

ANÁLISE RETÓRICA DAS CRÍTICAS PRODUZIDAS PELAS REVISTAS VEJA E BRAVO! ACERCA DO FILME MADAME SATÃ

Lucas Almeida de Souza¹

Resumo: O artigo realiza uma análise retórica comparativa das críticas produzidas nas revistas *Veja* e *Bravo!* sobre a película *Madame Satã*. Esta teve sua estréia em 2002 e retrata a vida polêmica do carioca João Francisco dos Santos, mais conhecido com o nome que dá título à obra. Esta análise se baseia em pressupostos teóricos-metodológicos de pesquisa que remetem para o sistema conceitual da Retórica de Chaim Perelman. São utilizadas algumas categorias de análise denominadas de marcas retóricas e marcas contextuais, que serão identificados nos textos críticos apresentados. Torna-se possível, portanto, através destas marcas, efetuar uma comparação perante o discurso entre as críticas dos dois veículos, a fim de encontrar semelhanças e contrastes, reconhecendo pontos de convergência e traçando um quadro que identifique o perfil de cada revista.

Palavras-chave: Retórica; Crítica de Cinema; Madame Satã

INTRODUÇÃO

O GRACC, Grupo de Pesquisa em Análise de Crítica de Cinema, surgiu com o intuito de estabelecer uma análise retórico-comparativa dos discursos críticos produzidos nas revistas *Veja* e *Bravo!* a respeito dos filmes nacionais lançados entre os anos de 1997 e 2004. A escolha desse período se deve ao ressurgimento do cinema brasileiro, o qual foi denominado *Cinema da Retomada*², que deu novo impulso à produção cinematográfica nacional após um período de relativa abstinência audiovisual. A seleção dos dois veículos em análise se deve ao fato de serem publicações de referência no Brasil. A *Veja* tem periodicidade semanal e possui um perfil de revista de variedades, mas com uma coluna fiel dedicada ao cinema. O principal público-alvo da revista é formado pela classe média comum escolarizada que solicita um tipo de texto superficial e pouco denso na análise das obras cinematográficas. Já a *Bravo!* tem periodicidade mensal, possui um perfil mais intelectualizado e que se revela na apresentação de textos críticos em formatos de artigos e ensaios e assinados por colaboradores respeitáveis na área do jornalismo cultural brasileiro. Ambos os veículos, portanto, possuem um perfil de discurso e de públicos diferenciados, tornando mais interessante ainda a análise e posterior comparação.

A pesquisa será pautada por conceitos de autores reconhecidos como Chain Perelman e Tito Cardoso e Cunha, que servem de base para estudo e compreensão da estrutura do discurso crítico e de sua interação com o leitor. Em seu livro *O império retórico: retórica e argumentação*

¹ Graduando em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela Universidade Católica do Salvador (UCSal) e pesquisador de Iniciação Científica do GRACC (Grupo de Pesquisa em Análise de Crítica de Cinema). E-mail: lucca_almeida@hotmail.com. Orientadora: Regina Lúcia Gomes Souza e Silva, Professora do Curso de Comunicação Social da UCSal, Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. E-mail: reginagomesbr@yahoo.com.br.

² Cinema da Retomada é o nome dado ao movimento cinematográfico que surge após a crise causada pela extinção da EMBRAFILME, fruto da política de privatização do governo do presidente Fernando Collor de Melo. A partir de meados da década de 90, dezenas de filmes foram lançados, alguns com efetivo sucesso comercial, caracterizando a volta do debate sobre que tipo de cinema se pretende nestes novos tempos no Brasil.

(Lisboa: Asa, 1999), Perelman faz uma distinção a respeito da lógica discursiva e da lógica formal, sendo esta uma lógica impessoal e que busca através da demonstração, provar o que está sendo dito, com a finalidade de alcançar uma verdade universal. Nessa lógica estão inseridas disciplinas como matemática e física. A lógica discursiva, por outro lado, se baseia em opiniões e argumentos, não sendo portanto impessoal, tendo o propósito claro de persuadir ou de convencer. Entretanto, além da demonstração pura e simplesmente, para apresentar uma teoria científica (que se enquadra na lógica formal) são necessários argumentos que possam auxiliar na defesa ou negação de uma tese. A teoria da argumentação, pois, se baseia em argumentos que visem à aceitação ou a rejeição duma tese em debate se dirigindo a *todas as espécies de auditório*.

Sob esse propósito, Perelman conclui que a “teoria da argumentação concebida como uma nova retórica (ou uma nova dialéctica) cobre todo o campo do discurso que visa convencer e persuadir seja qual for o auditório a que se dirige a matéria a que se refere”(PERELMAN, 1999, p. 24). Sendo assim, um discurso retórico é aquele que através da argumentação persuasiva busca a adesão daqueles que são receptores do discurso, no caso da crítica de cinema, os leitores das publicações. A respeito dessa recepção, Perelman discorre também:

Como o fim de uma argumentação não é deduzir conseqüências de certas premissas, mas provocar ou aumentar a adesão de um auditório às teses que se apresentam ao seu assentimento, ela não se desenvolve nunca no vazio. Pressupõe, com efeito, um contacto de espíritos entre o orador e o seu auditório... (PERELMAN, 1999, p.29).

