maiores vícios da época.

“Quantos estão pelas mesas, bebendo tristezas, querendo ocultar
Um que se afoga no copo, renasce na alma, desponta no olhar
Garçon se o telefone bater e se for pra mim
Garçon repita pra ele, que eu sou mais feliz assim
Você sabe bem que é mentira
Mentira noturna de bar
Bar, tristonho sindicato de sócios da mesma dor
Bar que é o refúgio barato dos fracassados do amor”²¹²

Nessa narrativa o bar é apresentado como o lugar do refúgio e do isolamento, mas também é o lugar onde se partilham as dores e desenganos amorosos.

A bebida alcoólica por excelência representou o antídoto contra a dor, a porção que “levou ao prazer em si mesmo”.

²¹¹ FORWARD, Susan e BUCK Craig. *Amores Obsessivos. Quando a paixão o faz prisioneiro*. Rio de Janeiro. Rocco. 1993. p.16.

²¹² Bar da noite. Composição Haroldo Barbosa e Bidu Reis. Gravação Maysa. 1953.

Os recônditos das drogas foram a “saída” e permanece “sendo” para muitos que sofreram conflitos amorosos, foram a medida paliativa que restava para se apoiar, em meio a uma cultura carregada de apegos, como os anos 50.

“Quando Freud em *O mal-estar da civilização* 1930, afirma que o sofrimento é uma experiência mais comum do que a felicidade, e aponta que das três fontes de sofrimento²¹³ a relação com o próximo é a mais difícil de ser suportada, ele nos indica que devemos buscar aí a expressão de um gozo, em si mesmo ignorado (...) gozo que ronda inexoravelmente o mundo capitalista enraizado na utopia da universalização da felicidade mesmo diante desse estado de coisas, é possível apostar no risco da relação com o próximo. Mas também decidir pelo brilho das medidas paliativas. É nesse segundo caminho que situamos a toxicomania”²¹⁴.

O individualismo próprio do período, gerou cada vez mais a sensação de solidão, essa foi a desencadeadora principal dos diversos mal-estares como a angústia, a melancolia, a insegurança, entre outros.

Esse estilo de vida próprio dos tempos modernos facilitou a busca de um tipo de prazer também individualista, nele podia-se descartar o outro, embora ocorresse a sua falta também existia o medo de sofrer, principalmente nas relações humanas. Segundo Freud, são esses os sofrimentos mais penosos de suportar e os mais urgentes a atenuar.

“Há vários métodos para evitar o sofrimento, contudo os métodos mais interessantes são os que procuram influenciar nosso próprio organismo. O mais eficaz é a intoxicação. O serviço prestado pelos veículos intoxicantes na luta pela felicidade e no afastamento da desgraça é tão altamente apreciado como um benefício, que tantos indivíduos quanto povos lhes concederam um lugar permanente na economia da libido com o auxílio desses amortecedores de preocupações, é possível em qualquer ocasião, afastar-se da pressão da realidade e encontrar refúgio num mundo próprio”²¹⁵.

A necessidade do prazer é tão intensa nos seres humanos que existem substâncias, como o álcool e o cigarro, que são aceitos socialmente como objetos de gozo. A justificativa mais evidente para utilizar-se deles é a busca pela amenização dos conflitos, inevitáveis na sociedade capitalista. No período o uso do álcool serviu como um lenitivo para o sofrimento demonstrado no comportamento boêmio de Maysa e outros cantores.

²¹³ Segundo Freud existem três fontes de sofrimento humano: o nosso próprio corpo, condenado a decadência do envelhecimento e vulnerável a doença e a morte, a nossa relação com o mundo exterior e a nossa relação com os outros seres humanos. Todos esses itens são produtores de conflitos angústia e sofrimento.cf.FREUD.Sigmund. *O mal-estar na civilização*. 1930 in BENTES.Lenita. *O brilho da infelicidade.op.cit.p.100*.

²¹⁴ BENTES,Lenita.op.cit.p.63. O conceito de toxicomania abrange a utilização de substâncias lícitas e ou ilícitas de forma descontrolada, mas esse conceito não deve ser confundido como o conceito de tóxicofilia.

²¹⁵ FREUD. *O mal estar na civilização*. In BENTES,Lenita.op.cit.p.100.

As drogas, especificamente as lícitas, trazem o “prazer” ao alcance de todos, as substâncias passam a representar o encontro com um elixir que contém a fórmula para “maquiar a infelicidade”.

“Percebemos algo que aponta para além de uma mera fuga da realidade, tratando-se mais exatamente de uma solução encontrada por esses sujeitos (...) Em Freud, as drogas seriam uma solução para o mal-estar na cultura (...) Assim, o fenômeno das toxicomanias se apresenta como uma “promessa” do encontro com o objeto perdido, promessa tanto radical quanto enganosa (...)”²¹⁶.

Com esta pesquisa ficou evidente neste trabalho que o mal estar sócio cultural encontrava-se nos próprios discursos hegemônicos da época, entre eles destaca-se os discursos dos meios de comunicação como as propagandas que apresentaram toda a positividade e estímulo ao consumo do álcool. Já as canções demonstraram o desconforto social historicamente datado devido a todo o processo de industrialização, expansão urbana e individualismo que caracterizou um novo tempo e uma alteração paradigmática nos moldes de vida.

Nos discursos das fontes utilizadas ficaram nítidas as dificuldades de se estabelecer reais relações afetivas, porque as propagandas as colocam de forma bem resolvida e idealizada, enquanto que as canções denunciam o contrário, o que houve em comum entre esses dois tipos de documentos foi a presença do álcool, ora como um elemento essencial para corroborar a felicidade, ora como um lenitivo para a infelicidade. Outro fator importante incomum entre a documentação foi a idealização e sublimação da felicidade nas propagandas e do sofrimento nas canções.

Por sua vez os discursos médicos vieram catalogar e dar maior visibilidade aqueles que foram chamados de inadaptados ao sistema e que denunciaram em seus hábitos a insatisfação em uma sociedade de imagens glamourosas e felizes, onde o álcool esteve ligado as imagens de sociabilidades carregadas de sedução como aquelas apresentadas nas propagandas, já o abuso do álcool esteve vinculado aos aspectos da negatividade social como a doença, o fracasso, entre outros como, por exemplo, o desamor que ficou visível na carreira e na vida da cantora e compositora Maysa.

²¹⁶ BENTES, Lenita. op. cit. p. 174.

Capítulo III – Tristeza, glamour e alcoolização



Imagem 33. Maysa no leito do hospital Nossa Senhora do Carmo. São Paulo 1959. Fonte: NETO, Lira.op,cit.Caderno de imagens.p.12.

*“Ninguém pode calar dentro em
mim*

Essa chama que não vai passar

É mais forte que eu

E não quero dela me afastar...

E se alguém não quiser entender

E falar pois que fale

*Eu não vou me importar com a
maldade de quem nada sabe”*

Maysa Resposta 1956

No final da década de 50, desquitada e repleta de decepções, Maysa encontrava-se no leito do hospital Nossa Senhora do Carmo localizado na Rua Martiniano de Carvalho no bairro Bela Vista em São Paulo. Seu quadro clínico apresentava crises de pressão baixa, provocada pela ingestão combinada de várias doses de uísque e comprimidos contra insônia.

Os boletins médicos informaram que ela permaneceu um mês inteiro internada no hospital e foi submetida a tratamento psicoterápico a base de antidepressivos e também de uma rigorosa desintoxicação alcoólica conjuntamente ao tratamento de sonoterapia, isto é, indução artificial ao sono por longo tempo mediante o uso de remédios, uma técnica que na época era indicada para casos de psicoses agudas, depressões melancólicas, crises de ansiedade e síndromes psicossomáticas com risco de suicídio²¹⁷.

Aos 23 anos de idade após ter negado várias vezes, Maysa confirmou em uma reportagem para a revista O Cruzeiro²¹⁸ que tinha tentado suicídio depois de ter se olhado no espelho do banheiro e ter se deparado com a imagem de uma mulher em ruínas cada vez mais devastada pela vida submergida em tristeza, *glamour* e alcoolização.

3.1 – A tristeza e o desamor: “Maysa confessa: Eu canto meu estado d’alma”

A carreira de Maysa no período estudado esteve envolvida por simbologias que evocaram o mal-estar próprio a época. A revista O Cruzeiro de Janeiro de 1958 expunha a cantora na capa com o título “Maysa confessa: Eu canto meu estado d’alma”.

“Ela tinha consciência que a causa de seu êxito estrondoso como artista – além da voz indiscutivelmente singular, meio rouca, meio aveludada – residia também na imagem pública que construía como musa imbatível e sofisticada do desencanto e da melancolia. Era uma espécie de Edith Piaf dos trópicos, (...) recém desquitada, em um tempo em que as mulheres separadas eram estigmatizadas como prostitutas, Maysa mandara para os ares o casamento (...) e para duplo escândalo da alta sociedade de São Paulo, abraçara a vida igualmente duvidosa de cantora de rádio. Para os meios mais ilustrados era considerada uma espécie de diva existencialista (...) “Há gritos incríveis dentro de mim que me povoam da mais imensa solidão”²¹⁹.

²¹⁷ Os estudos dos doutores Pacheco e Silva, Pedro Pernambuco Filho entre outros discutiram as técnicas de tratamento citadas contra o abuso alcoólico. Sobre esse assunto cf. FILHO, Pedro Pernambuco. *Alcoolismo problema de saúde pública*. Como também SILVA, Pacheco. *A luta antialcoólica in Revista de Higiene e Saúde Pública*. P.35 e *Palavra de Psiquiatria*. P. 455. Faculdade de Saúde Pública. São Paulo. 1950 e 1954.

²¹⁸ Sobre esse assunto cf. NETO, Lira. *Maysa só numa multidão de amores*. Op. cit. p. 126.

²¹⁹ O Cruzeiro, 08 de janeiro de 1958.

Foi através de reportagens e imagens publicadas em jornais, revistas, sites e livros, como também nas próprias letras de canções compostas ou interpretadas pela artista que ficaram visíveis as características que marcaram a carreira e a vida da cantora.

Maysa passou a ser ídolo²²⁰ através de sua linguagem verbal, corporal e musical. Foi na relação de empatia com sua figura, em evidência na mídia que a identificação do público aconteceu. Para Campbell:

“quando se torna modelo para a vida dos outros a pessoa se move para uma esfera que se torna passível de ser mitologizada”²²¹.

Triste, sedutora e bela, Maysa teve sua vida mergulhada em vícios, desamores, *glamoures* e sedução e seu arquétipo²²² trouxe as marcas do período o que possibilitou a leitura a contrapelo, feita através do brilho da felicidade dos “Anos Dourados” que para muitos foi tão infeliz, sem deixar de ser glamourosa e sedutora. A carreira da cantora cruzou-se com esses anos suntuosos, mitificando-a naquele contexto.

“A sedução ocorre quase que sem exceção no plano espiritual, nunca no físico, mas no plano das idéias, das emoções, das crenças, justamente porque ela, a sedução, se alimenta desse seara fértil que é onde estão o “sentir”, o desejo. Dessa forma ao se discutir a sedução não se está relacionando-a erotismo que busca mais a recompensa física, o toque, até mesmo o lascivo”²²³.

Assim, deu-se o canal de comunicação (projeção-identificação) que levou Maysa a ser representante da infelicidade, da nostalgia, da sedução e do desamor. As letras das canções, falam explicitamente sobre as relações de homens e mulheres estigmatizados socialmente no período como seres sozinhos.

Com o auxílio dos autores citados no rool bibliográfico como: Synval Beltrão Junior, Affonso Romero de Santanna, Valter Krausche, Paulo Eduardo Lopes, Maria Izilda

²²⁰ Ídolo – adoração do símbolo (objeto, imagem ou personagem) ligado a idolatria, envolvendo o místico que está relacionado com a magia, ou seja, sedução. Compreende-se por magia o fascínio e o encantamento que levam ao envolvimento não racional, extremamente atraente. A definição comum sobre magia se refere a arte ou ciência oculta com que se pretende produzir efeitos e fenômenos contrários a natureza. Cf.LELAND, Charles G.. *Magia Cigana*. São Paulo. Bertrand Brasil. 1993.

²²¹ CAMPBELL, op.cit.p.136.

²²² A palavra arquétipo tem sentido na teoria psicanalítica de Jung. Segundo o autor “os arquétipos são disposições hereditárias que fazem parte do inconsciente coletivo e que se exprimem sob a forma de imagens ou mitos” cf. Jung. C. G. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Volume I. Rio de Janeiro. Vozes. 200.pp.94-96.

²²³ MIQUELIN, op.cit.p.23.

Santos de Matos, Ernest Schurman, Luis Tatit, entre outros, foi feita a análise das letras das canções que trazem narrações sobre os relacionamentos infelizes.

“a música sempre teve participação ativa no social, como reflexo de costumes e como crítica dos mesmos. E um dos temas mais desenvolvidos na música popular é a mulher, seja como o ser amado, ou ser criticado, ou ser desprezado, ou ser desejado”²²⁴.

A imagem da mulher nas canções populares brasileiras apareceu marcada pelo discurso masculino e machista, decorrente da herança cultural patriarcal brasileira que tem suas raízes fincadas nas culturas greco-romanas e judaico-cristãs. No caso das letras de canções analisadas neste trabalho a voz de uma mulher que foi compositora e cantora foi bastante significativa porque expôs seus sentimentos em uma época em que a maioria dos compositores e cantores foram homens.

Embora fosse apreciável à época a presença das artistas como Nora Ney, Helena de Lima, Elizeth Cardoso, Sylvinha Telles, Dolores Duran, Aracy de Almeida e Linda Batista entre outras catalogadas pelo jornalista Arley Pereira de “vozes noturnas”²²⁵ nas revistas da época.

As “estórias” que foram cantadas e vividas nas rodas boêmias paulistanas e cariocas espalharam-se através das ondas das rádios e faixas dos Lps pelas “boemias”, a nível nacional e internacional.

“a canção promove a remotivação constante dos componentes próprios do discurso oral...Durante essa operação, a relação sujeito / objeto vai sendo reproduzida na letra, na melodia, e demais recursos musicais, ora através do contato de uma dimensão extensa, ora através do contato de elementos vizinhos, mas sempre em função do estreitamento dos laços entre expressão e contato”²²⁶.

Para muitos críticos Maysa foi considerada uma mulher de vanguarda que enfrentou os preconceitos e normas de seu tempo, época em que apresentar-se em bares e boates era uma atividade predominantemente masculina ou para mulheres rotuladas como “da vida”, “avançadas”, “despudoradas”, “liberais” mas no seu íntimo Maysa estava à procura de um amor que pudesse livrá-la da “courageira” da tristeza, não era uma “Cinderela às avessas” só pelo fato de romper um casamento com um membro da tradicional família Matarazzo, era

²²⁴ JUNIOR, Synval Beltrão. *A musa mulher na canção brasileira*. São Paulo. Estação liberdade. 1993.p.13.

²²⁵ Sobre esse assunto cf. LOGULLO, Eduardo. *Meu Mundo Caiu*. Op. cit. p. 82.

²²⁶ TATIT, Luis. *Semiótica da canção, melodia e letra escrita*. 2 ed. 1999. p. 45.

sim uma mulher belíssima em busca de um amor que não lhe trouxesse desencantos. As fontes analisadas e os autores consultados dão condições de interpretar as narrativas cancioneiras a partir desse enfoque.

Pelas canções e imagens, os perfis de Maysa trazem arquétipos que ao mesmo tempo se contradizem e se complementam.

Ela foi vista como mulher à frente de seu tempo liberada e de muitos amores mas no íntimo era frágil, feminina e esperava viver um grande amor.

Ao viver o mundo boêmio procurou incansavelmente o amor, quando não o encontrou ou perdeu, permitiu experimentar os prazeres da noite em função do desprazer do desamor.

“Quando as primeiras estrelas
No céu aparecem a piscar
Sei que estão rindo de mim
Por ainda esperar o amor
Que a noite levou para longe de mim”²²⁷

Ou

“Se chegue tristeza
Se sente comigo
Aqui nesta mesa de bar
Beba do meu copo
Me dê o seu ombro
Que é para eu chorar
Chorar de tristeza
Tristeza de amar”²²⁸

Com o auxílio analítico de Boris Kossoy, Maria do Pilar Araújo, Roland Barthes e Ana Maria Costa de Oliveira como também Modesto Farina e Luciano Guimarães entre outros autores citados na bibliografia, foi feita a leitura visual de algumas imagens de

²²⁷ Rindo de mim. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

²²⁸ Bom dia Tristeza. Composição Adoniran Barbosa e Vinicius de Moraes. Gravação Maysa. 1956.

domínio público da cantora Maysa na década de 50, encontradas em revistas, capas de discos, sites, e no arquivo particular de Thais Matarazzo Cantero.

