

A crítica ao cinema brasileiro atual: a retórica das revistas *Veja* e *Bravo!*¹

Regina Gomes*

Resumo:

O artigo expõe os resultados de um estudo retórico-comparativo de críticas de cinema, sobre filmes brasileiros, publicadas nas revistas *Veja* e *Bravo!* entre os anos de 1997 e 2004. Apesar de instituições distintas, as publicações empregaram recursos argumentativos similares para convencer o leitor com avaliações estéticas predominantemente positivas das obras recentes do cinema nacional. Entretanto, a revista *Bravo!* apresentou uma retórica mais fortemente persuasiva que a revista *Veja*. O diálogo entre a retórica e a crítica jornalística demarcou a discussão a respeito dos métodos de interpretação e construção de significado na crítica de filmes.

Palavras-Chave: Retórica; Crítica de cinema; Cinema brasileiro.

Abstract:

The article presents the results of a rhetorical-comparative study of film reviews about Brazilian movies, published in magazines *Veja* and *Bravo!*, between the years 1997 and 2004. Although different institutions, the magazines used similar argumentative resources to convince the reader with aesthetic judgments predominantly positive of recent Brazilian cinema. However, *Bravo!* presented persuasive rhetoric more stronger than *Veja* magazine. The dialogue between rhetoric and journalistic criticism demarcated the discussion relating to the methods of interpretation and meaning construction in film reviews.

Key Words: Rhetoric; Film criticism; Brazilian cinema.

* Doutora em Ciências da Comunicação (Cinema) pela Universidade Nova de Lisboa e professora no curso de Comunicação Social da UCSAL. Atualmente faz estágio Pós doutoral no PÓSCOM-UFBA na área de crítica de televisão. reginagomesbr@yahoo.com.br.

Introdução

O presente trabalho apresenta os resultados de uma pesquisa sobre os recursos retóricos utilizados pela crítica de cinema acerca de filmes brasileiros, publicados (entre os anos de 1997 e 2004) em dois periódicos de referência no Brasil: as revistas *Veja* e *Bravo!*. Trata-se de um estudo retórico-comparativo que investiga como a crítica produzida nestas publicações avalia e justifica argumentativamente a produção cinematográfica brasileira atual e conseqüentemente, qual o funcionamento da lógica de justificação dos valores atribuídos aos filmes.

Este estudo comparativo teve como base de análise a retórica e os processos argumentativos empregados nos discursos críticos. Para isto, o sistema conceitual da retórica de Chaim Perelman (1996; 1999) - um dos fundadores da chamada Nova Retórica na década de 50 e membro da consagrada Escola de Bruxelas - serviu aos propósitos da investigação. Perelman (1996; 1999) e suas duas obras mais importantes, *Tratado da argumentação: a nova retórica* e *O império retórico*, foram condutores essenciais no processo de "por em operação" os princípios de nossa análise através das chamadas *técnicas argumentativas do discurso persuasivo*.

Outra referência conceitual utilizada foi o trabalho do teórico de cinema americano David Bordwell (1991), *Making Meaning: inference and rhetoric in the interpretation of cinema*, obra pioneira na discussão sobre os métodos de interpretação da crítica de filmes. Bordwell reafirma a importância da retórica para a prática da crítica de cinema revelando como as categorias aristotélicas clássicas da retórica *Inventio*, *dispositio* e *elocutio*² estão fortemente presentes no discurso interpretativo dos críticos de cinema. Referimos ainda as recentes pesquisas de Tito Cardoso e Cunha (1996; 2002; 2004) que há muito vem discutindo a relação entre argumentação e crítica jornalística de cinema com bases em suas funções retórica e hermenêutica.

Convém ressaltar a criação e utilização de algumas categorias de análises denominadas de *marcas retóricas* e *marcas contextuais* que foram identificadas nos textos de *Veja* e *Bravo!*. A nossa intenção era a de construir uma pesquisa qualitativa que sustentasse com relevância, validade e representatividade a investigação sobre a prática discursiva da crítica. O discurso, como afirmava Bakhtin, efetivamente não é um meio neutro de descrever o mundo e as resenhas críticas de cinema carregam marcas, sinais ou indícios que revelam, além de sua historicidade, o grau de persuasão para com o público-leitor desses textos. Assim, o que chamamos de *marcas retóricas* e *marcas contextuais* são vestígios presentes nos textos que apontaram para a sua própria revelação. Ou seja, as resenhas críticas, além serem vestígios de uma experiência persuasiva, são também

ricos registros de memória de uma época com que buscamos, como investigadores, dialogar.

As *marcas retóricas* aqui compreendidas subdividem-se em *marcas de valor*, *marcas de justificação de valor* e *marcas das estratégias de persuasão*. As *marcas de valor* são aqueles juízos comumente presentes nos textos da crítica cultural jornalística, fruto da avaliação do crítico sobre a obra. Estes juízos de valor podem ser positivos ou favoráveis ao filme, negativos ou desfavoráveis ao filme ou ainda aquilo a que chamamos de mistos, em que o produtor da crítica faz sua avaliação pautada num juízo intermediário.

Já as *marcas de justificação de valor* são aqueles critérios argumentativos de que a crítica se utiliza a fim de fornecer a justificativa de sua sentença. Parece-nos clara a existência de diversos e variados critérios utilizados pela crítica e não pretendemos superá-los. Procuramos, todavia, agrupá-los em dois blocos generalistas definidores dos juízos sobre os filmes: os critérios de conteúdo e os critérios de forma. Os primeiros valorizam os elementos ligados à “mensagem” do filme, ao impacto social da obra, sejam estes elementos de caráter ideológico, ético ou religioso. Já os critérios de forma destacam os valores da estilística fílmica, do sistema estético-formal da película, como os movimentos de câmara, angulações, fotografia, estrutura narrativa, o som, os diálogos, edição, etc.

Estas alegações de que o crítico necessita para fundamentar seu discurso vêm acompanhadas de *marcas de estratégias de persuasão* que se baseiam nas três categorias clássicas de Aristóteles e que foram repensadas por David Bordwell no campo da crítica cinematográfica. Procuramos identificar nas resenhas os traços de estratégias de invenção, organização e estilo que visam o assentimento do leitor a esses discursos.

As *marcas de contexto*, por sua vez, constituem-se nas *marcas de tempo*. Estas apontam os sinais de elementos presentes no contexto da época em que a crítica foi publicada. O entorno do discurso analisado como a evocação dos movimentos cinematográficos em voga, as referências à retomada de produção do cinema brasileiro, as indicações sobre a presença de fatos relevantes na sociedade, enfim, o tecido social e histórico que registra a época.