Os olhares, os gestos, enfim as expressões dizem muito sobre a nostalgia, a infelicidade e o desamor, carregados de *glamour* e sedução, arquétipos que foram constituídos visualmente através das imagens da cantora.

“Um arquétipo é uma forma de pensamento ou de comportamento, um símbolo das experiências humanas básicas, que são as mesmas para qualquer indivíduo, em qualquer época em qualquer lugar. Sendo resultado de uma experiência que foi repetida durante muitas e muitas gerações, os arquétipos estão carregados de uma forte emoção, que Jung chama de “energia”. Essa energia lhes dá o poder de interferir no comportamento do indivíduo e da coletividade”²²⁹.

A afirmação é pertinente para encaminhar a análise das imagens e das canções que trazem a energia da sedução e do desamor elementos que envolveram a vida pessoal e artística de Maysa.

²²⁹ JUNG, C. G. *O homem e seus símbolos*. in. MENDES, Mariza.T.B. *Em busca dos contos perdidos. O significado das funções femininas nos contos de Perrault*. São Paulo. Unesp. 200.p.35.



Imagem: 34. Fonte: LIRA, Neto. Op. cit. Caderno de imagens. P. 5. Maysa Casamento 1954.

Na imagem em preto e branco Maysa posou para as lentes dos fotógrafos, uma recordação particular do seu álbum de casamento, essa foto também foi utilizada como imagem de domínio público, encontrada em revistas e jornais do período.

Aos dezessete anos se casou com todo o *glamour* e pompa que uma moça devia desejar na época. As poses e o estilo fotográfico retratam toda a feminilidade, beleza e decoro dentro dos padrões morais pré-estabelecidos.

Ao se casar de vestido branco de cetim, véu, grinalda de cinco metros e *bouquet* de orquídeas na Igreja Católica, Maysa cumpriu o destino desejável à todas as moças de boa família da época.

“(...) às 17h30 do dia 24 de janeiro de 1954, Maysa Monjardim e André Matarazzo ajoelharam-se aos pés do suntuoso altar da Catedral da Sé, em São Paulo, igreja que após quatro décadas de reforma havia sido inaugurada no ano anterior, para as comemorações do IV Centenário da capital paulista. O cardeal Dom Carlos Carmelo de Vasconcelos Motta, arcebispo de São Paulo e responsável pela celebração da cerimônia, leu uma mensagem aos noivos enviada de Roma com assinatura do papa Pio XII (...) formando condigna moldura à juventude e à formosura da noiva, o templo mostrava-se todo ele largamente ornamentado de angélicas entretecidas de alvos antúrios (...) Por entre os delicados renques e molhos de flores, a noiva, conduzida por seu pai, encaminhou-se para o altar, enfeixando nas mãos orquídeas nacaradas de rara beleza. De cetim italiano branco, com vagos reflexos cinzas, era o seu vestido nupcial, que aliava ao brilho natural a fulguração macia e constante de pérolas e lantejoulas, diziam ainda os jornais, que registraram a presença de convidados ilustres, a exemplo do governados do Estado, Lucas Nogueira Garcez, e, é claro, de toda a família Matarazzo, além de outros sobrenomes quatrocentões que compõe a fina flor da alta sociedade paulistana”²³⁰.

A cerimônia foi realizada na Catedral da Sé, o maior templo Católico da cidade de São Paulo que seria reinaugurado no dia seguinte em vinte e cinco de janeiro de 1954, data do IV Centenário da cidade. As núpcias de Maysa e André Matarazzo anteciparam, como foi permitido à vontade dos poderosos Matarazzos, a oficialidade do evento do aniversário da cidade. Após a cerimônia religiosa, no luxuoso *Buffet* Copacabana localizado na Rua Cônego Eugênio Leite, 317, os convidados aguardaram o casal, no cardápio além de água e finas bebidas, champanhe e caviar foram servidos.

²³⁰ NETO, Lira. *Maysa só numa multidão de amores*. Op. cit. p. 58.

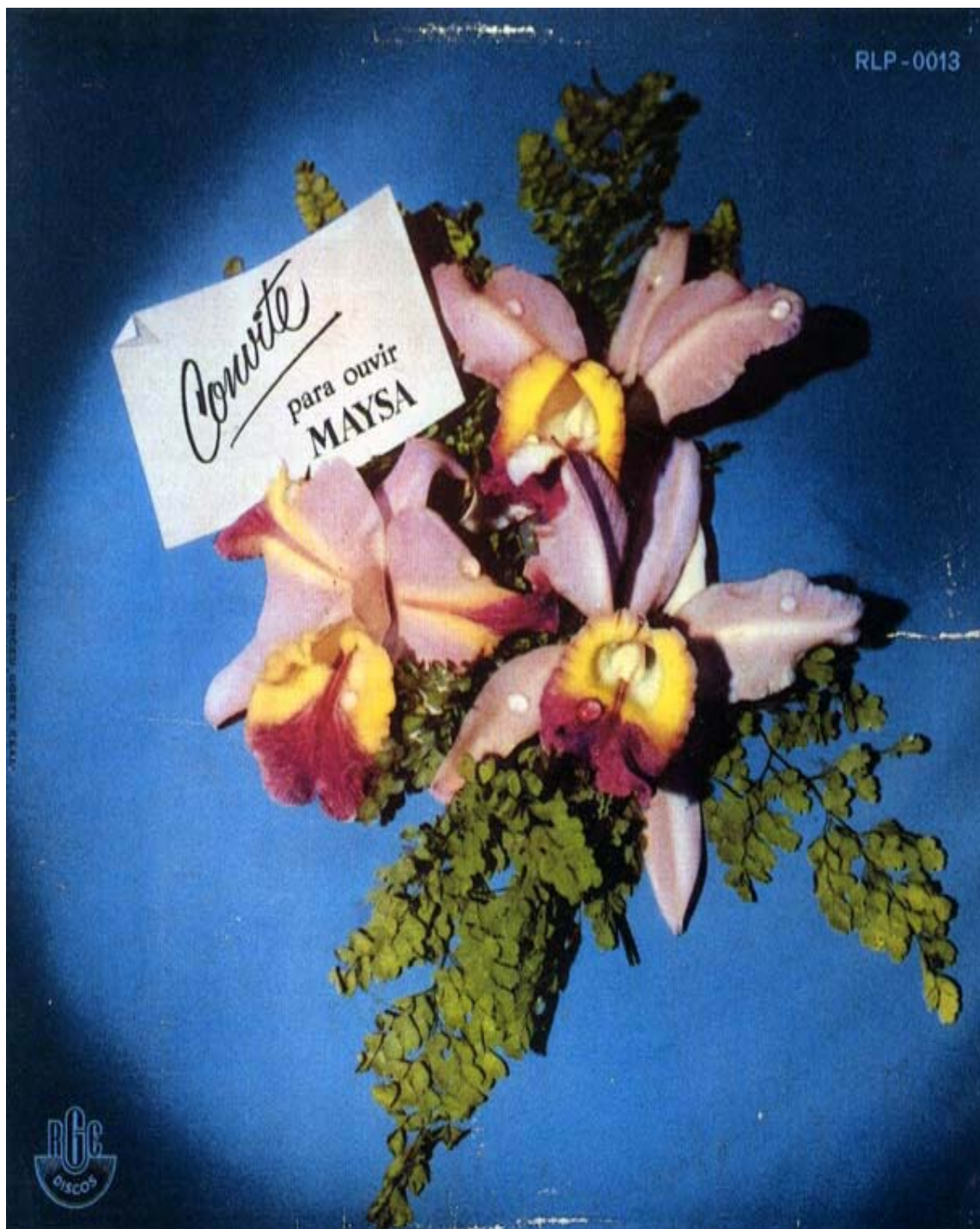


Imagem: 35. Fonte: Capa LP Convite para ouvir Maysa. 1956. Acervo particular da pesquisadora Thais Matarazzo Canteiro.

Em contraste com a imagem anterior de uma noiva feliz a capa do primeiro disco da cantora gravado dois anos após seu casamento com André Matarazzo traz um arranjo de orquídeas na tonalidade rosa mesclada de vermelho e amarelo, orvalhadas sobre o fundo azul, junto a ele há uma espécie de cartão de visita com o título “Convite para ouvir Maysa”, os títulos das canções que compõe o LP demonstram uma mulher marcada pelo sofrimento são eles: Marcada, Não vou querer, Agonia, Quando vem a saudade, Tarde triste, Resposta, Rindo de mim e Adeus.

O azul traz a afetividade e o amor profundo associado ao verde das folhas. O rosa expressa a feminilidade que somado ao amarelo e ao vermelho traz o significado de um estado emocional ansioso, sonhador e apaixonado.

Nesta época Maysa já demonstrava insatisfações com o seu casamento, a letra da música “Marcada” o abre alas” do seu primeiro disco expressa aquilo que Maysa estava sentindo e que se oficializou com o desquite em 1958.

"... Sofrendo calada
Chorando sozinha
Trazendo comigo
A dor que é só minha
Procurro em vão na fantasia
Um pouquinho só de alegria..."²³¹

²³¹ Marcada. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.



Imagem: 36.Fonte: Acervo do Jornal Última Hora. 1956. in LOGULLO, Eduardo.op.cit.Caderno de Imagens.p.6.

Na época no jornal Última Hora saiu uma foto da cantora ouvindo o seu próprio disco na viola *hi-fi*, o seu semblante expressa tristeza e insatisfação.

Todo o repertório das canções do primeiro disco como dos outros que seguiram a carreira de Maysa trazem a temática do sofrimento, da saudade e do desamor.

“Vou vivendo esta vida
Curtindo essa dor
Eu só quero que um dia
Tu possas saber
O que é o amor”²³²

As canções e as imagens de domínio público passaram a compor o arquétipo da mulher que foi mal amada e infeliz, apesar de ter sido bela e sedutora.

Em sua figura é possível encontrar tristeza, beleza e *glamour* como na imagem seguinte.

²³² Quando vem a saudade. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

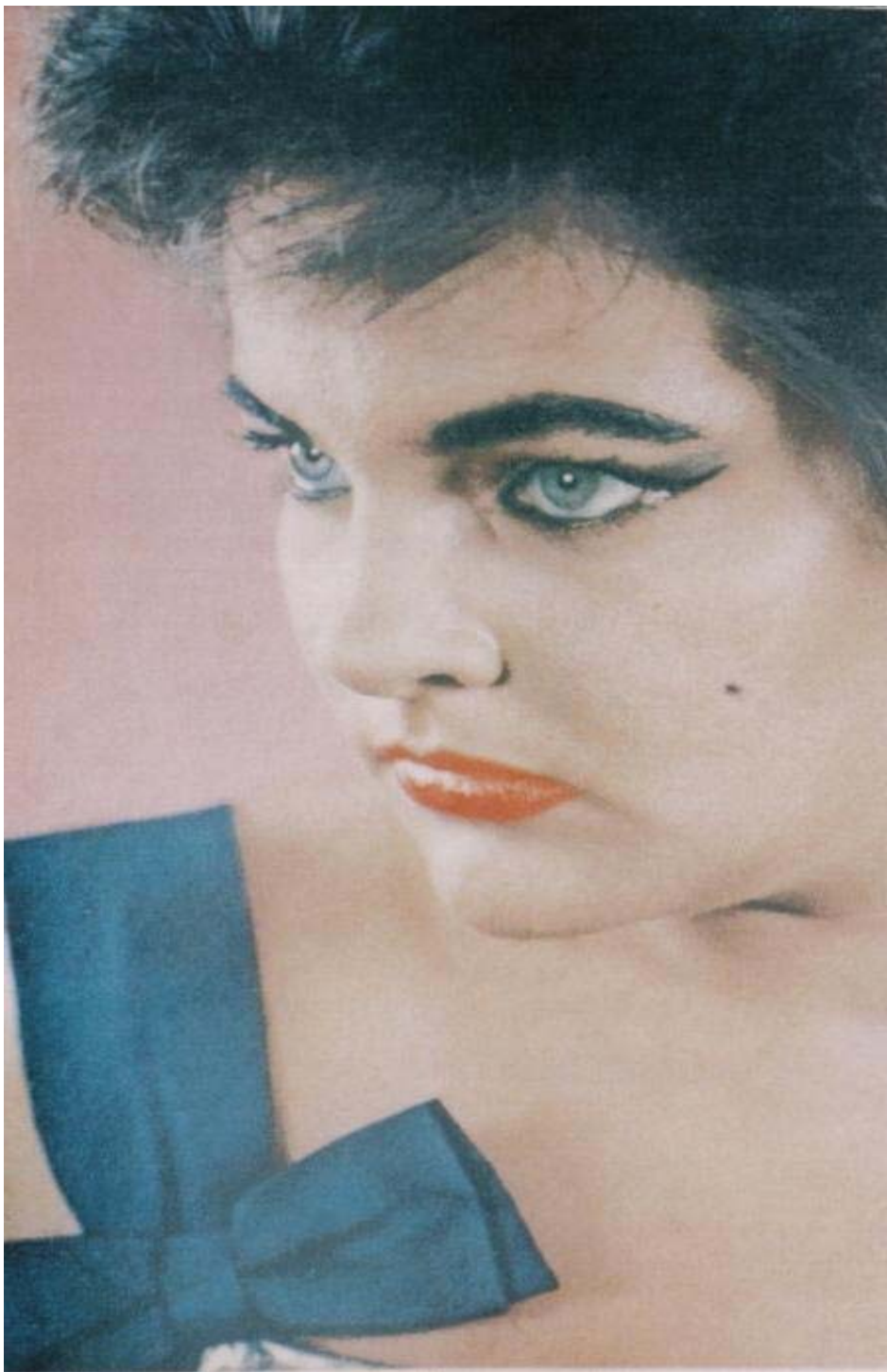


Imagem 37. Fonte: Acervo particular da pesquisadora Thais Matarazzo Cantero. Maysa 1957.

Novamente as cores azul e vermelho são destaques na imagem que demarcam o amor, a paixão e feminilidade. A expressão da cantora é ao mesmo tempo sedutora e infeliz demarcada pelos olhos expressivos, pela face e pelos lábios que traduzem o semblante sofrido. Manuel Bandeira escreveu:

“Meu Deus como os olhos de Maysa podem ser sérios e como a boca de Maysa pode ser amarga”²³³.

Com os olhos bem delineados pela maquiagem o olhar expressa ao mesmo tempo a tristeza e a sedução. Os olhos da cantora despertou até mesmo a atenção do poeta Manuel Bandeira que disse: *Os olhos de Maysa são dois oceanos não pacíficos*²³⁴. Eles se tornaram uma logomarca da cantora como na capa do disco “Convite para ouvir Maysa número três”, demonstrada na página seguinte.

²³³ BANDEIRA, Manuel. In LIRA. op. cit. p. 53.

²³⁴ Idem, ibdem.

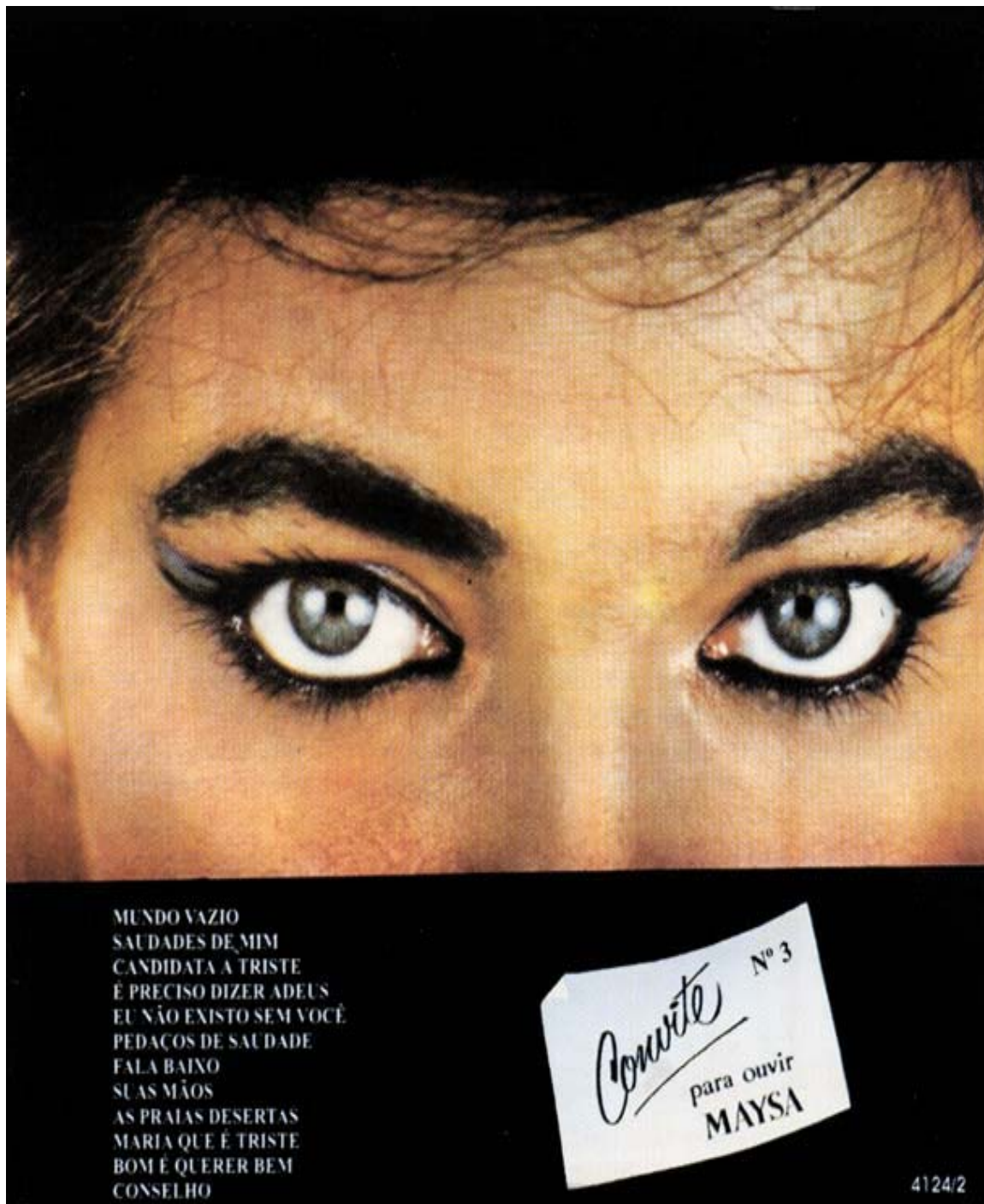


Imagem 38. Fonte: Capa LP Convite para ouvir Maysa nº 3. 1958. Discoteca Centro Cultural Vergueiro. São Paulo.

A cor negra é predominante na imagem da página anterior que somada aos títulos das canções como: Mundo vazio, Saudade de mim, Candidata a triste, É preciso dizer adeus, Eu não existo sem você, Pedacos de saudade, Fala baixo, Suas mãos, As praias desertas, Maria que é triste, Bom é querer bem, e Conselho, traduzem explicitamente a tristeza, a dor, a melancolia, a angústia, enfim a carência e o desamor. Mas apesar desses elementos existe a presença da beleza e da sedução expressas no olhar da cantora o que marcou o seu perfil e permitiu que os “outros” entrassem em sua alma.

Foram os olhos de Maysa janelas e portas de entrada para a intimidade dos sentimentos. Segundo Beatriz Sarlo sobre a linguagem do olhar:

“A expressividade do olhar empresta uma dimensão ambígua à mensagem, na medida em que, ao ser expressivo, o olhar alude a um mundo de sentimentos, desejos e paixões que não estão nos próprios olhos, mas num mais além, num dentro”²³⁵.

Assim os olhos de Maysa foram comparados a beleza do azul oceânico pelo poeta Manuel Bandeira, embora o olhar em nada fosse pacífico, aos olhos de Maysa a vida tinha um certo sabor de desgosto como nos versos de *Meu Mundo Caiu*.

“Meu mundo caiu
e me fez ficar assim
Você conseguiu e agora diz
que tem pena de mim...”²³⁶

²³⁵ SARLO, Beatriz. *A trivialidade da beleza*. In LOGULLO, Eduardo. *Meu Mundo Caiu*. Op. cit. p. 33.

²³⁶ *Meu Mundo Caiu*. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1958.

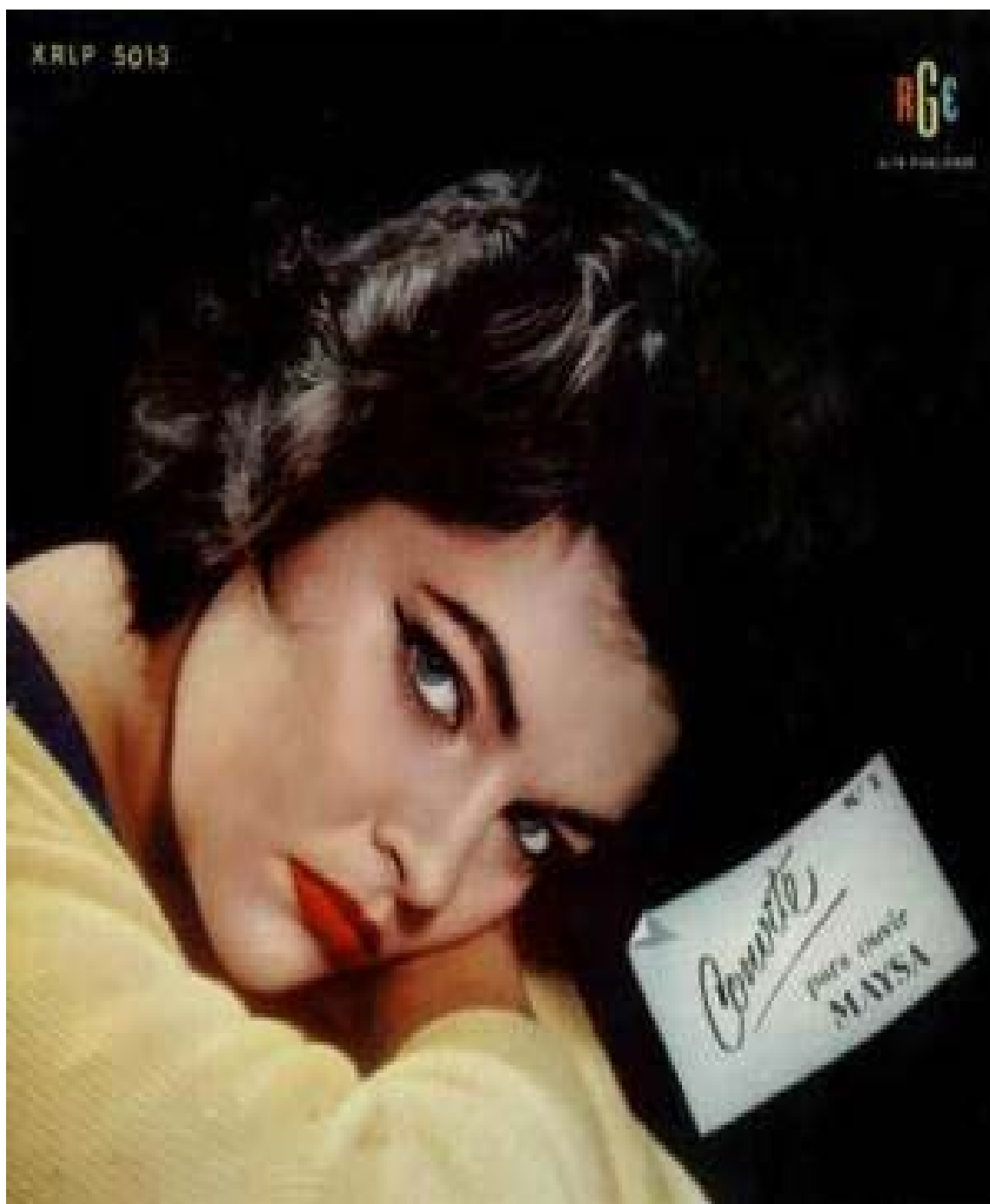


Imagem: 39. Fonte: Capa LP Convite para ouvir Maysa n° 2. 1958. Discoteca Centro Cultural Vergueiro. São Paulo.



Imagem 40. Fonte: Capa LP Convite para ouvir Maysa nº 4. 1959. Acervo particular da pesquisadora Thais Matarazzo Cantero.

As capas dos discos número dois e número quatro expostas nas páginas anteriores trazem respectivamente em evidência o preto e o amarelo que juntos expressam a espera e a tristeza como no LP “Convite para ouvir Maysa” número dois, já o azul e o amarelo no LP “Convite para ouvir Maysa” número quatro traduzem o amor e a espera.

O vermelho demarca no primeiro caso os lábios e no segundo caso a roupa da cantora expressando feminilidade e paixão.

Em ambas as imagens a fisionomia de Maysa é triste e marcada por uma melancolia profunda que aparece em sua voz e na melodia das canções como no LP número três que traz os seguintes títulos: Meu mundo caiu, No meio da noite, Bronzes e cristais, Por causa de você, Bom dia tristeza. Já no número quatro Maysa cantou: Você, Pelos caminhos da vida, Amargura, Tema da meia noite, Noite de paz, Deserto de nós dois, Toda tua, Outra vez e Ouça.

Na primeira fase da carreira Maysa deu como título aos seus LPs “Convite para ouvir Maysa” apelando para que sua voz amargurada fosse ouvida, era quase um clamor em meio ao desespero.

Todas as canções desta fase como outras possuem temas de amarga tristeza que ela cantava com sua voz rouca e sedutora.



Imagem 41. Fonte: Capa revista Manchete. 12 de maio de 1957.

Na capa da revista *Manchete*²³⁷ exposta na página anterior o close no rosto de Maysa apresenta a cantora de forma bela e sedutora, bem maquiada e com jóias, mas glamorosamente triste.

O título da reportagem do lado esquerdo da imagem traz “Maysa Matarazzo: multimilionária vira cantora popular”. A chamada da reportagem era um enfoque chamativo sobre a questão de uma mulher rica que enveredou para a carreira artística, e esteve no auge da fama nesta década após o término de um casamento infeliz em agosto de 1957, desquitando-se oficialmente em 1958.

O jornalista Oswaldo Miranda chamou atenção para as letras de canções compostas e ou cantadas por Maysa. Segundo ele sobre os sambas-canções:

“Todos encerram uma tristeza, todos dizem de um amor frustrado, todos são sambas feitos assim em estilo dor-de-cotovelo”²³⁸.

Três meses após a reportagem da revista *Manchete* a imprensa declarou oficialmente o fim do casamento de Maysa.

“E a arte venceu, Maysa preferiu o desquite. Morre um romance. Nasce um artista”²³⁹.

O conjunto das fotografias da época traz Maysa como mito que personificou a solidão e o desamor. As imagens demonstram o perfil que a tornou uma “deusa”²⁴⁰ do universo da busca pela felicidade através do amor e que, ao mesmo tempo, demonstrou um modo muito próprio de ser infeliz, carregado de nostalgia, beleza e sedução, revelando-se um referencial para o mal de amor.

Uma das definições de mito remete-nos a idéia de uma narrativa que serve de modelo conforme afirma Roland Barthes:

“Mito é uma fala, não uma fala qualquer, e sim uma mensagem formada por um conjunto de elementos que tornaram forma e passam a ser representações”²⁴¹.

²³⁷ Revista *Manchete*, 12 de maio de 1957.

²³⁸ Jornal *Folha da Tarde*, 19 de agosto de 1957.

²³⁹ Jornal *Ultima Hora*, 01 de setembro de 1957.

²⁴⁰ “Um deus é a personificação de um poder motivador ou de um sistema de valores que funcionam para a vida humana e para o universo”. In CAMPBELL, Joseph. *O poder do mito*. São Paulo. Palas Athena, 1993. p. 140.

²⁴¹ BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro. Difel. 1978.p.124.

Portanto, o mito Maysa trouxe consigo a confiança em um ideal procurado, para homens e mulheres que precisavam de um referencial que representasse a busca pelo amor através de um encontro e que tiveram um casamento e um romance fracassado. Eles puderam encontrar a referência em Maysa, através da sedução que permeou sua bela figura artística pelas imagens e pelas canções que produziram uma mensagem que relacionava mito e sedução.

“A linguagem da sedução ritualiza o seu próprio modo de ser e acontecer. É o mito falando e principalmente, ordenando e direcionando o desejo. É a conquista que não visa a simples concretização do desejo, mas reverencia o seu próprio valor de ser capaz de seduzir”²⁴².

É bastante pertinente a colocação da autora ao relacionar sedução e mito, pois, se o mito é uma fala que transmite uma mensagem marcante ele permite que as pessoas encontrem nele elementos que representem suas sensações e sentimentos.

Por isso, a narrativa mitológica precisa ser atraente e provocar sensações que possibilitam a identificação entre a realidade e o significado que se busca.

“No caso da sedução, o espelho que a sedução nos oferece é também muito mais que um objeto que reflete, ele também proporciona como que uma porta de entrada a nosso mundo interior ao mundo proibido do inconsciente onde escondemos de nós mesmos desejos que conscientemente desaprovamos. O espelho usado pela sedução, é, portanto o mito no qual queremos nos espelhar”²⁴³.

Maysa personificou em si mesma a referência da solidão para um período em que houve a dificuldade de se estabelecer relações afetivas.

“É eterna a minha espera...

Se perdem tanto em tantas buscas...

Num cansaço de lutar pelo amor...

Eu vou ficar na vida a tua espera...”²⁴⁴

Nos versos está expressa a espera. O ser amado foi embora, não está declarado o motivo, mas ela o espera eternamente.

²⁴² MIQUELIN, Maria Aparecida Espíndola. *A linguagem da Sedução na publicidade do cigarro*. op.cit.p.13.

²⁴³ MIQUELIN, op.cit.p.34.

²⁴⁴ Bravo. Composição Maysa. Gravação Maysa. S/D.

A imagem da mulher boêmia a frente do seu tempo vai dando lugar ao perfil da mulher que demonstrou carência afetiva.

“...Se todos fossem iguais a você
Que maravilha viver
Uma canção pelo ar
Uma mulher a cantar
Uma cidade a cantar
A sorrir, a cantar, a pedir
A beleza do amor
Como a flor, como o sol, como a luz
Amar sem mentir, sem sofrer
Existiria a verdade
Verdade que ninguém vê
Se todos fossem no mundo iguais a você”²⁴⁵

De forma idealizada, o amor e o ser que representa esse sentimento, estão descritos na narrativa. Ao encontrar o verdadeiro amor no ser amado, a letra da canção assemelha-se às fábulas, onde a vida é maravilhosa e bela, e até mesmo os elementos da natureza trazem significados extraordinários.

Mas esse amor verdadeiro, que supõe-se encontrar, é algo que ninguém vê, pois está na idealização e na dependência do outro, conforme aquilo que Giddens²⁴⁶ chamou de relacionamento co-dependente/fixado já explicado no segundo capítulo.

Enquanto o ser idealizado não vem, restava-lhe o sofrimento, a tristeza, a saudade, a espera e a procura, pois somente ele era capaz de salva-la das sensações do aprisionamento sentimental que a ausência do amado pode causar. Segundo a canção:

“Tarde triste me **recorda** outros tempos
Que **saudade**, que **saudade**
Vivo só num turbilhão de pensamentos

²⁴⁵ Se todos fossem iguais a você. Composição Vinícius de Moraes e Antônio Carlos Jobim. Gravação Maysa.1959.

²⁴⁶ GIDDENS, Antony. Op. cit.

De **saudades**, de **saudades**...

Tarde triste, noite vem já descendo

Eu sozinha, sofrendo”²⁴⁷ (grifo nosso)

Como foi observado nas imagens e nas canções analisadas, Maysa, apesar de sedutora e bela, também demonstrou a tristeza e a espera. Ao contrário das figuras femininas das propagandas explicitamente retratadas sempre acompanhadas em festas, restaurantes, passeios ou em situações onde a presença masculina foi evidente, a figura da mulher nas canções está sempre reclamando da solidão. Em seu diário pessoal Maysa escreveu:

“Há gritos incríveis dentro de mim que me povoam da mais imensa solidão”²⁴⁸.