É importante salientar que estas marcas identificadas através de uma análise detalhada dos textos funcionam como indicadores de expectativas de cada época, além de operarem como parâmetros mobilizadores básicos dos juízos de aceitação ou recusa dos filmes brasileiros exibidos num dado período. Nestas marcas também são evidenciadas

convenções ou rituais de interpretação dos filmes que, situadas historicamente, irão definir os limites do ato produtor do discurso bem como da recepção do próprio discurso. Se o objetivo da crítica é convencer os leitores da validade de suas observações, ela deve certamente estar ancorada em fortes argumentos e seguir determinadas rotinas interpretativas e de organização do texto a fim de que seus destinatários possam acolhê-la sem suscitar dúvidas.

De um total de 227 filmes brasileiros lançados entre 1997 e 2004³, apenas 95 foram repertoriados pelas revistas *Veja* e *Bravo!*. Entretanto, o escopo de nossa investigação limitou-se a estudar *exclusivamente aquelas críticas sobre o mesmo filme e publicadas conjuntamente em ambos os periódicos*, representando um total de 70 críticas (34 resenhas da *Veja* e 36 da *Bravo!*). A partir daí produzimos nossas inferências e delimitamos nosso território.

As principais conclusões da investigação

Para Perelman (1999) a linguagem encontra sua racionalidade no argumento, sem precisar da demonstração empírica dos fatos como a lógica cartesiana advogava. Mais do que provar com base na demonstração da lógica formal, o discurso que busca convencer baseia-se numa racionalidade argumentativa, procurando não a verdade, mas o verossímil.

O tema da busca por uma “lógica dos juízos de valor” sempre esteve presente nas investigações de Perelman e revela-se fundamental na medida em que este põe em evidência as contingências históricas para identificar quais critérios seriam válidos num determinado contexto. É a lógica do preferível em detrimento da lógica do verdadeiro. É esta a lógica da retórica.

O discurso da crítica de cinema é persuasivo por natureza já que trabalha com a defesa de opiniões, com valores a serem sustentados, às vezes apaixonadamente e como todo discurso valorativo “obriga a uma argumentação fundamentada e persuasiva, fundamentada para ser persuasiva, e justificada de valor, nomeadamente estético, da obra fílmica” (CUNHA, 1996, p. 189). Argumentar é preparar, expor uma tese ou uma opinião de uma determinada forma. No caso da crítica de cinema, a forma encontrada pelos críticos foi a de apresentar o filme e seus valores, geralmente pautados em critérios de forma e conteúdo, não necessariamente consensuais. Um bom filme seria aquele possuidor de determinadas propriedades estéticas o que garantiria seu discurso e

convenceria seus leitores. Longe da idéia de manipulação, o discurso persuasivo da crítica visa ainda estabelecer um ato de comunicação com aqueles leitores encantados pelo universo cinematográfico.

No interessante livro, *El film y su espectador*, Francesco Casetti (1989, p. 17) afirma que quem escreve sobre os filmes é uma testemunha ocular da película e a realização deste ato o legitima (diríamos que retoricamente faz legitimar a autoridade do crítico), para fornecer informações e juízos. Mas, acresce Casetti, quem lê oferece uma prova do mesmo modo clara, uma vez que é a lembrança de uma projeção ou simplesmente o desejo de se assistir a ela que o faz tomar contato com uma crítica.

Se Perelman expressa que os argumentos deveriam sempre ser julgados em relação ao contexto em que se inserem, a observação particularizada das marcas retóricas e contextuais nas resenhas sobre filmes brasileiros só vem provar esta incontornável afirmativa. A estrutura persuasiva dos discursos mobilizou a atenção dos leitores para as novas películas brasileiras e ficou registrada nas críticas como marcas de um diálogo entre o texto, o leitor e a época.

Contexto de produção das críticas ou as dimensões externas do texto

Como se sabe, todo discurso se conforma com sua época e, desse modo, a análise de textos críticos não deve ser isolada do contexto que os produziu. O discurso da crítica de cinema publicado nas revistas *Veja* e *Bravo!* é historicamente datado uma vez que este vive numa ambivalência entre ser transitório, porque imediatista e sempre atualizado, e ao mesmo tempo registra e marca a memória de uma época e o alcance da própria obra, o filme. O crítico, geralmente o primeiro espectador de um filme, testemunha a sua apreciação sobre a obra através de seus escritos, deixados como vestígios de uma experiência de sentido estético-histórico que visa influenciar e seduzir o leitor.

Considerando o momento analisado (1997-2004) e as duas publicações, podemos perceber que tal época foi relevante para a produção de um novo discurso avaliativo sobre o cinema brasileiro. Trata-se do período do Cinema da Retomada ou o que se convencionou chamar como tal, momento em que a imprensa cinematográfica guiou seu olhar para as novas obras do cinema nacional (ORICCHIO, 2003).

A partir de meados da década de 90, dezenas de filmes foram lançados, alguns com efetivo sucesso comercial (*Central do Brasil* de Walter Salles, 1998, *Cidade de Deus* de Fernando Meirelles, em 2002, *Carandiru* de Hector Babenco, *Cazuza* de Sandra Werneck e Walter Carvalho e *Olga* de Jayme Monjardim em 2004), caracterizando a volta do debate sobre que tipo de cinema se pretende nestes novos tempos no Brasil. Se desde os anos 80 até meados da década de 90, a crítica de cinema (sobretudo aquela publicada na imprensa generalista) não tinha em grande conta o cinema nacional - pois agia com certa indiferença e quando mencionava ou avaliava filmes brasileiros e agarrava-se a um discurso de juízo de valor desqualificativo das obras - a partir de, especialmente de 1998 com *Central do Brasil*, a avaliação sobre as películas nacionais passa a ser motivo de acalorados debates travados nas páginas da imprensa cultural.

O jornalismo cultural, neste mesmo período, ganhava fôlego com o surgimento em 1997 da revista *Bravo!*, uma sofisticada publicação mensal com um corpo de admiráveis colaboradores que em suas páginas também promovia avaliações estéticas sobre filmes brasileiros. Concebida por Wagner Carelli e por Luiz Felipe D'Ávila, fundador da editora D'Ávila, esta publicação atuava como "formadora de opinião" e era lida e respeitada por seus leitores, geralmente egressos de uma classe média urbana culta e escolarizada e apesar de mensal, muitas vezes a pauta cultural da publicação determinava a pauta da imprensa diária⁴. A partir de 2004, vale mencionar, a *Bravo!* foi comprada pela editora Abril, distanciou-se de seu projeto original, mudou de formato, tornou-se mais comercial e já não dispõe dos textos e dos jornalistas de excelência de antes.

O pacto com o presente da crítica de cinema e a falta de espaço nas publicações por vezes levam a um exercício de escrita mais leve e acessível beirando, em certos casos, a um mero guia de consumo. A revista *Veja*, hoje a revista semanal de informação mais vendida e mais lida do Brasil, trouxe a marca de um texto pragmático para atender a demanda de seu leitor-modelo e que pode ser confirmado pelas palavras de Isabela Boscov (2009): "A minha intenção na revista *Veja* é me comunicar com o leitor, pensando sempre no estilo e no conteúdo informativo da crítica". Esta intenção foi representada por uma coluna semanal dedicada ao cinema e embora carecendo de especialização, a publicação não deixou de perceber as mudanças modernizadoras nos filmes nacionais. Com um tempo de vida maior, as revistas levam vantagem em relação aos jornais diários, obrigando-se a não perecer tão rapidamente e a durar mais nas mãos do leitor.

O fato é que, neste momento, o cinema nacional suscitava discussões que ecoavam não só entre seus agentes ou a comunidade de criadores e produtores, como também nas

salas de aulas das universidades e nas páginas da imprensa cultural do país. Giovanni Ottone (2007, p. 294) afirma que muitos foram os fatores que colaboraram para os resultados positivos da produção cinematográfica no período da Retomada, dentre eles: “a forte *retomada* da atividade crítica e teórica com o aumento de publicações de vários tipos (livros, revistas especializadas, etc); uma maior abertura por parte da imprensa (escrita, audiovisual, pela internet) com informações sobre a rodagem e lançamento de filmes brasileiros; ampliação da programação nos cinemas”. Como ficou atestado na pesquisa, a crítica de cinema, de certo modo, também se *retomou* nestas duas publicações, buscando pensar, entender, informar e avaliar as novas obras da cinematografia brasileira.

O contexto produtor desses discurso críticos, além disso, pôde ser examinado internamente por meio dos sinais deixados nas críticas. Obviamente que os críticos mencionaram as alterações observadas no cinema brasileiro do período desde a constatação de que uma boa parte desses filmes rompeu com os vícios da produção na década de 80, produzindo boas adaptações de obras literárias, mas variando seus temas, investindo em bons roteiros e nos elementos técnicos da linguagem fílmica, até a necessidade de uma revisão temática tendo muitas vezes o Cinema Novo como parâmetro para a discussão sobre a representação de um “falar nacional”. De fato, para alguns críticos, o Cinema Novo foi tomado como modelo de estética a ser seguido e aqueles realizadores que se distanciaram desse legado foram duramente criticados. Este distanciamento, como ficou atestado nas críticas, implicou na nova forma de retratar o tema da violência no Brasil, que optou por uma renovação estilística, como a agilidade nos processos de montagem e a adoção de planos de curta duração. Vale dizer que, em muitas críticas, os comentários apontavam para o questionamento sobre o excesso⁵ desta temática nos filmes e sua “inevitabilidade” no cinema brasileiro. Michel Laub (2004, p. 78) na *Bravo!* referiu que, “Nenhum mote rendeu tanto no cinema brasileiro recente quanto à violência”, a respeito de *O outro lado da rua*. E Nirlando Beirão (1999, p. 68) também na *Bravo!* afirmou, não sem sua ironia peculiar que: “(...) dá para desconfiar: se alguém vier a salvar a favela, algum dia, não será o governo federal, será o cinema nacional”.

Merece destaque uma outra referência deixada como marca de temporalidade da Retomada: a relação entre cinema e televisão, seja para enfatizar o diálogo entre os meios, seja para criticar esta relação, os textos não deixaram de registrar este debate vigente até os dias atuais. Viu-se nas críticas até mesmo a defesa dessa relação dialógica, como a de F. Marx (1997, p.81), na revista *Bravo!*, a propósito de *Pequeno dicionário amoroso*: “(...) não há nada de errado com a nova cara e o novo jeito de falar

do cinema brasileiro. O futuro dele está nas mãos da televisão. É estupidez querer negar isso (...)"'. Já F. Scalzo (1997, p.118) na *Veja* sustentou seus argumentos na direção contrária: " (...) o novo cinema brasileiro é filho da televisão. É um cinema que não se arrisca. *Pequeno dicionário amoroso* limita-se a retratar aquilo que é comum a todos".

Além disso, em algumas críticas, foram visíveis os vestígios da política de incentivo à atividade cinematográfica nacional quando, por exemplo, Aydano A. Motta (2000, p. 56) da *Bravo!* refere-se à Lei do Audiovisual: "(...) A Lei do Audiovisual deve ser prorrogada, até que se estabeleça o hábito do público de assistir às produções nacionais".

A presença dos filmes brasileiros em festivais nacionais e internacionais ficou registrada nos textos dos periódicos, não apenas para caucionar os filmes, mas também como janela de exibição das obra dentro e fora do território. Neste período, vários filmes (*Central do Brasil*, *Edifício Master*, *Cidade de Deus*, *Eu, tu, eles*, *Carandiru*, etc) foram indicados e/ou premiados em Cannes, Berlim, Gramado, Miami, Veneza, etc.

Por fim, nas marcas de contexto encontradas, esses elementos foram vistos ao mesmo tempo como fato e valor de renovação expressiva de nossa cinematografia recente. Fato porque os dados eram aparentes - aumento na safra de filmes, mudanças significativas nas cadeias de produção, exibição e distribuição em relação, sobretudo, ao início da década de noventa. E valor por que esses aspectos estavam ligados à uma renovação no modo de expressão da nossa cultura, para o bem e para o mal, mas antes de tudo deixadas como sinais da experiência cinematográfica de uma época.

Sobre o perfil dos filmes brasileiros na *Veja* e *Bravo!*

Primeiramente observamos que os filmes ficcionais foram os que mais provocaram críticas nas duas publicações, ou seja, somente foram comentados dois documentários, gênero que se expandiu bastante durante o momento da Retomada – com a produção de diretores respeitados como Eduardo Coutinho e João Moreira Salles – mas que ainda padece de problemas de distribuição e de falta de visibilidade para as editorias dos cadernos de culturas dos periódicos. E embora o documentário tenha respondido por aproximadamente 30% a 40% das estréias nacionais nos últimos 10 anos, o gênero tem tido pouca visibilidade na imprensa generalista, sobretudo no campo do jornalismo cultural. Pedro Butcher (2005) afirma que entre 1995 e 2004 mais de 40 documentários estrearam no circuito brasileiro, um número bastante significativo visto que as salas de cinema transformaram-se quase que exclusivamente em espaços de exibição de longas

de ficção. Porém, boa parte dessas obras chegaram somente ao chamado circuito alternativo o que, de um modo geral, não fez gerar críticas nos periódicos analisados.