Maysa vive um drama dizia a reportagem da própria revista *Manchete*²⁴⁹, e também que ela foi alvo de tratamento psicoterápico a base de antidepressivos e de uma rigorosa desintoxicação alcoólica. Era uma inadaptada, precisava por isso segundo os médicos ser submetida ao tratamento, pois até mesmo várias tentativas de suicídio a imprensa registrava.

“Naquele mês, a Última Hora trouxe um pretense perfil psicológico de Maysa, assinado pelo médico que o jornal apresentava aos leitores como sendo um notável psiquiatra. O texto fazia um arremedo de teoria freudiana para concluir que Maysa era um caso clínico. Uma mulher contra o mundo, foi o diagnóstico do Dr. T., que analisou a cantora tomando por base a forma como ela se apresentava diante das câmaras de televisão. A gravidade da voz e o tipo de canção preferido por Maysa dizem do traço melancólico, marcante, de sua personalidade. A parte nasal, com o abrir e fechar das narinas em inspiração profunda revela idêntico sintoma. A expressão dos lábios, com o movimento para baixo, exime comissuras reveladoras de desdém. O psiquiatra sugeria que a tristeza de Maysa era patológica e que a moça estava necessitando, imediatamente, de tratamento profissional adequado. Em resumo, era uma criatura perturbada”²⁵⁰.

O arquétipo de Maysa como um ser solitário serviu de molde estrutural para o comportamento de homens e mulheres inadaptados nos anos 50.

²⁴⁷ Tarde triste. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1957.

²⁴⁸ NETO, Lira.op. cit. p. 112.

²⁴⁹ Idem.

²⁵⁰ Idem. Ibidem.

Maysa foi modelo que aproximou-se da realidade amorosa vivida por muitos boêmios e procurou nos prazeres da noite, nas rondas, nos bares, um alguém para amar e um trago para esquecer um grande amor.

As canções externalizam que o significado de amar nos anos 50 esteve ligado ao sofrimento. Assim esse sentimento foi encontrado, não somente nas letras da cantora e compositora eleita para análise, mas também em outros intérpretes como: Dolores Duran, Lupicínio Rodrigues, Nora Ney, Silvia Telles, Antonio Maria, Elizete Cardoso, Agostinho dos Santos, Ângela Maria, entre outros. Esses sujeitos viveram pelos bares, passaram as noites em claro, conheceram gostos e desgostos raros, provaram da fama e por fim expressaram o brilho da infelicidade.

3.2 – O brilho da infelicidade

Ao realizar este trabalho as aparências fabulosas, os estilos glamourosos, o brilho da época dourada foi radiante, envolvente e sedutor.

Por outro lado foi encontrado naquele momento sujeitos frustrados no amor com discursos que desabafaram a angústia, o medo, a solidão e a falta de amor. A infelicidade se tornou tão nítida e chegou a brilhar.

Esse brilho não foi exclusividade da época, artistas de períodos anteriores e também posteriores tiveram suas vidas pessoais e artísticas envolvidas com as drogas, incluindo remédios e álcool.

“Com relação a outros tipos de drogas, como a morfina, ou o éter, seu uso também parece pontual até a década de 1950 (...) A morfina por exemplo, era destilada do elixir paregórico. Os Meira serviam os artistas e envolveram Orlando Silva na fase áurea de sua carreira, no início dos anos 40. Orlando decaiu logo depois, e segundo os estudiosos, nunca mais alcançou o rendimento artístico dos primeiros anos”²⁵¹.

Estudos sobre o cantor afirmaram que Silvio Caldas foi parceiro de Orlando Silva também no consumo de morfina, álcool e outras drogas.

As narrativas das canções que foram analisadas não expressam o uso de drogas ilícitas, divulgando apenas o uso do álcool, mas sabe-se que outros tipos de substâncias foram encontradas nos bares boêmios em diferentes épocas.

²⁵¹ LENHARO, Alcir. *Cantores do rádio. Trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo*. op.cit.p.21. Vale ressaltar que os irmãos Meira eram os produtores e traficantes do meio artístico.

Nos anos 40 e 50 a vida pessoal dos artistas confundia-se com suas carreiras, os escândalos amorosos e as tragédias que envolveram seus nomes, pareciam dar inspiração para seus próprios desabafos. O que era íntimo e pessoal tornava-se público nas canções, como também nas imagens perfiladas através da cultura industrial/de massa que reproduziram as “estórias de amor” dos outros.

“Sozinho quem canta, supera sua solidão, ainda pode escutar, fruindo duplamente, com o aparelho fonador e o auditivo, aqui e agora. Mas é bem provável que alguém cante para o outro ouvir, seja apenas um ou numeroso público atingido pela vocalização, quem escuta também sente prazer: emissores e receptores, de formas diferentes, no canto acabam se encontrando, e tal ato de comunicação às vezes vira comunhão”²⁵².

Na relação de projeção e identificação que a autora definiu como comunhão, os cantores que narraram sobre o desamor na sociabilidade boêmia fizeram fama e brilharam com suas cantorias infelizes, mas amorosas.

“Garçom, apague essa luz...
Garçom, me deixe comigo, que a mágoa
que eu tenho é minha, quantos
estão pelas mesas, bebendo tristeza,
querendo ocultar
O que se afoga no copo, renasce na alma, desponta no olhar...
Bar, tristonho sindicato de sócios da mesma dor
Bar que é o refúgio barato dos fracassados do amor”²⁵³

A própria narrativa reproduz o discurso de muitos que estiveram na mesma condição da personagem e que compartilharam de suas experiências no bar, “sindicato de sócios de mesma dor”. As canções serviram como divulgadoras desse tipo de vivência.

Ao comunicar uma mensagem, as canções expressaram uma condição emocional e produziram sensações naqueles que as receberam e que por isso, identificaram-se a elas naquele tempo. Embora os discursos emitidos por essas narrativas ultrapassassem a temporalidade na qual foram produzidos.

²⁵² ROSSI, Mirian. Deise. *O amor na canção uma leitura semiótico-psicanalítica*. São Paulo. Educ. p.9.

²⁵³ Bar da Noite. Composição Ataroldo Barbosa e Bidu Reis. Gravação Nora Ney. 1953.

“A música de sucesso não emerge do nada, (...) As músicas (os relatos das letras) indicam uma imagem desta sociedade, que tem por experiência pode-se dizer falar extensiva e intensivamente sobre seus sentimentos. É preciso perseguir também os elementos sociais que dão corpo a estes símbolos. Neste sentido, a relação entre a imagem do amor e a sociedade em questão não se dão como simples casualidade”²⁵⁴.

Como mitos, os artistas, de modo geral, são modelos fixadores e instigadores de modos e comportamentos. Vejamos um exemplo daquela época sobre Nora Ney:

“Nora sempre percebeu que um público cativo tem acompanhado sua carreira com mais carinho e intensidade: São grupos de estigmatizados sociais: prostitutas, homossexuais, presidiários que buscam conforto psicológico na experiência de vida da cantora e em suas gravações musicais (...) a arte da cantora provocava fortes ressonâncias... com certeza sintonizados com a experiência de vida da cantora”²⁵⁵.

Os grupos apresentados acima certamente foram, e ainda são demarcados por “estórias” de amor sofridas e carregadas de passionalidade, solidão, desilusão e saudade, necessitando de refúgios para acomodarem a agitação provocada pelo desamor.

“Refúgio em bares e boates discretamente iluminados (...) poesias e sambas-canções arrebatados de paixão, tudo isso dito e cantado em sussurros, regados a whisky e cocaína e a celebração de amor impossível e da fatalidade da solidão”²⁵⁶.

Ao realizar esse estudo, foi possível observar que em várias temporalidades o uso das drogas esteve presente dentro e fora do espaço da boemia, serviram de lenitivos para a dor.

“Quando não há amor há vinho, quando não há vinho há o fumo; e quando não há o amor, nem o vinho, nem o fumo, há o “spleen””²⁵⁷.

O que seria o “spleen”? Outra droga? O escape? O devaneio? Compreende-se que era algo que irradiava brilho, satisfazia anseios, fazia ficar suportável a realidade, essa que carregou pelo tempo a analgesia, a euforia, a anestesia, o prazer e sobre tudo a dor.

“Depender de alguma coisa para ser feliz é talvez o mais sofisticado pretexto que se conhece para mergulhar no pior sofrimento que o homem inventou para si mesmo. Descobrir o significado de uma dependência psicológica, olhar para dentro e perceber o que está se processando na própria mente, pode ser a contrapartida do pesadelo em que milhares estão mergulhados. Como em toda crise humana, no inferno da dependência está escondido,

²⁵⁴ LENHARO.op.cit.p.108.

²⁵⁵ Idem.

²⁵⁶ LENHARO.op.cit.p.109.

²⁵⁷ FONSECA, Guido. *O submundo dos tóxicos*.op.cit.p.31.

sob a angústia, a depressão, o medo e o desespero, a porta que leva à realidade, e que dá acesso antes à fonte da dor e do medo, ao começo de um aprendizado que não termina jamais”²⁵⁸.

Ao estudar a relação entre doença, prazer e dor ficou nítido que sempre faltava algo para os seres humanos, por isso, o destino humano estava delineado pela insatisfação que por sua vez proporcionava a busca.

A psicanálise, retomando Freud, diz que uma das aspirações humanas que jamais vai ser realizada por completo é a felicidade absoluta, que os humanos podem encontrá-la fragmentada, em pedaços, *flashes* e momentos, instigando os a buscá-la cada vez mais.

Os usuários de qualquer tipo de droga, dependentes químicos ou não, da mesma forma estão nessa busca e o “prazer” imediato encontrado nas substâncias evidencia o quanto os drogados não são felizes, pelo simples fato de acreditarem e sentirem que o álcool, a cocaína, a maconha, o éter entre outras, são poções, fórmulas mágicas para sentir-se bem. Ao sentirem-se bem, continuam usando, abusando, alucinando o seu próprio ser.

“Com ares de gentleman de
traje aprimorado, destacam-se...O
álcool lhes exacerbou o ânimo,
o organismo, o sistema nervoso
vibram intensamente. Mas não basta.
É preciso que experimentem maiores
e mais fortes sensações: a vida do
delírio! Venha a coca!
Sim a coca que anima!
Que ilumina o espírito!
Que acirra desejos.
O sonho”²⁵⁹

²⁵⁸ SOUZA, Percival. *Society Cocaína*. São Paulo. 1981.p.1.

²⁵⁹ Anônimo, escritos deixados no Clube da Morte na década de 20. Em São Paulo entre 1914 a 1921 o vício da cocaína alastrou-se tanto que os usuários se reuniam em bares e cafés para utilizarem a droga, considerado pelo grupo de usuários como um vício elegante tendo até clubes onde os associados se reuniam, entre eles o famoso Clube da Morte localizado no centro da cidade e freqüentado por pessoas da elite paulistana. Finalizada a Segunda Guerra Mundial o uso dessa droga novamente caiu no gosto dos freqüentadores da boemia. Interessante que foi exatamente no entre guerras, final da primeira guerra (1914-1918) e da segunda

No poema escrito na década de 20 também encontra-se os representantes da vida boêmia, foi dessa forma que foram encontrados tantos outros, antes e depois de Maysa, que acreditaram em um modo de obterem o brilho de uma felicidade tão infeliz.

Entre usos e abusos do álcool um outro discurso se fez pertinente: o que diziam os médicos a respeito, em uma época de rígida moral como nos anos 50.

3.3 – O álcool e o alcoolismo: o que dizem os médicos?

Na realização desse estudo ficou extremamente evidente a relação do ser humano com os mais variados tipos de substâncias utilizadas de diversas formas, em diversos lugares e temporalidades, a relação homem – drogas se estabeleceu ora de forma conflituosa, ora “pacífica”.

“O homem quis pois criar o paraíso graças à farmácia , as bebidas fermentadas, tal como um maníaco que substituiu móveis sólidos e jardins verdadeiros por cenários pintados em tela e montados em armações”²⁶⁰.

A citação mostra que a vida dos seres humanos depende da relação de apropriação das dádivas da natureza com o objetivo de transformar seus elementos químicos em algo benéfico. A flora por muitas vezes serviu para aliviar o desconforto do corpo, da mente e da alma.

Os estudos realizados pelo historiador Henrique Carneiro, afirmam que um dos primeiros aprendizados culturais empíricos que o homem adquiriu, foi o de saber manipular as substâncias moleculares das plantas para serem utilizadas como agentes modificadores do processo químico produzido pelo cérebro humano em sua atividade funcional neurotransmissora²⁶¹.

guerra (1939-1945) o período propício para o gozo cocaínômano, exatamente o momento das crises e rupturas.

²⁶⁰ BAUDELAIRE, Charles. In BENJAMIN, Walter. *Haxixe*. São Paulo. Brasiliense. 1987. p. 24.

²⁶¹ Os neurotransmissores são os elementos neurológicos que se localizam dentro dos neurônios e são responsáveis pela transmissão de mensagens sensoriais. Segundo o autor Henrique Carneiro muitas espécies de plantas produzem substâncias molecularmente semelhantes aquelas produzidas pelos neurotransmissores no cérebro humano. Sabe-se que essa afirmação ainda é uma questão a ser discutida e estudada com maior rigor e ainda está sem respostas definitivas. Cf. CARNEIRO, Henrique. Op. cit. P.13. Outra questão importante é que as drogas alteram ou ativam as funções neurotransmissoras, essa alteração química pode

“Existem, atualmente conhecidas cerca de 500 a 700 mil espécies de plantas. Todas têm uma estrutura química peculiar. Cada uma é um verdadeiro laboratório natural a produzir substâncias específicas (...) Porque as moléculas bioquímicas que dão a base para o funcionamento cerebral humano é uma questão ainda sem respostas definitivas (...) Em momentos indetermináveis dessas fases pré-histórias²⁶² a humanidade foi selecionando dentre os vegetais aqueles que eram psicoquímicos”²⁶³.

A ação química dos psicotrópicos é capaz de alterar ou ativar os neurotransmissores, essas substâncias são classificadas em: **Sedativas ou depressoras:** o álcool, os inalantes e os narcóticos (opiáceos); **estimulantes:** a cocaína, o crack, a merla, as anfetaminas, a cafeína, e a nicotina; **os alucinógenos ou modificadores de humor e percepção:** a maconha, os cogumelos, o LSD.

Dentre essas substâncias, entre outras já não tão naturais, como o LSD e o ecstasy, o álcool foi eleito para a realização deste trabalho pelas razões já expostas anteriormente e elucidadas na citação seguinte:

“A história da humanidade nos mostra o prazer constante e geral do homem pelo álcool (...) As bebidas alcoólicas sempre tiveram preferência sobre as outras (leite e água, principalmente) devido ao seu efeito tônico e euforizante, ao alívio que elas trazem para a angústia, paralelamente, a liberação dos recalques (valor dionísio do álcool) desta forma, o gênio do homem se esmerou no preparo de preciosas beberagem destinadas à própria exaltação. Também historicamente o álcool é associado estreitamente aos ritos religiosos (...) podemos constatar sua transmissão até nossos dias através de sua participação tradicional em pequenos ritos privados atuais (cerimônias familiares e públicas (...), brindes). No atual de nossos costumes é inegável que o ato de “beber em conjunto” cria uma solidariedade entre os homens e não seria exagero afirmar que não há festividade que esteja completa sem bebida”²⁶⁴.

A citação expõe dois aspectos bastante significativos a respeito do álcool: O seu valor hedônico e seu prestígio místico. Embora exista um universo de preocupações, de questões e de estudos a serem discutidos sobre a bebida alcoólica nenhum deles foi bastante influente para torná-lo como droga ilícita, apesar dos dados contemporâneos abaixo:

causar a destruição dos neurônios. Sobre esse assunto cf. LONGENNECKER, Gesina. *Como agem as drogas. O abuso das drogas e o corpo humano*. São Paulo. Quark Books. 1998.

²⁶² Segundo Brian Inglis baseado na obra de Sigerest, enumera algumas substâncias já utilizadas na pré história da humanidade como: o ópio, a coca, a quina, a efedrina, a cafeína, a cáscara sagrada, a digitalina, a ipecacuanha, o podofilo, e a escila, próprios da medicina popular/primitiva. Mais tarde descobriu-se a rawolfia (planta que produziu os primeiros tranqüilizantes) e também a penicilina, primeiramente feita de cataplasma de mofo cf. INGLIS, Brian *Alerginógens e cultura*. Fundo de cultura econômica. México. 1980. in CARNEIRO, Henrique. *Filtros, mezinhas e triacas*. Xamá. São Paulo. 1994.