Além disso, o universo dos filmes que ocasionaram mais críticas nas duas publicações tem um perfil peculiar⁶: são em sua maioria filmes que investiram em grandes campanhas de marketing e de ampla repercussão na mídia por terem sido premiados em consagrados festivais de cinema. Entre outras ilações, esses fatos demonstram uma íntima relação entre a prioridade das agendas no jornalismo cultural (seja no mais massivo como na revista *Veja*, seja no mais especializado como na *Bravo!*⁷) e as campanhas de marketing das produções brasileiras. Este agendamento nas editorias de cultura de *Veja* e *Bravo!* seguiu a lógica condicionada pela indústria cultural e priorizou aqueles filmes nacionais que pautavam a semana ou o mês na mídia. Citemos o exemplo de *Carandiru* que estreou comercialmente em 260 salas em 11 de abril de 2003. O filme de Hector Babenco foi co-produzido pela *Globo Filmes*, teve uma das maiores bilheterias do cinema nacional: 4,6 milhões de espectadores e contou com uma eficiente estratégia de lançamento e distribuição (Columbia Pictures). Sua repercussão na imprensa cinematográfica foi considerável e tanto a *Veja* quanto a *Bravo!* trataram a estréia da película com uma relevância rara vezes vista nas publicações. A *Veja*, com crítica de Isabela Boscov (2003), dedicou incríveis três páginas para o filme e a *Bravo!* - com textos assinados por Michel Laub e Almir de Freitas (2003) - doze páginas, embora boa parte delas reservadas a uma enorme entrevista com o diretor.

A inserção do cinema brasileiro no universo publicitário dificilmente foi tranqüila e tanto a crítica acadêmica quanto a crítica jornalística de cinema viram com desconfiança a relação entre os interesses comerciais e estéticos de nossa produção cinematográfica. A *Globo filmes*, a partir de 1998, teve uma forte presença (como co-produtora de várias películas⁸) na visibilidade dada as obras que acarretaram mais críticas. Ademais, não podemos deixar de referir que própria crítica comum de cinema faz parte da rede de discursos de divulgação dos filmes e que, muitas vezes atua como mera promotora de "vendas" do filme⁹.

Vale dizer que algumas exceções foram curiosas, mas ao mesmo tempo esperadas. Filmes como *Edifício Master*, *Babilônia 2000*, *Cama de gato*, *Outras histórias*, *Boleiros* e *Amarelo manga* também ganharam espaço nas publicações, apesar de não contarem com grandes campanhas de divulgação e várias razões podem ser apontadas. *Edifício Master* e *Babilônia 2000* são obras do prestigiado Eduardo Coutinho que emprestou seu *ethos*, sobretudo, para promover os títulos no circuito alternativo. *Cama de gato* destacou-se por seu baixíssimo orçamento e por ter como protagonista Caio Blat, jovem

ator de telenovelas da Globo. A emissora também está ligada ao nome de Pedro Bial que dirigiu *Outras Histórias*. *Boleiros* ganhou relevância especialmente no eixo Rio-São Paulo onde conseguiu um número razoável de espectadores. E, por fim, *Amarelo manga*, primeiro longa de Cláudio Assis que recebeu prêmios em festivais nacionais e internacionais, mas causou furor pelas polêmicas declarações de seu diretor que repercutiu com saliência na mídia cinematográfica brasileira.

Sobre a análise retórica das críticas ou as dimensões internas do texto

Após um exaustivo processo de análise interna dos textos nas duas publicações consideramos apontar nossas conclusões. Os indícios deixados nas críticas da *Veja* e *Bravo!* foram reveladores de certas práticas discursivas, práticas estas que afirmaram um diagnóstico de valor sobre o cinema da Retomada no Brasil, da justificação argumentativa desse valor atribuído e de quais estratégias persuasivas foram utilizadas para conseguir a aceitação do leitor.

Dentre as 70 críticas analisadas nas duas publicações, podemos afirmar que 46% delas emitiu um juízo positivo sobre os filmes, 38% produziu um julgamento intermediário e em apenas 16% das resenhas críticas verificamos uma avaliação essencialmente negativa das películas brasileiras. Aqui, o importante é pensar que esses resultados podem revelar uma mudança no discurso da crítica de cinema veiculadas nessas publicações que, a partir de meados dos anos 90, assistem ao crescimento das produções nacionais tanto em quantidade¹⁰ quanto em qualidade (técnica, para fugirmos das discussões subjetivas de gosto) das obras. Esta “virada” de perspectiva, portanto, acompanhou a própria evolução do cinema brasileiro. No final dos anos 90 esses periódicos dedicaram mais espaço para a reflexão sobre os filmes nacionais, sobretudo a partir de *Central do Brasil* (1998), de Walter Salles que ganha até mais de uma crítica na revista *Bravo!*.

As variadas justificações para um valor acolhedor das obras do cinema nacional estão visíveis nos discursos das duas publicações, sejam as de ordem estética – investimento em bons roteiros, valorização do elenco, soluções criativas de montagem, qualidade de áudio e imagem, sejam as da ordem do conteúdo, como sensibilidade e diversidade no tratamento temático das obras, ainda que esteja presente a discussão sobre como melhor representar o Brasil nas telas, aliada ao debate sobre a herança do Cinema Novo.

O reconhecimento, por parte da crítica, de que o cinema brasileiro estava passando por expressivas transformações modernizadoras técnicas e estéticas e por uma aposta multireferencial de gêneros e temas, ficou inscrito nos textos dos periódicos, nas avaliações dos filmes e nos argumentos de sustentação dos juízos. Esta “modernização” de seu parque produtivo e artístico, já discutida por vários autores (XAVIER, 2001; RAMOS, 2004) e que, de certo modo, questiona a crença ingênua e excessiva no “talento do autor” como contraposição das deficiências técnicas, já havia dado sinais desde a década de 80, conforme aponta José Mário Ortis Ramos (2004), mas será somente no final da década de 90 que se perceberá o avanço acentuado nos padrões técnicos e artísticos dos filmes.

E, embora seja aqui considerado os diferentes discursos, instituições jornalísticas e seus respectivos públicos, observou-se uma visão bastante acolhedora em relação às películas nacionais, ainda que em muitas críticas a defesa das obras fosse parcial e estivesse condicionada a certos aspectos. Importa deixar claro que a pesquisa não pretendeu entrar no mérito da atribuição de julgamento dos críticos, terreno por demais movediço para uma pesquisa desta natureza, mas sim o de analisar a discursividade argumentativa dos mesmos. Dessa forma, não nos arriscamos a falar em complacência da crítica para com o cinema da retomada, como certos críticos defendem (PIZA, 2004; CAETANO, 2005), uma vez que mesmo sabendo da imposição das agendas no jornalismo cultural brasileiro, parece-nos leviano afirmar que faltou independência à crítica jornalística de cinema, especialmente nestas duas publicações.

Ademais, alguns filmes da Retomada, recebem também o aval legitimador através de prêmios em festivais nacionais e internacionais, o que reforçou e por vezes garantiu um certo *status* aos filmes, visto nos comentários dos críticos como forte apelo persuasivo de autoridade para conquistar o leitor.

Vale salientar que a crítica em ambas as publicações questionou, naqueles filmes que receberam juízos negativos ou intermediários, exatamente os precários recursos estéticos utilizados pelos diretores os quais podemos incluir os processos de adaptação de roteiro e de linguagem, seja de uma obra literária para o cinema, seja de um produto televisivo para o cinema, a previsibilidade narrativa e o desempenho dos atores. Em *Olga* os diálogos soam anti-naturalistas, a estética televisiva, os *closes* em excesso para a crítica Isabela Boscov (2004). Já para Luiz Sampaio (1998), *Bela Donna* não foi feliz na adaptação do romance *Riacho Doce* e o roteiro foi “mal amarrado”, enquanto que *Amarelo manga* insiste nas atuações teatrais (BOSCOV, 2003).

Portanto, mais do que efetivamente divergirem sobre as temáticas apresentadas nos filmes nacionais, a crítica contestou o modo expressivo de condução das idéias, a execução propriamente dita do projeto. Isto não impediu que a crítica, sobretudo na revista *Bravo!*, interrogasse igualmente as escolhas¹¹ e até mesmo a falta de um projeto estético unificador para a nossa cinematografia recente, mas prevaleceu a ênfase nos aspectos formais do filme como a boa qualidade do roteiro, da montagem, da direção, da fotografia e do som.

No que diz respeito às estratégias argumentativas de estilo examinadas nos periódicos notamos o emprego recorrente de adjetivos para qualificar ou desqualificar o filme. Tanto na revista *Veja* quanto na *Bravo!* os qualificativos foram abundantes variando entre os mais triviais (arrastado, maravilhoso, chato, pomposo, esquisito, delicioso, droga, angustiante, etc) e os mais elaborados (acadêmico, simbólico, complexo, declamatório, didático, clichêizado), conforme a publicação. A *Veja* notoriamente se apropria da cultura popular massiva no discurso para atender ao leitor médio que se sente identificado com referências mais populares. Um discurso ligeiro que mistura informação e opinião adaptado ao perfil de generalidades da revista. Já a *Bravo!* emprega referências da cultura letrada com forte carga de elementos extra-textuais, sobretudo nas áreas de Literatura, Teatro, Fotografia, Psicanálise e Sociologia. Os adjetivos nesta publicação são carregados de um humor corrosivo, porém elegante, uma vez que seus críticos possuem um repertório diferenciado e veiculam um discurso opinativo aproximando-se do ensaio. Convém destacar que os adjetivos são importantes mecanismos de persuasão, particularmente num discurso opinativo, como o é na crítica de cinema em que a *defesa de uma tese* ratifica a inexistência de uma neutralidade discursiva e, por isso mesmo, exercem uma enorme influência sobre o leitor. Adilson Citelli (2004, p. 77) chama a atenção de que o plano do convencimento é menor em textos de dominância informativa e aumenta significativamente naqueles outros de dominância opinativa, isto é, nos artigos críticos e analíticos.

Analogias e metáforas também fizeram parte desses discursos sendo que estas últimas em menor proporção, mas ambas com o papel de transferir sentido e aproximar-se do leitor e futuro espectador do filme. Utilizadas com significativa superioridade na *Bravo!* a analogia “constitui uma das características da comunicação e do raciocínio não-formais” (PERELMAN, 1999, p.127) e difere do sentido de *proporção* puramente matemático uma vez que não se fundamenta na igualdade de duas relações, mas sim numa similitude de correspondências. A argumentação do discurso da crítica na *Bravo!* sustentou analogias para seus leitores e estabeleceu ligação entre os personagens Olga e Luís com Giuliana e Matteo (em *Olga* de Monjardim) ou entre a personagem interpretada por Cláudia Abreu

com *Scarlet O'Hara* (em *Guerra de Canudos* de Sérgio Rezende) ou ainda entre uma fotografia de Eddie Adams e o filme *Ação entre amigos* de Beto Brant. Estratégias discursivas destinadas aos leitores da *Bravo!* que já traziam um repertório adequado à essas referências de significado para a ação de produção do efeito persuasivo.

Nos chamados por Perelman de "argumentos quase-lógicos", ou seja, aqueles que vão explorar sua potência persuasiva à semelhança dos princípios lógicos (sem contudo almejar a certeza da lógica formal), "será necessário precisar os termos utilizados, eliminar toda a ambigüidade, retirar ao raciocínios qualquer possibilidade de múltiplas interpretações" (PERELMAN, 1999, p. 73). É bom deixar claro que nesta situação não se discute a demonstração válida ou inválida, mas os argumentos mais ou menos fortes.

Este é o caso do argumento de comparação que sobressaiu-se por sua grande quantidade em relação à outros recursos empregados nos periódicos. Conforme Perelman (2002, p. 274) "A argumentação não poderia ir muito longe sem recorrer as comparações, nas quais se cotejam vários objetos para avaliá-los em relação ao outro". Esta idéia de "medição" foi bastante usada tanto em *Veja* quanto em *Bravo!*, seja para estabelecer relações com obras do mesmo diretor, seja para comparar com filmes de outros diretores e o objetivo é sempre convencer o leitor de que o juízo estabelecido pelo crítico partiu de uma constatação de fato. Não trata-se de mera coincidência o fato de muitos dos filmes comentados serem produto de adaptações de obras literárias, televisivas e até dramatúrgicas e a crítica apropriou-se bastante do argumento de comparação para criar vínculos mensurativos de valor (para enaltecer ou inferiorizar) em obras como *O auto da compadecida*, *Brás Cubas*, *Olga*, *Cidade de Deus*, *Carandiru*, *Policarpo Quaresma*, *Casseta e planeta* e *Abril despedaçado*, só para citar algumas.