²⁶³ CARNEIRO, Henrique.op.cit.p.13. O conceito de psicoquímica equivale ao conceito de psicotrópico, já trabalhado no primeiro capítulo deste trabalho.

²⁶⁴ BRISSET e BERNARD. *Manual de Psiquiatria*. Atheneu. S/D.p.407.

“As bebidas alcoólicas liberam dopaminas e analgésicos naturais do organismo. Ao ser metabolizado o álcool transforma-se em acetaldeído, que tem forte ação sobre os neurotransmissores, prejudica o aproveitamento das proteínas e interfere no DNA, material genético das células. Mas não para aí compromete ainda, a coordenação motora e libera emoções reprimidas, ao derrubar o superego nossa censura interna. Surge a dependência quando o organismo se adapta ao consumo e as células só funcionam bem na presença do álcool. O uso prolongado pode causar a fatal miocardiopatia (enfraquecimento e disfunção dos músculos cardíacos) e atrofiar o cérebro, provocando a demência senil ou prejuízos na memória e na cognição. O fígado, o órgão encarregado de metabolizar o álcool, fica sujeito a danos irreversíveis (cirrose). Em pequenas doses, no entanto, o álcool pode fornecer o bom colesterol, o HDL, que além de não ameaçar as artérias, estimula os antagonistas do GABA, capazes de limitar a absorção da substância. O efeito sobre o cérebro são proporcionais a sua concentração no sangue”²⁶⁵.

A palavra álcool é de origem árabe e traz como significado o sentido de algo fino e sutil, ao mesmo tempo enganador, como explica a citação abaixo:

“O encontro com o álcool implica a presença de um sujeito a existência de uma subjetividade, no sentido em que este carrega a eleição de um objeto o álcool e não outro qualquer (...) No encontro com esse objeto, a embriaguez tampa o lugar da falha (...) O álcool falciza o sujeito, indicando, portando, que houve uma perda. Sob seu efeito, porém, o sujeito pode sustentar momentaneamente a inexistência dessa perda, rompendo com a divisão que o estrutura”²⁶⁶.

A história do consumo do álcool e os seus significados sócio-culturais não são lineares e nem únicos, mas o olhar dos médicos e o discurso produzido por eles são significativos para compreender o lugar que as drogas, especificamente o álcool, ocuparam na década de 50, como também a interferência da medicina na criação de denominações que trouxeram o álcool como droga e o alcoolismo como doença.

Os trabalhos dos historiadores apresentados no rol bibliográfico como Andréa Lisly Gonçalves, Carlos Magno Guimarães, Henrique Carneiro, Maria Izilda Matos, Marco Antonio de Oliveira, Renato Venâncio e Virginia Valadares entre outros, já assinalaram as origens do termo alcoolismo e o ato de beber como uma questão de saúde pública. Segundo esses estudos, o termo alcoolismo foi utilizado pela primeira vez pelo Doutor Magnus Huss em 1849 ²⁶⁷, seus estudos classificam como alcoolismo o ato descontrolado de ingerir

²⁶⁵ TIBA, Içami. *Anjos Caídos*. São Paulo. Editora Gente.p.51. A medicina, psicologia e a psiquiatria afirmam que: o Sistema Nervoso Central (SNC) é construído por 100 bilhões de neurônios, células especiais que veiculam as informações entre o cérebro e as outras partes do corpo, através dos mensageiros químicos os neurotransmissores.

²⁶⁶ BENTES, Lenita. *O brilho da infelicidade*.op.cit.

²⁶⁷ Sobre esse assunto cf. HARRIS, R. *Assassinato e loucura: Medicina, leis e sociedade no fim de siècle*. Rio de Janeiro. Rocco. 1993.

bebidas alcoólicas, como também as consequências biopsíquicas geradas pela substância no corpo do usuário que passou a ser classificado como alcoólatra.

Esses estudos foram primeiramente desenvolvidos em países europeus e aos poucos incorporados no pensamento dos médicos brasileiros que embasavam suas pesquisas naqueles autores, entre meados do século XIX e início do XX.

As cidades metropolitanas nesse período, como São Paulo e Rio de Janeiro passaram a ser alvos de discursos políticos que visavam por em prática idéias de ordem, de progresso e de civilização e apoiavam as atitudes normativas nos discursos científicos dos médicos, dos engenheiros, dos juristas, dos políticos, entre outros.

“Detentores do monopólio do conhecimento racional e científico, os médicos se incumbem de indicar como e quando agir, interceder e sanar. A intercessão médica foi concreta e contínua, tendo no higienismo uma das bases de sua doutrina, criando todo um conjunto de prescrições que deveriam orientar e ordenar a vida. Regras de higiene na cidade, no trabalho, no comércio de alimentos, no domicílio, na família e nos corpos, prazeres permitidos e interditos, atividades artísticas, culturais, o trabalho, a sexualidade, tudo isso deveria seguir um parâmetro o médico”²⁶⁸.

Nesse período os olhares disciplinares recaíram sobre as camadas sociais menos favorecidas, as quais eram chamadas de “classes perigosas”, e que segundo o historiador Marco Antônio de Oliveira.

“Classificar os tipos que compunham esse grupo tornou-se então uma necessidade social. Apesar das classes fornecerem o maior contingente dos indivíduos que viviam a compor as estatísticas sobre o alcoolismo em São Paulo, alcoólatras eram encontrados também nas classes mais abastecidas, nesse caso, fossem menos visíveis socialmente”²⁶⁹.

Com a fala do autor fica visível que os mais abastados foram mais protegidos do estigma de alcoólatra, porque era necessário dar visibilidade negativa àqueles que não foram produtores dos discursos hegemônicos.

A preocupação deste trabalho é exatamente dar visibilidade aos bastidores da década dourada, o enfoque não está nas classes perigosas, nos trabalhadores, nos favelados,

²⁶⁸ MATOS, Maria Izilda. *Meu lar é o botequim*. São Paulo Nacional. 200.p.27.

²⁶⁹ OLIVEIRA, Marco Antônio. *O demônio da humanidade*. PUC. São Paulo. 2001. p.32. A institucionalização da medicina no Brasil foi dificultada até aproximadamente os meados do século XX, por uma tradição de auto medicação realizadas por práticas que estavam muito enraizadas no cotidiano como a ação dos curandeiros, benzedeiros e “cirurgiões barbeiros”.

nos corticeiros e nos freqüentadores de botequins e sim no *high society*, nos freqüentadores das boates badaladas, nos consumidores em potencial das novidades urbano industriais.

Apesar das especificidades da época em relação às décadas anteriores, os discursos médicos produzidos e aplicados nos anos 50 foram contundentes e segregativos.

“A nova medicina desempenhava um importante papel no sentido de preservar as forças dos corpos e das mentes para o mercado de trabalho assalariado que estava em formação e que exigia jornadas diárias extenuantes aos trabalhadores. A questão central era o difícil equilíbrio entre uso e abuso de bebidas alcoólicas”²⁷⁰.

Dentro das particularidades dos discursos médicos da década de 50, a análise foi feita segundo o referencial teórico de Ivan Illich²⁷¹.

É importante ressaltar que nos discursos médicos da década de 50, em autores como os doutores: José Roberto de Albuquerque Fortes, Pedro Pernambuco Filho, Pacheco e Silva e Décio Parreiras²⁷², encontra-se distinções explicativas entre a dependência física e química de uma substância, inclusive sobre o álcool. Segundo Pedro Pernambuco Filho:

“Admite que haja no verdadeiro alcoolista, uma alteração particular (...) devido a um fator “X”, que lhe é peculiar, provavelmente de natureza fisiopatológica”²⁷³.

A partir desses estudos ficou evidente que utilizar o termo alcoolismo para designar todos os sintomas físicos e psíquicos conseqüentes do uso e do abuso do álcool, nos remete-se ao século XIX e início do XX, quando Magnus Huns o declarou. Alguns discursos conservadores e moralistas do senso comum utilizam-se do termo alcoolismo para todo e qualquer tipo de abuso alcoólico, mas os próprios discursos médicos da década de 50 já afirmaram:

“A realidade não é, porém, tão simples; não há um bebedor tipo, mas bebedores”²⁷⁴.

²⁷⁰ SANTOS, Fernando Sérgio Dumas dos. Alcoolismo. *A invenção de uma doença...* p.25.34.

²⁷¹ ILLICH, Ivan. Op.cit.

²⁷² É importante esclarecer que a escolha por esses quatro nomes da medicina da época, deu-se devido ao fato de que durante a realização da pesquisa nos arquivos da Faculdade de Medicina, como também no Museu da Saúde e da biblioteca no Hospital das Clínicas no setor de psiquiatria, localizados na cidade de São Paulo foi encontrado inúmeros artigos, revistas e manuais assinados pelos doutores José Roberto de Albuquerque Fortes, Pedro Pernambuco Filho, Pacheco e Silva e Décio Parreiras ao lado de Arthur Ramos, Ernani Lopes e Virginia Leone Lopes todos em ótimo estado de conservação, seus textos também são legíveis e de fácil compreensão. Pela quantidade de textos encontrados ficou visível que esses médicos entre outros tiveram suas carreiras envolvidas por grande prestígio.

²⁷³ FILHO, Pedro Pernambuco. *Revista de Higiene e Saúde Pública*. Rio de Janeiro/dezembro.1954.p.45.

²⁷⁴ FILHO, Pedro Pernambuco. Idem.p.41.

É importante esclarecer a respeito do conceito de tóxicofilia²⁷⁵ ou seja a predisposição fisiológica para se tornar dependente químico de uma substância.

Muitas pessoas no senso comum entendiam na década de 50 e entendem até hoje que o conceito de vício corresponde somente a dependência química de uma droga ou abuso de uma substância.

No primeiro caso só seria viciado no álcool (alcoólatra) por exemplo, a pessoa que acordasse trêmula, suando frio e que sentisse uma angústia brutal com a falta da bebida, segundo os especialistas em alcoolização, esses seriam os sinais mais evidentes da falta do álcool que o organismo estaria sentindo, onde as células carentes da substância produziram a reação química em forma de crise de abstinência.

No segundo caso seria qualquer usuário que abusasse da bebida alcoólica ou de outra droga dentre dos padrões estabelecidos socialmente.

Mas é considerável esclarecer alguns pontos no caso do álcool. Primeiro, além da dependência química, ou seja, predisposição genética (tóxicofilia) para se tornar um alcoólatra, existe a dependência psíquica que define-se como um “laço afetivo” entre a pessoa, o meio de uso, a substância e a todos os “rituais” associados à droga. Por exemplo, o bar, o “tim-tim”, o copo de gelo, aquela marca especial de bebida, os companheiros de copo, entre outros elementos que podem levar à dependência química de acordo com a tóxicofilia ou seja predisposição fisiológica e individual para se tornar um dependente químico, que pode não ser encontrada em todo bebedor independente se ele usa e ou abusa do álcool.

A literatura médica atual classifica como alcoólatra o dependente químico do álcool, já aqueles que possuem apenas a dependência psíquica são classificados em dois grupos: o grupo dos bebedores problemas, ou seja, pessoas que justificam o uso do álcool para anestesiar algum problema como o desemprego, o desamor, a doença, a morte, entre outros ,e o grupo dos bebedores contumazes, ou seja, aqueles que bebem constantemente e ou em

²⁷⁵ O conceito de tóxicofilia também chamado na década de 50 como fator psicogenético não é novidade para os estudo médicos atuais como também não foi para os estudos da década de 50, porque eles já demonstravam que “o individuo não é doente porque bebe, e sim bebe porque é doente”, conforme discutiu o doutor Décio Parreiras na obra *O álcool não é a causa do alcoolismo*. Capitália. Rio de Janeiro. 1953. Outros autores de discursos médicos da época como, por exemplo, os doutores José Roberto de Albuquerque Fortes, Pedro Pernambuco Filho, Pacheco e Silva, entre outros já distinguiam de forma explicativa as diferenças entre a dependência química e a psíquica de uma substância inclusive do álcool.

grande quantidade, nos finais de semana, nos fins de tarde, nas reuniões com amigos ou sozinhos para relaxar, entre outras ocasiões.

Independentemente das classificações, existem diferenças que não devem ser julgadas como falta de caráter e falta de vergonha. A questão do uso e do abuso do álcool deve ser analisada com cuidado com as especificidades culturais de cada época e região, mas livre de estigmas negativos, porém a reflexões desse trabalho chegou a concluir que alcoólatra é o bebedor que possui além da dependência psíquica também a dependência química, embora ocorra relações íntimas entre a dependência química e a psíquica mas ambas não devem ser confundidas, portanto nem todo bebedor que usa e ou abusa do álcool é alcoólatra, os médicos do período estudado já faziam esse tipo de destinação embora de forma sutil.

A relação entre uso e abuso, dependência física e psíquica, deve levar em consideração os caracteres psíquicos, biológicos e culturais. Os médicos do período já observavam e consideravam esses fatores:

“Os peritos encarregados de estudar esse problema sobre o prisma internacional, tem deparado com inúmeras dificuldades decorrentes em particular dos costumes, hábitos sociais, tipos de bebidas alcoólicas, preconceitos relativos aos seus efeitos, tipos de bebidas mais utilizadas e níveis diferentes de consumação alcoólica admitidas como **normais** em determinada região”²⁷⁶ (grifo nosso).

Através do discurso médico do Dr. Pacheco e Silva, o álcool foi aceito socialmente quando usado com moderação. Para o alcoolismo ocorrer fez-se necessário o consumo regular e abusivo do álcool e não o consumo social e festivo, permitido pela medicina à sociedade normatizada. O problema não se apresentou à substância e sim ao uso considerado doentio.

Dessa forma, aquilo que foi considerado como doença ou saúde foi determinado por discursos que pretendiam oficializar a normatização do indivíduo perante a sociedade. Nesse caso é considerável analisar o que diziam os médicos na década de 50.

“O alcoolismo grave **problema médico-social** é uma **toxicomania**. Assim conceituado, definamos o que seja toxicomania ou farmacodependência, terminologia recentemente

²⁷⁶ PACHECO e SILVA, *Desajustes PsicoSociais*. USP.1950.p.37. Os conceitos bebedor problema e bebedor contumaz, referentes à dependência psíquica não foram encontrados nos estudos médicos da época, mas no decorrer dos anos esses conceitos vieram a ser utilizados marcando o trabalho de James R.Milan e Katherine Ketcham nos anos 80.

proposta pela Organização Mundial de Saúde cujo conceito é o seguinte: um estado **psíquico** e algumas vezes também **físico**, resultante da interação entre um organismo vivo e uma **substância**, caracterizada por um **comportamento** outras reações que incluem sempre **compulsão** para ingerir a droga de forma **contínua ou** periódica”²⁷⁷ (grifo nosso).

Nesse discurso do Doutor José Roberto Fortes existem algumas preocupações que devem ser ressaltadas. Já no início ele conceitua a dependência de uma substância como toxicomania e refere-se a esse conceito como um problema médico e social.

Deixa bem definido que a dependência tem dois estados: psíquico e físico (químico), demonstrando a separação entre os dois tipos.

Preocupa-se também com a definição do conceito de droga e com os objetivos do usuário quando afirma:

“De qualquer forma, trata-se de uma tendência a introduzir no organismo **substâncias sintéticas ou obtidas do meio natural** através de diferentes vias que **levam, passageiramente a estados de bem-estar, euforia, desligamento da realidade**”²⁷⁸ (grifo nosso).

Ressalta o desejo fixo (obsessão) do usuário em obter as sensações emitidas pelos efeitos psíquicos e em compensar a falta química quando já ocorreu esse tipo de dependência.

“a finalidade **de experimentar seus efeitos psíquicos** e às vezes **evitar o desconforto de sua abstinência**”²⁷⁹ (grifo nosso).

É interessante que este mesmo autor considerou ser relevante o aspecto sócio-cultural e a sua relação com as drogas, especialmente com o álcool.