Já aqueles argumentos "baseados na estrutura do real" instalam uma "ligação" entre opiniões sobre essa estrutura do "real", ou melhor, sobre uma construção social da realidade. É uma ligação em que é possível constituir um discurso argumentativo que permite passar "daquilo que é admitido ao que se quer fazer admitir". Perelman (1999, p. 105) chamará de ligação de coexistência aquela que "relaciona uma essência e suas manifestações" como a relação entre "uma pessoa e suas ações, os seus juízos e as suas obras". Apesar de não ser necessariamente linear, esta ligação foi (e é) muitas vezes utilizada pela crítica de cinema para demarcar a crítica centrada na noção do autor quase sempre caindo na armadilha de não analisar a obra de modo singular, mas sempre vendo-a como mais uma obra do "consagrado diretor". Nas críticas da *Veja* e *Bravo!* o apelo à "ligações de coexistência" foi significativo uma vez que claramente, além de adotar a eficácia da manobra persuasiva, o discurso da crítica de cinema ainda

permanece vinculado ao legado da política dos autores instituída pelos *Cahiers du Cinéma*. Na relação entre o conjunto da obra e o seu diretor, reveladora das marcas de autoria, coexistiu um elo que enlaçou Walter Salles, Eduardo Coutinho e Beto Brant à suas respectivas realizações cinematográficas, independente de uma avaliação particularizada do filme.

Por fim, há ainda os argumentos que “fundam a estrutura do real” em que o caso particular é generalizado indutivamente para instituir aquilo que se crê ser uma estrutura do real socialmente construído. *Veja e Bravo!* recorreram ao exemplo, ao modelo e em particular à ilustração para garantir, nas palavras de Perelman, “uma certa presença na consciência” (1999, p. 121). E se a realidade do exemplo deve ser inconteste, a ilustração deve “impressionar a imaginação”. Com larga superioridade na *Bravo!*, que dispunha de textos longos para o exercício de seu ensaísmo-crítico-estético, a argumentação pela ilustração potencializa a discursividade expressiva-cinematográfica uma vez que esta alimenta-se da imagem, do não-verbal e nada mais persuasivo do que guiar o leitor para o mundo do espectador. A descrição detalhada de sequências inteiras ou do perfil psicológico dos personagens aliado à reconstituição verbal da *mise-en-scène* e dos diálogos, foram vistos muitas vezes na *Bravo!* como traço revelador do discurso da revista que convidava o leitor para dentro da cena, provocando sua imaginação. Vale dizer que a argumentar pela ilustração reforça técnica da *presença* que atua de maneira direta sobre nossa sensibilidade, com a vantagem de evocar situações afastadas no tempo e no espaço, e pode efetivamente comover o público.

Já a argumentação pelo modelo - um caso particular apresentado como um paradigma ou uma ação a ser imitada - foi mais utilizada na revista *Veja* que em diversas ocasiões apontou padrões a serem seguidos pelos filmes nacionais do período. Foi esse o caso, para a crítica da *Veja*, de *Carandiru* que devia tratar a violência de maneira pouco maniqueísta como fizera o documentário *Ônibus 174* ou afirmar que Pedro Bial em *Outras Histórias* pecou por não seguir o modelo de adaptação literária de sucesso de *Dona Flor e seus dois maridos* ou ainda o *Auto da compadecida* como modelo de sucesso da relação entre cinema e TV comparado à *Lisbela e o prisioneiro*.

Para convencer os leitores por meio de seus discursos ambos os periódicos lançaram mão do argumento de autoridade e das provas clássicas baseadas no *ethos* que remetem às virtudes do crítico, ou seja, “os aspectos atrativos da atitude do crítico servirão como garantia de seus juízos sobre o filme” (BORDWELL, 1991, p. 35). Pode-se também invocar a autoridade e credibilidade, como aqui se viu tanto em *Veja* quanto em *Bravo!*, do diretor, do elenco e dos profissionais do filme que funcionaram muito bem como apoio

retórico ou mesmo prova de uma interpretação. A garantia de depoimentos “autorizados” de diretores de cinema, seu currículo e sua carreira com premiações em festivais na bagagem, e os críticos como conhecedores especializados da matéria, caucionaram a sustentação de juízo para convencer o leitor.

Neste momento, algumas observações são necessárias. Primeiro percebemos que a herança da crítica centrada na noção de autor reforçou a autoridade do realizador. Ser autor é ter domínio sobre o próprio filme, é ter *expertise* para falar, analisar e credibilizar a sua obra. Assim é que a *Bravo!* citou literalmente frases de Guel Arraes e de Ariano Suassuna e a revista *Veja* fez o mesmo com Hector Babenco. Em segundo lugar, certas práticas do jornalismo cultural popular e massivo sustenta-se no chamado culto à celebridade ocasionando a vedetização de certos diretores e confundindo as suas obras com a sua fama ou prestígio. No cinema brasileiro, nomes como Walter Salles, Fernando Meirelles, Guel Arraes, Eduardo Coutinho, Walter Carvalho, Cacá Diegues, Jorge Furtado, já são citados como vedetes. Além disso, os filmes que suscitaram mais críticas nas duas publicações são efetivamente filmes com diretores famosos. Por fim, ressaltamos que o discurso da crítica de cinema na revista *Veja* amparou-se de modo mais freqüente no *ethos* dos diretores com o intuito de ampliar a sua teia de relacionamentos com leitor, agindo didaticamente de modo a instruí-lo sobre os realizadores e suas trajetórias. Notou-se um discurso mais informativo que analítico e que construiu um raciocínio lógico-argumentativo para o consumo da leitura diferentemente dos textos da *Bravo!* que também recorreu à estratégias de autoridade, mas exibiu um discurso menos didático, mais preocupado com a apreciação da obra fílmica, amparando-se na credibilidade do crítico possuidor de atributos como o humor, o rigor, a erudição e a isenção.

Veja e *Bravo!* também apelaram ao *logos* que consiste no exame de como os argumentos indutivos funcionam para nos convencer de sua validade. Os leitores dos periódicos se deixaram levar pela quantidade de detalhes e indicações oferecidas pelos críticos que funcionaram como dados purificados, algo para além das palavras. De fato, *Veja* afirmou que *Bela Donna* custou 4,5 milhões de dólares, duas vezes mais que *O Quatrilho*, e que, em 2003, a *Globo Filmes* ficou com 92% dos ingressos vendidos para filmes nacionais. Já a *Bravo!* citou os 2.000 extras e 50 atores para o elenco secundário e os 80 mil metros de filmes de *Coração Iluminado* e também o fato do Brasil produzir, em 2001, 30 filmes anuais e ser o sexto mercado cinematográfico do mundo. Saliente-se que essas informações acessórias que rondam o discurso da crítica parecem estar incorporadas aos textos e as próprias produtoras fazem questão de divulgar aos jornalistas esses números. O orçamento e outras informações técnicas acabam por despertar interesse tanto da produção do filme, quanto da sua divulgação. Aqui muitas vezes a crítica assume esse

papel de divulgar esses dados para impressionar (positiva ou negativamente) o destinatário do texto.

As provas retóricas centradas no *pathos* são motivadas por um apelo às emoções do leitor. O crítico deve envolver o leitor pelo discurso, destacar as qualidades ou os defeitos do filme que, a seu juízo, devam causar grande impacto para o leitor. Conforme Bordwell (1991, p.36): “o crítico apresentará suas descrições e julgamentos de modo que provoquem juízos apaixonados, destacando as qualidades emotivas do filme ou demonstrando drasticamente quão absurdo, pretensioso e tosco o filme é”. Verificamos que o discurso da *Bravo!* apelou muito mais aos sentimentos do leitor que o da *Veja*. E isso porque os textos da *Bravo!* têm o caráter fortemente opinativo, de defesa de ponto de vista e às vezes até de enfrentamento com o que seu leitor, daí sua natureza emotiva prevalece, sem contudo, ancorar-se no sensacionalismo. Além disso, os críticos da revista mantêm suas convicções, permeadas pelo humor irônico e inteligente o que só amplifica a emoção.

Concluindo, em qualquer processo comunicativo, e a crítica de cinema não foge à regra, a argumentação atua numa rede de solidariedade de elementos que ajudam e enriquecem o efeito persuasivo pretendido. Na maioria das vezes a potência da argumentação só aparece no conjunto da ação de várias estratégias, mais ou menos adequadas a um determinado tipo de discurso e de público, e os resultados da pesquisa só vêm confirmar tal proposição. Aqui, longe de percebermos o uso dessas estratégias como elementos isolados, investigamos essas marcas nos organismos discursivos globais da *Veja* e *Bravo!*. Assim é que muitas vezes as publicações recorreram, concomitantemente, ao uso do exemplo, da ilustração, da presença, da analogia e da metáfora, das provas lógicas, etc, sempre com intenção de defender as suas teses pretendidas que aqui se provou ser as de atribuir e construir juízos interpretativos de avaliação estética, ancorados em critérios (não consensuais) formais, estilísticos e temáticos, mais ou menos justificados, aos filmes brasileiros da Retomada.

A análise particularizada das resenhas ao lado da avaliação dos condicionantes históricos comportou a realização de uma pesquisa interdisciplinar que valorizou os discursos da crítica de cinema como objetos retóricos e históricos e que também revelou a trajetória da mudança nos processos de análise estética dos recentes filmes nacionais. O diálogo entre a retórica e a crítica jornalística de cinema balizou o debate a respeito dos métodos de interpretação e construção de significados na crítica de filmes. A pesquisa confirmou que as diferentes instituições jornalísticas e seus públicos-leitores demandaram diferentes modos de persuasão, embora certos argumentos empregados pelos críticos

fossem similares. Entretanto, podemos afirmar que a revista *Bravo!* proporcionou um plano de convencimento maior, sobretudo por apresentar uma retórica mais contundente, afirmativa, pautada em fortes argumentos que nortearam as análises dos filmes e que seus críticos atuaram antes como juízes-intérpretes das obras do que como tradutores da verdade dos filmes. Já a revista *Veja* fundou-se numa retórica que, apesar de por vezes embaralhar opinião com informação, fundamentalmente privilegiava a informação resultando num plano persuasivo de menor alcance para atender aos interesses editoriais da revista e de seus leitores que buscavam a rapidez do processo comunicativo.

Resta-nos dizer por fim que pensar sobre o cinema brasileiro hoje é saber que os processos expressivos da cultura não existem sem os discursos que sobre eles se desenvolvem.

Referências bibliográficas

- ARISTÓTELES. **Retórica**. Trad. Manuel Alexandre Júnior; Paulo Farmhouse Alberto; Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, Estudos Gerais, Série Universitária, Clássicos de Filosofia, 1998.
- BARROS, André Luiz. Conselheiro Superstar. **Revista Bravo!**, n.01, out. 1997, p.72-73.
- BEIRÃO, Nirlando. *Day after* com otimismo. **Revista Bravo!**, out. 1999, p.67-69.
- BORDWELL, David. **Making meaning**: inference and rhetoric in the interpretation of cinema. USA: Harvard University Press, 1991.
- BOSCOV, Isabela. Uma decepção chamada Carandiru. **Revista Veja**, ano 36, ed.1797, abr. 2003, p.112-114.
- BOSCOV, Isabela. Cores fortes: em Amarelo Manga, só o desejo sobrevive à sordidez. **Revista Veja**, ano 36, ed.1815, ago. 2003, p.107.
- BOSCOV, Isabela. A espiã que veio do frio. **Revista Veja**, ano 37, ed.1867, ago. 2004, p.117.
- BOSCOV, Isabela. **I Congresso de Jornalismo Cultural**. Disponível em: <http://congressojornalismocultural.wordpress.com/>. Acesso em: junho de 2009.
- BUTCHER, Pedro. **Cinema brasileiro hoje**. São Paulo: Publifolha, 2005.
- CAETANO, Daniel (org.). **Cinema brasileiro: 1995-2005**. São Paulo: Associação Cultural Contracampo, 2005.
- CARELLI, Wagner. **A editora D'Avila e a revista Bravo!**. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=83>. Acesso em: 03/06/2009.