“O que se entende por comportamento **aceitável** frente ao consumo de álcool, **varia de povo para povo: entre nós, de uma geração para outra**, muitas famílias substituíram o tradicional “cafezinho” oferecido às visitas por aperitivos, geralmente **uísques**. De outro lado, em certas coletividades, firmaram-se certas práticas, tais como as **comemorações** com “chopadas” dos estudantes ou reuniões de fins de ano de certas empresas, ocasiões em que todos, mesmo quando constrangidos, **devem** ingerir álcool”²⁸⁰ (grifo nosso).

Nesse discurso a preocupação médica esteve em torno do comportamento descontrolado do uso da bebida portanto, naquilo que foi enquadrado como abuso e

²⁷⁷ FORTES, José Roberto de Albuquerque. *Alcoolismo*. São Paulo Savieri. 1957.p.3.

²⁷⁸ FORTES, José Roberto de Albuquerque. Idem.ibdem.

²⁷⁹ Idem, ibdem.

²⁸⁰ FORTES, José Roberto. Idem. p.4.

confirmado no prosseguimento do discurso. O doutor José Roberto definiu categoricamente o que vem a ser o conceito de alcoolismo e de alcoólatra segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS).

“Alcoolismo é uma **doença** de natureza complexa, na qual o álcool atua como fator determinante sobre **causas psicossomáticas preexistentes** no indivíduo e para cujo **tratamento** é preciso recorrer a processos profiláticos e terapêuticos de grande amplitude. **Alcoólatras** são bebedores **excessivos**, cuja dependência do álcool chega a ponto de acarretar-lhe perturbações mentais evidentes, manifestações afetando a **saúde física e mental**, suas reações individuais, seu comportamento socioeconômico ou pródromos de perturbações desse gênero e que, por isso, necessitam de tratamento”²⁸¹ (grifo nosso).

Ele ressalta atributos relevantes para a dependência química do álcool, como a preexistência de fatores individuais que levaram o indivíduo a se tornar um alcoólatra (o que mais tarde foi definido como toxicofilia), o discurso é categórico em afirmar que o doente precisa ser submetido ao tratamento, e ao controle, e que devia ser feito por prescrição de medicamentos.

Com a análise de outros discursos, um fator chamou a atenção, todos eles, sem exceção, apontam o problema como doença que devia ser controlada, normatizada, tratada, medicada, avaliada, assistida, combatida, mas nunca curada.

“O termo curado é rejeitado pelo sub-comitê, achando ele que quando um indivíduo se torna um alcoólatra inveterado, a cura, no sentido estrito da palavra é **impossível**. Se o **tratamento** consegue parar a evolução da doença alcoolismo, o indivíduo deve permanecer **sempre** abstinente e, neste caso, em vez de curado, devemos falar em caso estabilizado”²⁸² (grifo nosso).

Fica claro a substituição do uso do álcool pelo uso do remédio classificado como tratamento, apelando para a manutenção através do controle pela abstinência, esses dados permite avaliar o quanto o indivíduo passou a ser prisioneiro, ora da drogadição, ora da farmacodependência.

“Discute-se muito, agora, entre os especialistas, os efeitos de um novo produto antialcoólico – o antabus – cuja ação em numerosos casos tem se revelado extraordinariamente eficaz. Trata-se de derivado de sulfureto de carbono e da dietilamina, que torna o indivíduo que o absorve sobremodo sensível a menor ingestão de álcool. Esse medicamento, lançado na Dinamarca por Jacobsen e Larsen, de Copenhague, logo se difundiu por vários países e está

²⁸¹ Idem, ibidem. p.5.

²⁸² FILHO, Pedro Pernambuco. *Alcoolismo, problema de saúde pública*. Revista de Higiene e saúde publica. Sociedade brasileira de higiene. Rio de Janeiro. Janeiro a dezembro de 1954.p.39.

sendo muito usado aqui na Suíça, nos Estados Unidos e no Canadá. É muito interessante a sua ação conforme a pessoa que dele faz uso. Assim, se um homem normal, que for totalmente abstinente, ingerir uma dose de 3 grs., nada sentirá de anormal. Entretanto, se essa mesma pessoa usar apenas a dose correspondente a 1gr. e logo a seguir tomar certa proporção de álcool, não tardará a sentir fenômenos extremamente desagradáveis: o rosto e o pescoço tornar-se-ão logo vultuosos, a pele tomará cor púrpura em consequência a intensa vasodilatação observada na periferia. A seguir, outros sintomas surgirão: as pálpebras ficarão edemaciadas, o pulso acelerar-se-á, o indivíduo experimentará intensa e penosa sensação de angústia, com falta de ar, o coração acelerar-se-á, sobrevivendo estado nauseoso e vômitos subseqüentes. Todos esses sintomas são por tal forma desagradáveis que geram fobia irresistível contra as bebidas alcoólicas, cuja ingestão não é mais tolerada, tal a violência com que se desencadeiam aquelas reações, obrigando o alcoólatra a abandonar o vício”²⁸³.

É também interessante notar que nos grupos dos alcoólicos anônimos existem doze passos a serem seguidos, sendo que o primeiro é reconhecer-se como doente, o segundo submeter-se ao tratamento. As partes abordadas nos três discursos proferidos pelos doutores: Pacheco e Silva (1957), Pedro Pernambuco Filho (1954) e José Roberto Fortes (1957), deram a visibilidade de que a dependência das substâncias foi socialmente construída, estimulada e mantida pelos próprios discursos hegemônicos.

Para o doutor José Roberto Fortes, os bebedores excessivos deveriam ser controlados separando a relação do uso e do abuso do álcool. O uso devia ser permitido e incentivado, o abuso controlado. O discurso tem íntima relação com a preocupação da imagem do indivíduo saudável, inserido ao progresso e a ordem, que ajudaram a construir o imaginário do período.

Já o doutor Pedro Pernambuco Filho afirmou que não havia cura, seus discursos estão envolvidos por palavras como manutenção, controle, abstinência, medicação, substituindo claramente a drogadição pela farmacodependência, concordando com o doutor Pacheco e Silva que substituiu com toda franqueza a droga (álcool) pelo remédio (o antabus), e se valeu da reação química desagradável de uma outra droga para “resolver” o problema do prazer encontrado no álcool.

²⁸³ SILVA e PACHECO, *Palavras de Psiquiatria. A luta antialcoólica* artigo publicado em O Estado de São Paulo. São Paulo. 27 de outubro de 1949. Lira Neto em sua obra *Maysa. Só numa multidão de amores*, descreve que a cantora submeteu-se ao tratamento com Antabus. Segundo o autor “Maysa sabia exatamente o que isso significava, se insistisse em beber a partir dali, mesmo em pequenas doses, passaria a sofrer graves consequências físicas que podiam ir da sensação de calor na face, dores de cabeça latejantes, náuseas, vômito, falta de ar, palpitações e confusões mentais até depressão respiratória, arritmia cardíaca e convulsões. Em alguns casos, o uso de álcool durante o tratamento com Antabus pode levar a morte”. cf. op. cit. p. 323.

Os discursos médicos trazem consigo a autoridade sobre os indivíduos considerados doentes. Para Ivan Illich²⁸⁴, que auxiliou na análise dos discursos, os especialistas interferem na criação das doenças criando indivíduos imaturos e dependentes de remédios ou drogas, incapazes de enfrentarem o sofrimento. Seus estudos se basearam no conceito de iatrogênese que da raiz grega *Iatros*-médico, *Gênesis*-origem, defende a idéia de que a medicina como poder apropriou-se da responsabilidade de medicalizar legalmente a sociedade segundo seus interesses.

Ao manter o paciente à espera de cuidados, a análise do autor critica a sociedade industrial na América e considera que a medicina “coisifica” o indivíduo pela medicalização, reduzindo a sua capacidade de reação e amadurecimento frente aos conflitos pessoais, sociais e existenciais.

A medicina, segundo Illich, apresenta um arsenal de remédios para o bem-estar e não propriamente a cura, considera que a organização médica e seus discursos compõe uma oficina de reparos ou de manutenção, destinada a manter o seu próprio funcionamento dessa forma o saber médico dá sentido a dor, a doença e a morte, segundo o autor:

“Uma sociedade superindustrializada é mórbida na medida em que os homens não conseguem se adaptar a ela. Realmente, os homens deixariam de tolera-la se o diagnóstico médico não identificasse sua incapacidade de acomodar-se à perturbação de sua saúde. O diagnóstico está ali para explicar que se eles não a suportam não é por causa do meio ambiente desumano, mas porque seu organismo está falhando”²⁸⁵.

Os discursos médicos não atuaram sozinhos, a engrenagem cultural como já foi colocada anteriormente, contribui para legitimação dos discursos hegemônicos.

“A instituição médica é uma empresa profissional, tem para a matriz a idéia que o bem estar exige a eliminação da dor, a correção de todas as anomalias, o desaparecimento das doenças e a luta contra a morte. Reforça os aspectos terapêuticos das outras instituições do sistema industrial”²⁸⁶.

Ao se referir as outras instituições do sistema industrial como a educação, a política, a cultura industrial/de massa, entre outras, o autor avalia a iatrogêneses em três níveis.

Nesse trabalho se faz pertinente a iatrogênese estrutural de nível mais abrangente onde há discursos para o alívio da dor através da divulgação de prazeres constantes. Illich

²⁸⁴ ILLICH, Ivan. Op. cit.

²⁸⁵ ILLICH, Ivan. Idem. p.154.

²⁸⁶ ILLICH, Ivan. Idem, Ibdem. op.cit.p.123.

discute também a iatrogênese social, que produz indivíduos incapazes e dependentes dos poderes e discursos hegemônicos, e a iatrogênese clínica, que discute abertamente a ineficácia médica que propõe o objetivo da cura, mas realiza a manutenção da doença.

As iatrogêneses intercaladas, foram muito pertinentes para entender a relação que existe entre a dependência medicalizada ou controlada pelos padrões sociais normativos, e a dependência festiva ou doentia fora dos padrões considerados normais e em espaços como os da boemia.

Para o doutor Arthur Ramos:

“Nunca o homem precisou tanto de higiene mental como nos **dias atribulados da civilização contemporânea** em que a **angústia de individual se tornou coletiva**, precipitando os homens, as sociedades, as nações, uns contra os outros (...) A higiene mental é uma técnica de **ajuntamento** da personalidade humana **desviada** das suas finalidades sociais, e que procura **adquirir** ou **recuperar** o equilíbrio e a tranqüilidade” ²⁸⁷ (grifo nosso).

Percebe-se o desespero que caracterizou o período, marcado pela angústia, no qual o equilíbrio estava no passado ou no futuro, pois no presente era necessário normatizar, ajustar e controlar aquilo que já parecia estar sem controle.

“O alcoolismo sempre foi apontado como um dos maiores flagelos da humanidade. Contudo esse problema agravou-se sobremaneira na atual civilização, constituindo séria preocupação dos médicos, psicólogos, sociólogos, sanitaristas, trabalhadores sociais e homens públicos. Entre nós, registrou-se também, ultimamente, um aumento apreciável do numero de alcoólatras, sobretudo nos grandes centros, causando muitas apreensões aos que se ocupam do assunto, sobretudo, as autoridades encarregadas de zelar pela saúde pública. A Organização Mundial de Saúde, reconhecendo a necessidade imperiosa e urgente, de cuidar atentamente desse grave problema, convocou alguns destacados peritos internacionais, especialistas em saúde mental e toxicomanias, para coligir dados estatísticos, indagar das causas predisponentes e determinantes do alcoolismo, das suas diferentes formas, para finalmente, propor medidas de caráter profilático, no intuito de combater a sua difusão e atenuar as suas conseqüências. O alcoolismo precisa e deve, sem a menor dúvida, ser combatido pelos serviços de saúde pública. Contudo, é necessário reconhecer a existência de uma série de fatores que contribuem para dificultar a ação dos sanitaristas e higienistas mentais. Cite-se, a guisa de exemplos o fato de o público não estar ainda suficientemente educado e capacitado da amplitude e da gravidade do problema, não revelando por ele maior preocupação e interesse no sentido de coibir-lhe a expansão”²⁸⁸.

Os discursos são repetitivos, é desnecessário expô-los de forma exaustiva, todos abordam temáticas que giram em torno de classificações e rótulos legitimando a analgesia e a anestesia social que se fez necessária, desde que normatizada.

²⁸⁷ RAMOS, Arthur. *Saúde do Espírito Higiene Mental*. Rio de Janeiro. São Paulo. Coleção Azul. 1955.p.1.

²⁸⁸ SILVA e PACHECO, *Desajustes Psicossociais*. Universidade de São Paulo.1959.p33.

“A dor e sua eliminação por conta institucional adquirem lugar central na angústia de nosso tempo. O progresso da civilização se torna sinônimo da redução do volume fatal do sofrimento. A nova sensibilidade se preocupa do mundo como é não porque está cheio de pecados, porque lhe falta luz, porque está ameaçado pela barbárie exaspera-se porque o mundo está repleto de dores sob a pressão dessa nova sensibilidade para com a dor, a política tende a ser concebida menos como empresa destinada a maximizar a felicidade do que a minimizar o sofrimento”²⁸⁹.

Toda a simbologia que expressou a analgesia das dores, sejam elas físicas, morais ou afetivas, extrapolaram os discursos da medicina e apresentaram como significado o enfraquecimento dos objetivos a serem desenvolvidos na vida real. Os discursos do poder propunham soluções aos efeitos catastróficos, construíram penitenciárias, hospitais, hospícios, etc..., se “esqueceram” das causas que geraram os ocupantes dessas instituições.

Com esses valores, a vontade de viver parecia esmorecer. A angústia, a morte tornaram-se insuportáveis, ao mesmo tempo, tornaram-se estímulos a produções de novas mercadorias e mercados, mesmo que para isso fosse necessário colocar o indivíduo num ciclo vicioso em busca da própria vida.

A simbologia encontrada tanto nas propagandas quanto nos textos médicos e nas canções expressam o quão sedutor foram esses discursos para aquela sociedade e como denunciaram que o homem moderno viveu, e ainda vive numa sociedade mórbida.

“A origem social das entidades mórbidas está na necessidade de as populações industrializadas de isentar de culpa suas instituições. Quanto mais as pessoas passam ter necessidade de serem curadas, menos se revoltam contra o crescimento industrial”²⁹⁰.

O problema da sociedade naquele instante histórico é que ela esteve fundamentada no desejo e na ambição do indivíduo, e isso foi cada vez mais reforçado e emitido pelos discursos hegemônicos, por isso acabou por criar pessoas inadaptadas que se apegavam a lenitivos divulgados pelo próprio sistema, como o caso do álcool nas propagandas.

“Nas primeiras doses, sentia-me animado mas passado o efeito veio a depressão. Para reanimar-se de novo venha mais álcool”²⁹¹.

²⁸⁹ ILLICH, Ivan.op.cit.p.139.

²⁹⁰ ILLICH,Ivan. Idem. cit.p.154.

²⁹¹ COUTINHO, Galeão. *O pacto com o demônio*. São Paulo. 1949.p31.

Os indivíduos que abusaram da substância foram considerados doentes pelos próprios discursos normatizadores e foram portanto alvo de intervenções legítimas por parte dos representantes do sistema, como o caso dos médicos aliados a expansão do consumo medicamentoso.

Esses fatores entre outros geraram fracassos de ordem pessoal e subjetiva como foi observado no discurso das canções onde aparece o ser inadaptado.

Essa sociedade buscou incansavelmente a vida, em meio a elementos que a sugaram e a deformaram de maneira desesperadora, como no caso dos desafetos, aqueles que foram atingidos por este mal-estar buscaram uma terapêutica perigosa, mas coerente com o período através do abuso alcoólico.

Apesar das especificidades do período pós-guerra, mais precisamente anos de 1949 à 1959 a humanidade sentiu que se consolidava cada vez mais um período conturbado, angustiante, incerto, desgastante, sofrido e frustrante.

“A angústia é o afeto que aparece em face de situações de perigo. Falamos de medo, quando a angústia se refere a uma situação adequada para ser temida, como por exemplo o medo pela ameaça real de ataque de uma bomba, de uma arma (...) ainda em se tratando de angústia (...) em certos casos a pessoa é sujeita a sentir medo sem saber porque, vendo-se aflita, insegura, apreensiva, à espera de maus acontecimentos (...) Nesses casos, é evidente que a pessoa se sinta ameaçada por perigos que se originam dentro dela própria, em consequência de tensão por afetos não descarregados por impedimentos externos ou internos (...) Expressar amor é uma necessidade tão grande quanto a de receber, podendo causar angústia uma e outra forma de frustração amorosa”²⁹².