- CASETTI, Francesco. **El filme y su espectador**. Madrid: Cátedra, 1989.
- CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. São Paulo: Ática, 2004.
- CUNHA, Tito Cardoso. Cinema, crítica e argumentação. **Revista de comunicação e linguagens**. Lisboa: Cosmos. n.23 (Dez. 1996) 189-194.
- CUNHA, Tito Cardoso. Comunicação, argumentação e crítica: o caso da crítica de cinema. In: MIRANDA, Bragança.; SILVEIRA, Joel da, (ed.). **As ciências da comunicação na viragem do século** (Actas do I Congresso de Ciências da Comunicação). Lisboa: Vega, 2002.
- CUNHA, Tito Cardoso. **Argumentação e crítica**. Coimbra: MinervaCoimbra, 2004.
- FREITAS, Almir; LAUB, Michel. O cineasta dos sobreviventes. **Revista Bravo!**, ano 6, ed.67, abr. 2003, p.20-33.
- FREITAS, Almir. A heresia vai ao cinema. **Revista Bravo!**, ano 3, n.36, set. 2000, p.50-57.
- LAUB, Michel. A cidade e os fantasmas. **Revista Bravo!**, n.18, jun. 2004, p.78-79.
- LAUB, Michel. Uma tese dublada e legendada. **Revista Bravo!**, n.12, set. 1998, p.67.
- MARX, Francisco. Enfim, o naturalismo. **Revista Bravo!**, n.1, out. 1997, p.81.
- MOTTA, Aydano André. Nós, a nova estética. **Revista Bravo!**, n.35, 2000, p.52-56.
- ONOFRE, José. Uma Mar del Plata perdida no tempo. **Revista Bravo!**, n.13, out. 1998, p.72.
- ORICCHIO, Luiz Zanin. **Cinema de novo**: um balanço da retomada. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.
- OTTONE, Giovanni. O renascimento do cinema brasileiro nos anos 90. In: **Revista ALCEU**. Rio de Janeiro: PUC-RIO, v.8, n.15, jul./dez. 2007.
- PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2004.
- PERELMAN, Chaim e OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- PERELMAN, Chaim. **O império retórico**: retórica e argumentação. Lisboa: Edições Asa, 1999.
- RAMOS, José Mário Ortis. **Cinema, televisão e publicidade**: cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980. São Paulo: Annablume, 2004.
- SAMPAIO, Luiz. Bela droga. **Revista Veja**, ano 31, ed.1559, 1998, p.140.
- SCALZO, Fernanda. Pílulas na tela. **Revista Veja**, n.4, ano 30, ed.1480, jan. 1997, p.118.
- TEIXEIRA, Ivan. Luta com os livros. **Revista Veja**, n.19, ano 32, ed.1597, mai. 1999, p.135.
- XAVIER, Ismail. **O cinema brasileiro moderno**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

WLOSZCZYNA, Susan., DE BARROS, Anthony, Movie critics, fans follow surprisingly similar script; Reviewers and filmgoers go hand in hand when it comes to picking box office hits. In: **USA Today** (Feb. 25, 2004), p.A01.

Notas

¹ Uma versão reduzida com as conclusões parciais da pesquisa foi apresentada no XIII Encontro Internacional da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (SOCINE), realizado entre os dias 06 e 10 de outubro de 2009. Participaram da pesquisa os discentes de iniciação científica: Gustavo Ferreira da Silva, Caroline de Aragão Bahia Martins, Elva Fabiane Matos do Valle, Gabriel Brugni, Fernanda Félix, Lucas Almeida de Souza e Elieilson Santana Santos. O banco de dados foi produzido por Gustavo Ferreira da Silva.

² Aristóteles (1998) já no século IV a.C., fornecerá os fundamentos de uma teoria da argumentação, isto é, será ele quem sistematizará os conceitos, dando nome às diversas técnicas utilizadas e percebendo a argumentação como um conjunto de estratégias que organizam o discurso persuasivo.

³ Incluídos filmes de ficção e documentário, segundo dados publicados por Pedro Butcher em *Cinema brasileiro hoje*.

⁴ Wagner Carelli (2004) afirma: "De ricas madames a pobres estudantes universitários, todo o mundo lia a revista, comentava, pautava-se por ela. O mais incrível: os jornais diários passaram a pautar suas seções culturais por aquela revista mensal".

⁵ Embora, convém ressaltar, que os textos também apontaram para a ausência de um movimento estético de estilo dominante no período abordado na pesquisa, mas reconheciam que certas temáticas se repetiam com frequência.

⁶ Cito alguns deles: *Guerra de Canudos* (Sérgio Rezende, 1997), *Central do Brasil* (Walter Salles, 1998), *Eu, tu, eles* (Andrucha, Waddington, 2002), *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002), *Olga* (Jayme Monjardim, 2004), *Deus é Brasileiro* (Carlos Diegues, 2003), *Abril Despedaçado* (Walter Salles, 2001) *Auto da Compadecida* (Guel Arraes, 2000), *Cazuza* (Sandra Verneck e Walter Carvalho, 2004), *Carandiru* (Hector Babenco, 2004), *O homem que copiava* (Jorge Furtado, 2003), *Lisbela e o prisioneiro* (Guel Arraes, 2003).

⁷ Vale dizer que o perfil peculiar discursivo da *Bravo!* não a exime do agendamento, conforme atesta seu editor-chefe, Wagner Carelli: "(...)Falava-se aí de cultura mas não de uma forma meramente expositiva, informativa – não era agenda, era ensaio cultural. O espírito da *Bravo!* foi esse, o ensaístico-crítico **que não deixava de lado a agenda – só que a agenda era ensaístico-crítica também**". (grifo nosso).

⁸ Como *Cidade de Deus*, *Auto da Compadecida*, *Carandiru*, *Lisbela e o prisioneiro*, *Olga* e *Cazuza*, o tempo não pára, não por acaso filmes que também mereceram pesado investimento em marketing.

⁹ O jornal americano *USA Today* publicou o resultado de um estudo que fez sobre a relação significativa entre as arrecadações das bilheterias e as críticas da imprensa. Segundo a publicação, apesar de não ser possível estabelecer uma relação de causa e efeito entre as resenhas e os lucros, não se trata de uma mera coincidência o fato de os filmes mais elogiados terem sido também os de maior bilheteria. A pesquisa foi feita com 140 grandes lançamentos de filmes no ano de 2003 (isto é, em cartaz em pelo menos 600 salas) e numa escala de 0 a 4 estrelas, cada meia estrela equivale a mais US\$ 26,5 milhões nos lucros. Curiosamente, os resultados ainda revelaram que somente os filmes do gênero comédia e terror não se deixam influenciar pelas críticas, tendo sempre bons resultados. (WLOSZCZYNA; DE BARROS, 2004). E, embora no Brasil não tenhamos dados computados, esta relação nos parece ser similar.

¹⁰ O número de filmes produzidos neste período cresce significativamente, sobretudo se comparado ao período do início da década com a recessão dos tempos de Fernando Collor de Mello.

¹¹ Como a exploração em excesso do temas sociais e a violência urbana, já mencionada anteriormente.