O texto de época reflete de forma pontual as necessidades e carências do período “onde os homens parecem-se mais com o seu tempo que com os seus pais”²⁹³.

Dessa forma, as revistas, o cinema, as canções, os discursos médicos e os folhetins, legitimaram, deram sentido e forma aos sentimentos secretos, escondidos e inconfessados dos indivíduos que viveram aparentemente os seus sonhos dourados como também daqueles que foram representados por símbolos que demonstraram que as pessoas estavam sofrendo.

Muitos viviam uma espécie de felicidade artificial ilustrada pela maximização do prazer e do bem-estar que compôs toda a simbologia dos “Anos Dourados” que quando

²⁹² BICUDO, Virginia Leone. *A angústia, o sentimento de culpa*. In *Nosso mundo mental*. São Paulo. USP. 1956.

²⁹³ Provérbio árabe citado por Jacques de Golff in *A nova história*. Portugal. Almedina. 1978.p.262.

desvelada, apresentou nitidamente as mazelas de um tempo marcado pelo *glamour* e pela insatisfação como a vida de Maysa Matarazzo.

A vida da cantora serviu de identificação para tantos outros que tiveram suas vidas envolvidas pelo *glamour* e pela dor, elementos que marcaram muitas experiências e vivências nas cidades grandes como São Paulo na década de 50, uma cidade de encantos e desencantos.

Considerações Finais

*“Tudo é dor
E toda dor
Vem do desejo
De não sentirmos dor...”.
(Quando o sol bater na janela
do seu quarto/Renato Russo)*

É difícil concluir um trabalho, uma pesquisa, um raciocínio. Porque há sempre questionamentos e idéias que vez por outra ou quase sempre entram em conflitos e fazem surgir novas formas de pensar e avaliar as vivências e experiências de uma vida, de uma década, de um século.

Por isso esta tese de doutorado vai ficar como uma audaciosa tentativa de tentar compreender parte do século que Éric Hobsbawn chamou de “Era dos Extremos”. O breve século XX. Que esse trabalho seja inspirador e útil a outros, que seja debatido, consultado, lido e estudado.

Porque ele tem o comprometimento de trazer a tona os relacionamentos entre as pessoas, as coisas e os valores, nos quais o diálogo foi interrompido e ou calado, porque o álcool ou qualquer outra substância lícita ou não, falou mais alto, aliás, gritou!

A parte do século que Hobsbawn classificou como breve, e que foi analisada nessa pesquisa a década de 50, será chamada da “Era dos desejos”, assim como foi compreendida durante toda a análise.

A ambição pela modernização aos poucos impôs seus valores e significados a ponto de surgir a necessidade de elaborar discursos que inaugurassem uma década da cor do ouro, elemento mineral de valor e brilho intenso.

Era pertinente ao período do pós-guerra o surgimento de uma nova era repleta de toda satisfação, porque havia o desejo de aliviar a atmosfera conflituosa, aparentemente “ninguém mais” queria saber de bombas, rifles e combates, “principalmente os EUA” que saiu cheio de privilégios após a guerra.

Na década de 50, a “Era dos desejos” foi produzido o audacioso projeto de divulgar a felicidade, mesmo que esta fosse artificial através do consumismo de bens materiais sejam eles quais fossem, pois o próprio ato de consumir já levava ao prazer.

O estímulo ao desejo do consumo era impulsionado pelas propagandas, apostava na sedução e não levou em conta que desejos insatisfeitos geram o sofrimento, sentimento contrário à felicidade.

Buscou-se uma aparente saída cheia de aparências fabulosas, com promessas milagrosas, o que produzia mais sofrimentos. A solução era anestesiá-los.

Nas grandes metrópoles como São Paulo foi muito visível a presença de sujeitos sozinhos, enquanto as aparências mostravam imagens de sociabilidades variadas onde as personagens conversavam, amavam e brindavam.

As aparências mostravam pessoas com *status* e posição social, enquanto a realidade não favorecia a muitos migrantes, imigrantes, desempregados, favelados, corticeiros e “inadaptados”.

Mas o desejo estava lá, sempre para ser despertado, havia o diálogo entre os dominantes e os dominados o mediador entre eles, a sedução, porque os discursos da hegemonia precisavam construir a legitimidade de dominação, e para isso era necessário estabelecer o diálogo com aqueles que deviam ser convencidos de que os efeitos do domínio eram interessantes e benéficos àquela situação social.

O desejo insatisfeito produziu o sofrimento, a inadaptação. A maximização da felicidade gerou a maximização da tristeza. Maysa confessou nas letras de suas canções que “a felicidade era infeliz” o sentimento vivia sozinho “nunca perto de ninguém”.

Foi necessário idealizar o sofrimento, pois ele não podia aparecer como resposta e ofuscar o brilho da década. Assim este sentimento nos anos 50 também tinha *glamour* e referências, quantos foram os intérpretes, os compositores, os cantores do estilo “dor-de-cotovelo”. Muitos!

Nesta década o *glamour* e a idealização oscilou entre a felicidade e o prazer e entre a infelicidade e a dor.

O período se consolidava carregado de conturbações, angústias, incertezas, desgastes, sofrimento e frustrações.

Essa pesquisa não teve a pretensão de dar conta de pontuar e esclarecer todas as questões necessárias, ao trabalhar com as propagandas que despertavam desejos e evocaram

satisfações, assim como também com as canções que denunciaram um modo muito próprio de ser infeliz sem deixar de lado, é claro, o requinte e o *glamour*, somadas ainda as interpretações realizadas com os discursos da medicina que trouxeram em si a potencialidade do cientificismo da época analisada. Uma coisa entre tantas ficou nítida, esses discursos foram mantenedores de uma sociedade que viveu intensamente ora pelo prazer ora pela dor, sensações que foram permeadas por manutenções e reparos dos próprios discursos.

Valeu a pena conseguir enxergar historicamente a felicidade de forma artificial e ou infeliz em uma cultura carregada de apegos, onde a maior necessidade desejada por ela era a do afeto, que não podia ser substituído e nem atingido por muitas vezes.

Existem coisas que o dinheiro não pode comprar e nem pode mandar buscar. Maysa a Senhora Matarazzo podia dizer se estivesse viva, mas a sua memória revivida através da representação das letras das suas tristes e dolorosas canções, falam e indicam com uma exemplificação concreta os encantos e desencantos de uma São Paulo estilista e glamourosa.

A variedade das fontes consultadas, das imagens de um passado que entre lembranças, reminiscências e idéias trouxeram o relampejar de um precioso momento histórico da sociedade brasileira.

Outros olhares devem se fixar neste foco iluminador de uma época que aqui foi apresentada dentro de uma direção e que outros à este se juntem e novas interpretações permitam o nascimento de brilhantes e importantes leituras sobre esta temática.

Chegou-se a conclusão que os boêmios, alcoólatras, loucos, infratores, inadaptados neste ambiente *hollywoodiano*, nesta urbi do pós-guerra merecem ser reapresentados e o foram nesta tese sob a ótica atenta do historiador.

FONTES

A – Impressas

Jornais

Jornal do Brasil. Rio de Janeiro. 09 de outubro de 2005.

Jornal da Folha da Tarde. São Paulo. 19 de agosto de 1957.

Jornal O Estado de São Paulo. São Paulo. 27 de outubro de 1949.

Jornal Última Hora. Rio de Janeiro. 01 de setembro de 1957.

Revistas

O Cruzeiro. “Conversando com o leitor”. Rio de Janeiro: Diários Associados, 19 de maio de 1956. p.10.

O Cruzeiro. “Tire o chapéu à São Paulo”. VI Centenário. Rio de Janeiro: Diários Associados, 06 de fevereiro de 1934. p.19.

O Cruzeiro. “Maysa confessa eu canto meu estado d’alma”. Rio de Janeiro: Diários Associados, 08 de janeiro de 1958. Capa.

O Cruzeiro. “Você é uma pessoa feliz?”. Rio de Janeiro: Diários Associados, 28 de janeiro de 1959. pp.32 a 34.

O Cruzeiro. “Marlyn Monroe e os desajustados”. Rio de Janeiro: Diários Associados, 06 de abril de 1958.

Imagem 36 LOGULLO, Eduardo. Meu mundo caiu. A bossa e a fossa de Maysa. São Paulo: Nono século, 2007. Caderno de imagem. P.06.

Imagem 37 Acervo particular da pesquisadora Thaís Matarazzo Cantero.

Imagem 38 Capa do LP “Convite para ouvir Maysa” número 3.1958. Acervo da discoteca do Centro Cultural Vergueiro. São Paulo.

Imagem 39 Capa do LP “Convite para ouvir Maysa” número 2.1958. Acervo da discoteca do Centro Cultural Vergueiro. São Paulo.

Imagem 40 Capa do LP “Convite para ouvir Maysa” número 4.1959. Acervo particular da pesquisadora Thaís Matarazzo Cantero.

Imagem 41 Manchete. Rio de Janeiro: Bloch, 12 de maio de 1957 capa.

Mapa 1 CASTRO, Rui. Chega de Saudade. A história e as histórias da bossa nova. Companhia das Letras. São Paulo. 1990.

Sites:

<http://www.mpbnet.com.br>

<http://www.cinemabrasileiro.net>

B – Iconográficas

Imagem 1. Coleção Fábio de Mello in São Paulo Metrópole em Trânsito Percursos Urbanos e Culturais – São Paulo: Senac, 2004. p.129.

Imagem 2. MENEGUELLO, Cristina. Poeira de estrelas. O cinema hollywoodiano na mídia brasileira nas décadas de 40 e 50. São Paulo: Unicamp, 1992.

Imagem 3. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 19 de outubro de 1957. Capa.

Imagem 4. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 22 de novembro de 1958. Capa.

Imagem 5. Jornal o Correio da Manhã in Nosso Século. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p.249.

Imagem 6. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 1950 à 1958.

Imagem 7. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 14 de agosto de 1954. p.34.

Imagem 8. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 14 de agosto de 1954. p.34.

Imagem 9. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 09 de novembro de 1957. p.53.

Imagem 10. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 02 de dezembro de 1950. p.53.

Imagem 11. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 31 de julho de 1954. p.20.

Imagem 12. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 24 de dezembro de 1953. p.02.

Imagem 13. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 31 de junho de 1954. p.71.

Imagem 14. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 25 de agosto de 1957. contracapa.

Imagem 15. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 24 de setembro de 1955. p.91.

Imagem 16. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 02 de dezembro de 1955. p.02.

Imagem 17. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 30 de junho de 1956. p.50.

Imagem 18. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 21 de dezembro de 1957. p.89.

Imagem 19. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 09 de outubro de 1954. p.19.

Imagem 20. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 19 de outubro de 1957. p.23.

Imagem 21. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 02 de junho de 1956. p.26.

Imagem 22. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 27 de fevereiro de 1954. p.19.

Imagem 23. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 19 de dezembro de 1957. p.111.

Imagem 24. O Cruzeiro. Rio de Janeiro: Diários Associados, 16 de março de 1957. contracapa.

Imagem 25. NETO, Lira. Maysa. Só numa multidão de amores. São Paulo: Globo, 2007. Caderno de Imagens. p.7.

Imagem 26. NETO, Lira. Maysa. Só numa multidão de amores. São Paulo: Globo, 2007. Caderno de Imagens. p.4.

Imagem 27. NETO, Lira. Maysa. Só numa multidão de amores. São Paulo: Globo, 2007. Caderno de Imagens. p.7.

Imagem 28. NETO, Lira. Maysa. Só numa multidão de amores. São Paulo: Globo, 2007. Caderno de Imagens. p.16.

Imagem 29. NETO, Lira. Maysa. Só numa multidão de amores. São Paulo: Globo, 2007. Caderno de Imagens. p.4.

Imagem 30. LOGULLO, Eduardo. Meu Mundo caiu A bossa e a fossa de Maysa. São Paulo: Novo Século, 2007. Caderno de Imagens. p.4.

Imagem 31. LOGULLO, Eduardo. Meu Mundo caiu A bossa e a fossa de Maysa. São Paulo: Novo Século, 2007. Caderno de Imagens. p.4.

Imagem 32. LOGULLO, Eduardo. Meu Mundo caiu A bossa e a fossa de Maysa. São Paulo: Novo Século, 2007. Caderno de Imagens. p.5.

Imagem 33. Neto, Lira. Maysa. Só numa multidão de amores. São Paulo: Globo, 2007. Caderno de imagens. p.12.

Imagem 34. Neto, Lira. Maysa. Só numa multidão de amores. São Paulo: Globo, 2007. Caderno de imagens. p. 5.

Imagem 35. Capa do LP “Convite para ouvir Maysa”. 1956. Acervo particular da pesquisadora Thaís Matarazzo Cantero.

C – Musicais

Letras de canções retiradas da discografia que compõe a carreira de Maysa na década de 50 e outras do repertório do cancioneiro brasileiro utilizadas para melhor complementar a análise. Arquivo Centro Cultural Vergueiro. São Paulo.

Adeus. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

Apelo. Composição Baden Powel e Vinícius de Moraes. Gravação Maysa. S/D.

Bar da Noite. Composição Haroldo Barbosa e Bidu Reis. Gravação Maysa. 1953.

Bom dia Tristeza. Composição Adoniram Barbosa e Vinícius de Moraes. Gravação Maysa. 1956.

Bravo. Composição Dolores Duran. Gravação Maysa. 1958.

Chega de Saudade. Composição Vinícius de Moraes e Antonio Carlos Jobim. Gravação João Gilberto. 1958.

Eu preciso aprender a ser só. Composição Marcos Valle e Paulo Sérgio Valle. Gravação Maysa. 1954.

Felicidade infeliz. Composição Maysa. Gravação Maysa 1957.

Marcada. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

Meu mundo caiu. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1958.

Meu primeiro amor. S/D. Gravação Cascatinha e Nhana.

Noite de Paz. Composição Dolores Duran. Gravação Maysa. 1959.

Ouçã. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1957.

O negócio é amar. Composição Dolores Duran e Carlos Lyra S/D.

O que. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1957.

Quando vem a saudade: Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

Resposta. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

Rindo de Mim. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1956.

Ronda. Composição Paulo Vanzolini. Gravação Inezita Barroso. 1953.

Se Todos fossem, iguais a você. Composição Vinicius de Moraes e Antonio Carlos Jobim. Gravação Maysa. 1959.

Tarde Triste. Composição Maysa. Gravação Maysa. 1957.

Vida de bailarina. Composição Chocolate e Américo Seixas. Gravação Ângela Maria. 1952.

Médicas

BICUDO, Virginia Leone. A angústia, o sentimento de culpa. In Nosso mundo mental. São Paulo: USP, 1956.

COUTINHO, Galeão. O pacto com o demônio. São Paulo, 1949.

FILHO, Pedro Pernambuco. Revista de Higiene e Saúde Pública. Rio de Janeiro/dezembro. 1954.

FILHO, Pedro Pernambuco. Alcoolismo, problema de saúde. Pública. Revista de Higiene e saúde pública. Sociedade brasileira de higiene. Rio de Janeiro. Janeiro a dezembro de 1954.

FORTES, José Roberto de Albuquerque. Alcoolismo. São Paulo: Savieri, 1957.

PACHECO e SILVA, Desajustes PsicoSociais. USP, 1950.

RAMOS, Arthur. Saúde do Espírito Higiene Mental. São Paulo: Coleção Azul, 1955.

SILVA e PACHECO, Palavras de Psiquiatria. A luta antialcoólica artigo publicado em O Estado de São Paulo. São Paulo: 27 de outubro de 1949.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, G. Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Nacional, 1978.

ALENCAR, Francisco. História da Sociedade Brasileira. Rio de Janeiro: Ao livro técnico, 1981.

ALMEIDA, Renato. História da música brasileira. Rio de Janeiro: F. Briguiet, 1958.

_____, João Ferreira de. Bíblia Sagrada. Sociedade Bíblica do Brasil. São Paulo, 1999.

ALVARENGA, Oneyda. Música popular brasileira. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1982.

- APOLINÁRIO, Maria Helena. Primeiros Passos a iniciação dos estudos históricos. Goiânia, 1991.
- ARANHA, Maria Lucia de Arruda e Martins Maria H. Pires. Filosofando. São Paulo: Moderna, 1991.
- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. Metrópole e Cultura no meio do século XX. São Paulo: Edusc, 2001.
- ASCHI, Solomon E. Psicologia Social. São Paulo: ed. Nacional, 1977.
- AURÉLIO, Mini Dicionário. Editora Nova Fronteira, 1977.
- BACZKO, B. Imaginação Social. Enciclopédia Einaudi, número 5, 1985.
- BARBERO, Jesus Martin. Dos meios as mediações, comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1957.
- BARTHES, Roland. A câmara clara. Nota sobre fotografia. Rio de Janeiro: Fronteira, 1984.
- _____. O prazer do texto. Lisboa, 1970.
- _____. Fragmentos de um discurso amoroso. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981.
- _____. Mitologias. Rio de Janeiro: Difel, 1978.
- BENJAMIN, Walter Magia e Técnica. Arte e Política. Ensaios sobre literatura e História da Cultura. Obras Escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- _____. Haxixe. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- _____. A Modernidade e os Modernos. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975.
- BERMANN, Marshall. Tudo que é sólido se desmancha no ar. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- BÍBLIA DE ESTUDO ALMEIDA. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 2000.
- BORGES, Bonati Dulana Thereza & SILVA, Jairo de F. Rodrigues. O corpo ainda é pouco. II Seminário sobre contemporaneidade. NUC: UEFS, 2000.
- BORGES, Bia. Samba-Canção fratura e paixão. Rio de Janeiro: Codecri, 1982.
- BRANCO, Lucia Castelo. O que é erotismo. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- BRANCO, Frederico. Postais Paulistas. São Paulo: Senac, 2001.
- BUENO, L. Pimenta. A intoxicação alcoólica e as emoções. In Arquivos Brasileiros de
- BRESCIANNI, M. Stella Martins. A mulher e o Espaço Público. Jogos da Política. São Paulo: Marco Zero/ANPUH, 1992.

- BURKE, Peter (org.). A escrita da História: novas perspectivas. São Paulo: UNESP, 1992.
- CAMPBELL, Joseph. O poder do mito. São Paulo: Palas Athena, 1993.
- CAMPORESI, Piero. Hedonismo e Exotismo. A arte de viver na época das luzes. São Paulo: Unesp, 1996.
- CAMPOS, Augusto de. Balanço da Bossa e outras Bossas. Perspectiva, S/D, 1993.
- CANDIDO, João. O álcool não é aperitivo, nem thermogenico. In Archivos Paranaenses de Medicina. Paraná: s. n., 1922 – 23, p. 3 – 13.
- CARNEIRO, Henrique. Álcool e drogas na história do Brasil. São Paulo: Alameda – 2004.
- CASTRO, Rui. Chega de Saudade. A historia e as Historias da Bossa Nova. Cia das letras. São Paulo. 1990.
- CERTAUI, Michel. A invenção do cotidiano. Petrópolis: Vozes, 1986.
- CHALHOUB, S. Trabalho, lar e botequim. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- CHARTIER, Roger. A História Cultural. Entre práticas e representações. Lisboa, 1990.
- _____. Diferenças entre os sexos e dominação simbólica (nota crítica). Cadernos Pagú. 4: Fazendo História das mulheres. Campinas: NEG/Unicamp, 1995.
- CHIOZZA, Luis. Porque adoecemos? A história que se oculta no corpo. Campinas: Editora Papirus. S/D.
- CLAUREUL, Jean. A ordem médica. Poder e Impotência do discurso médico. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- COELHO, Teixeira. O que é indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- CRESPO, Jorge. A História do corpo. Lisboa: Difel 1990.
- DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo comentários sobre a sociedade espetáculo. Rio de Janeiro: Contra ponto, 1986.
- DICIONÁRIO ENCICLOPÉDICO DE PSICANÁLISE. O legado de Freud e Lacan. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- DURAND, Gilbert. As estruturas antropológicas do imaginário. Introdução à arquetipologia geral. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- DURANDIN, Guy. As mentiras na propaganda e na publicidade. São Paulo: JSN, 1997.
- ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- ELÍADE, Mircea. O mito do eterno retorno arquétipos e repetições. Lisboa: Edições 70, 1985.

- _____. Imagens e Símbolos ensaios sobre o simbolismo mágico religioso. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. São Paulo: Blucher, 1982.
- FARO, J. S. Revista Realidade 1966 – 1968. Tempos de reportagem na imprensa brasileira. Canoas/Porto Alegre: AGE Editora, 1999.
- FILHO, Ciro Marcondes. A linguagem da sedução. A conquista da consciência pelas fantasias. São Paulo: Com arte, 1985.
- FILHO, Cyro de Barros Rezende. História Econômica Geral. São Paulo: Contexto, 1991.
- FONSECA, Guido. O submundo dos tóxicos. Rio de Janeiro: s/d.
- FORACCHI, M. M. A juventude na sociedade moderna. São Paulo: Pioneira, 1972.
- FOUCAULT, Michel. A verdade e as formas jurídicas. Rio de Janeiro: PUC – RJ, 1996.
- FREUD, Sigmund. In CONNOR Steven Cultura pós-moderna. São Paulo: Moderna. 1989. p.76.
- GAIRSA, José A. O que é corpo. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- GAMA, Lucia Helena. Nos bares da vida. A produção cultural e sociabilidade em São Paulo. 1940-1950. São Paulo: Senac. 1998.
- GIDDENS, Anthony. As conseqüências da modernidade. São Paulo: Unesp, 1991.
- GIKOVATE, Flavio. Drogas. Opção de perdedor. São Paulo: Moderna, 1996.
- GIORDANI, Mario Curtis. Iniciação ao Existencialismo. Petrópolis: Vozes, 1997.
- GIRARDET, Rauol. Mitos e mitologias políticas. São Paulo: CIA das Letras, 1987.
- GUIMARÃES, Everardo P. Rocha. O que é mito. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- _____. Magia e Capitalismo. Um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- GUMARÃES, Luciano. A cor como informação. São Paulo: Annablume, 2000.
- HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Vértice, 1990.
- HOBBSBAWN, Eric. A era dos extremos. O breve século XX (1914 – 1991). São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- HOLANDA, Aurélio Buarque de. Mini dicionário. São Paulo: Nova Fronteira, 1997.
- IANNI, Otavio. Estado e planejamento econômico no Brasil (1932 – 1970). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977.
- ILLICH, Ivan. A expropriação da saúde. Nemêsis da medicina. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

- JANINI, Otavio. Estado e planejamento econômico no Brasil (1932 – 1970) Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.
- JUNIOR, Synval Beltrão. A musa mulher na canção brasileira. São Paulo: Estação Liberdade, 1993.
- JUNG, C. G. Os arquétipos e o inconsciente coletivo – Vol. 1. São Paulo: Vozes, 2000.
- _____. Memórias sonhos, reflexões. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.
- KALIMEROS. O brilho da infelicidade. Escola Brasileira de Psicanálise. Rio de Janeiro: 1998.
- KOSSOY, Bóris. Fotografia e História. São Paulo: Ática, 1989.
- LAPLANCHE, Jean. Teoria da sedução generalizada e outros ensaios. Artes Médicas, 1988.
- LASCH, Christopher. A cultura do Narcisismo. Rio de Janeiro: Imago, 1983.
- LÊ GOFF, Jaques. Monumento/Documento. São Paulo: Unicamp, s/d.
- LELAND, Charles G. Magia cigana. São Paulo: Bertrand Brasil, 1993.
- LENHARO, Alcir. Cantores do rádio. A trajetória de Nora Ney e João Goulart e o meio artístico de seu tempo. Campinas: 1995.
- LINDZEY, Gardner e HALL, Scavlin. Teorias da Personalidade. São Paulo, 1973.
- LÉVI, Strauss Claude. Tristes trópicos. São Paulo: Anhembi, 1957.
- LEVY, Pierre. O que é virtual? São Paulo: 1998.
- LOGULLO, Eduardo. Meu mundo caiu. A bossa e a fossa de Maysa. São Paulo: Novo Século, 2007.
- LONGENECKER, Gesina. Como agem as drogas. O abuso das drogas e o corpo humano. São Paulo: Quark Books, 1998.
- LOPES, Paulo Eduardo. A desinvenção do som. Leituras dialógicas do Tropicalismo. São Paulo: Ampoll Pontes Editora, 1999.
- LOWY, Michael. Ideologias e Ciências Sociais – Elementos para uma análise Marxista. São Paulo: Cortez, 1988.
- MALANGA, Eugenio. Publicidade uma introdução. São Paulo: Edma, 1987.
- MARCONDES, Ciro. Televisão: a vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.
- MARX, KARL. O Capital. Livro 1. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- MATOS, Maria Izilda Santos de. Dolores Duran. Experiências boêmias em Copacabana nos anos 50. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

- _____. Meu lar é o botequim alcoolismo e masculinidade. São Paulo: CIA Nacional, 2000.
- _____. Melodia e Sintonia em Lupicínio Rodrigues. São Paulo: CIA Nacional, 2000.
- MEDEIROS, Bianca Freire. O Rio de Janeiro que Hollywood inventou. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- MENDES, Mariza B. T. Em busca dos contos perdidos. O significado das funções femininas nos contos de Perrault. UNESP. 1999.
- MENESES, Ulpiano. Revista Projeto História. História e Imagem. São Paulo: Educ. 2000.
- MILAN, JAMES. C Ketcham. Alcoolismo Mito e Realidade. São Paulo: Nobel, 1986.
- MORAIS, Fernando. Chatô – O Rei do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX. O espírito do tempo neurose. Rio de Janeiro: Forense, 1997.
- NETO, Lira. Maysa só numa multidão de amores. São Paulo: Globo, 2007.
- NETTO, Acioly. O Império de Papel. Os Bastidores de O Cruzeiro. Porto Alegre, 1998.
- NOVAES, A. Lilia. A História da Vida Privada no Brasil. Contraste da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- OLIVEIRA, Ana Maria Costa de. O destino (não) manifesto. Os imigrantes norte americanos no Brasil. São Paulo: União, 1995.
- OLIEVENSTEIN, Claude. Os drogados não são felizes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977.
- OLIVEN, Ruben George. A mulher faz e desfaz o homem. In Ciência Hoje. Rio de Janeiro, 1987.
- PEREIRA, Carlos Alberto. O que é contra cultura. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- QUINTANA, Mario. 80 anos de poesia. São Paulo: Globo, 1986.
- RAMOS, Ricardo. História da Propaganda no Brasil. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da USP, 1972.
- _____. Do reclame à comunicação. São Paulo: Atual, 1985.
- REVEL, J. e PETER, J. O corpo: o homem doente e sua história. In LEGOFF, J. e NORA, P.. História: Novos Objetos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976.
- RIBEIRO, Maria Alice Rosa. História sem fim... Inventário da Saúde Pública. São Paulo: UNESP, 1993.

- REZENDE, Joffre M. de. Linguagem Médica. São Paulo: Editorial. 1992.
- ROBSON, Philhip. Que droga é essa? A verdade sobre as drogas e seus efeitos, porque que as pessoas usam e o que sentem. São Paulo: Editora 34, 2003.
- ROSSI, Mirian Deise. O amor na canção. São Paulo: Educ, 1994.
- SALLES, Pedro. História da Medicina no Brasil. Belo Horizonte: Ghoman, 1971.
- SAMUEL, Raphael. Revista Projeto História. História e Imagem. São Paulo: Educ. 2000.
- SANTA CRUZ, Maria Áurea. A musa sem máscara. A imagem da mulher na música popular brasileira. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1992.
- SANTANA, Guilherme. Caminho sem volta. São Paulo: Inter, 1998.
- SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. Polícias do corpo. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.
- _____, O corpo inscrito na historia. Projeto historia. São Paulo: PUC, 2000.
- SANTOS, Fernando Sergio Dumas dos. Alcoolismo. A invenção de uma doença. In OLIVEIRA, Marco Antonio. O demônio da humanidade. São Paulo: 2001.
- SARTRE, Jean Paul. O existencialismo é um humanismo. São Paulo: Abril, 1978.
- SCHURMANN, Ernest F.. A música como linguagem uma abordagem histórica. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- SEVCENKO, Nicolau. A Capital Irradiante: Técnica, ritmos e ritos do Rio. In Novaes Fernando. História da Vida Privada no Brasil. Companhia das Letras, 1998.
- SIMÕES, Imina. Salas de Cinema em São Paulo. São Paulo: SMC. 1990.
- SKIDMORE, Thomas. Brasil de Getúlio a Castelo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- SONTAG, Susan. A doença como metáfora. Rio de Janeiro: Graal. 1984.
- STORR, Anthony. Idéias de Jung. Mestre da modernidade. São Paulo: Cultrix, 1984.
- STRAUSS, Claude Levi. Mito e significado. Perspectivas do homem. Edições 70, 1978.
- SOUZA, Percival. Society Cocaína. São Paulo: 1981.
- TATIT, Luis. Semiótica da canção, melodia e letra. São Paulo: 1999.
- TEIXEIRA, Coelho. O que é indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- TIBA, Içami. Anjos caídos. Como eliminar as drogas na vida do adolescente. São Paulo: Gente, 1999.
- TINHORÃO, José R. Pequena história da música popular. Rio de Janeiro: Vozes, 1978.
- TOSCANO, Jr. e SEIBEL, Sergio D. Dependência de drogas. Rio de Janeiro: Atheiner, 2001.

TOTA, Antonio Pedro. O imperialismo sedutor. A americanização do Brasil na época da Segunda Guerra. São Paulo: Cia das Letras 2000.

VANZOLINI, J. J.. Amor e Sexualidade no Ocidente. Porto Alegre. L e PM, 1992.

VARELA, Fagundes. Amor e Vinho. In O Romantismo. São Paulo: Perspectiva, 1978.

VELLOSO, Mônica. Mário Lago. Boemia e Política. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

VIEIRA, Maria P. de Araújo. Imprensa como fonte para pesquisa histórica. Projeto História. N. 3. São Paulo: PUC, 1984.

WILLIAMS, Raymond. Marxismo e Literatura. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WILSON, Mariana. O Brilho da Infelicidade. Escola Brasileira de Psicanálise. Rio de Janeiro: Kalimeros, 1998.

TESES E DISSERTAÇÕES:

AVANCINI, p. Maria Marta. Nas tramas da fama. As estrelas do rádio em sua época áurea. Brasil anos 40 / 50. PUC – São Paulo, 1996.

COSTA, H. Aprenda a ver as coisas: fotojornalismo e modernidade na revista O Cruzeiro. São Paulo, ECA – USP, 1992.

GONÇALVES, Adilson J. SPES – Saúde Pública, Educação e Comunicação: estratégias de sedução/sedução (1938 - 1969). PUC – São Paulo, 2001.

GODOY, Alexandre P. Imagens Veladas: A Sociedade Carioca entre o texto e o visor. 1952 – 1957. São Paulo: PUC, 2000.

HONORIO, Wolney Filho. No ar amores amáveis. Um estudo sobre a promoção do amor na música brasileira 1951 – 1958. PUC – São Paulo, 1998.

LACERDA, Adriana Ap.. Ensino fotográfico como instrumento técnico de leitura. São Paulo: USP, 1994.

LUCA, Tânia Regina. A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N) ação. São Paulo, 1996, tese de doutorado, FFLCH – USP.

MENEGUELLO, Cristina. Poeira de estrelas, o cinema hollywoodiano na mídia brasileira, décadas de 40 a 50. Campinas: SP, 1992.

MIQUELIN, Maria Aparecida Espíndola. A linguagem da sedução na publicidade do cigarro. São Paulo: PUC, 1996.

- NUNES, Sílvia Alexim. Medicina social e regulação do corpo feminino. Rio de Janeiro: Dissertação de Mestrado, UERJ, 1982.
- OLIVEIRA, Julio César. O último trago, a última estrofe. Vivências boêmias em Uberlândia nas décadas de 40, 50 e 60. São Paulo: PUC, 2000.
- SANTOS, Souza Edgar. Elegância e saúde. As representações da prática de fumar na propaganda. 1910-1940. São Paulo: PUC, 2001.
- SOUZA, Vera Lúcia Puga de. Paixão, Sedução e Violência. Tese de Doutorado, FFLCH – USP, 1998.
- VALDIVIA, Márcia Barros. “Velhos tempos, Belos dias”. Roberto Carlos nos Embalos da Jovem Guarda. 1964-1968.