Tendo em vista esse “assentimento” por parte do auditório, é que os veículos em questão adaptam seus discursos a fim de melhor serem recebidos e interpretados por seus leitores. Isto justifica a diferença de linguagem e estilo na escrita das duas revistas e esta distinção será observada a seguir a respeito das críticas produzidas sobre o filme *Madame Satã*.

A REPRESENTAÇÃO DO FILME NAS REVISTAS *VEJA* E *BRAVO!*

Madame Satã, filme do diretor Karim Ainoz, foi alvo de diversos comentários em sua estréia no ano de 2002. A temática forte da película, que introduz a figura emblemática de João Francisco dos Santos, o “Madame Satã”, não passou despercebido pelo público e provocou reações distintas entre os espectadores e os críticos de cinema.

Estabelecendo uma análise comparativa entre os discursos produzidos sobre o filme, pelas revistas que são nosso objeto de estudo, constatam-se mais semelhanças do que diferenças, em se tratando da maneira em que a película foi interpretada, em seus aspectos estéticos e narrativos. A matéria produzida pela revista *Veja* começa introduzindo o personagem, seguindo a descrição estabelecida no início do próprio filme (“negro, analfabeto, homossexual, proxeneta e criminoso”). Esta apresentação incita a curiosidade do leitor, que se interessa em saber mais sobre esta figura qualificada de maneira tão pejorativa. O autor, entretanto, procura desfazer essa imagem, informando que o trabalho do diretor foi mostrar exatamente a lacuna existente entre quem de fato João Francisco dos Santos foi e representou, em sua época, e esta precária e sucinta introdução dada ao personagem. Na revista *Bravo!*, o crítico procura de imediato esclarecer que talvez o filme pudesse fazer sucesso por motivos errôneos, esperando antecipadamente uma interpretação que estabelecesse um rótulo redutor sobre o filme (rótulo de filme *gay*), o que

conseqüentemente aplicaria numa apreciação desfocada da obra. Após esta explanação, de modo semelhante à revista *Veja*, apresentam-se os vários apelidos que seguiram a vida de Santos, concluindo com o que obteve maior destaque: Madame Satã.

Ambos os veículos se preocupam em apresentar quem foi, onde e como viveu João Francisco dos Santos, contextualizando o ambiente vivido por este personagem, o bairro da Lapa no Rio de Janeiro dos anos 30. Em se tratando desta resumida biografia, a *Bravo!* é mais detalhista e expõe um quadro descritivo do espaço urbano em que a figura de Madame Satã influenciou e se deixou influenciar:

Para entender quem foi Satã, é preciso compreender quem foi João Francisco dos Santos e o que foi a Lapa dos anos 30, território livre da malandragem que resistiu ao bota-abixo do Centro do Rio, promovido pelo prefeito Pereira Passos. O desmanche de morros, a abertura de avenidas e a demolição de cortiços, foi uma tentativa de assepsia da capital federal que, no início do século 20, contava com 800 mil habitantes, 200 mil deles desocupados de todas as espécies (...) Foi nesse ambiente de fluidos limites sociais que surgiu Madame Satã. (TRINDADE, 2002).

MARCAS DE VALOR E JUSTIFICAÇÃO DE VALOR

Existem algumas categorias de análise denominadas de *marcas retóricas* e *marcas contextuais* que podem ser identificadas nos textos da crítica de cinema a fim de indicar os vestígios dos mecanismos de persuasão.

As *marcas retóricas* subdividem-se em *marcas de valor*, *marcas de justificação de valor* e *marcas de estratégia 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. 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. Estas marcas podem ser agrupadas 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, enquanto que os critérios de forma destacam os valores da estilística fílmica, nela inclusos aspectos estéticos como os movimentos de câmera, fotografia, estrutura narrativa e diálogos. As *marcas de contexto* constituem-se nas *marcas de tempo*, e apontam os sinais de elementos presentes no contexto da época em que a crítica foi publicada. Nesta análise, tanto na revista *Veja* como na revista *Bravo!* não foram identificadas *marcas de contexto*.

Depois de efetuada esta resumida conceituação metodológica, pode-se partir para a compreensão desses aspectos nos discursos sobre o filme. Com relação aos aspectos estéticos e narrativos da película, ambas as críticas aplicam juízos de valor positivo, justificando esse valor tanto com *critérios de conteúdo* como *critérios de forma*. Na revista *Veja*, a justificação através de *critérios de conteúdo* se dá quando a autora afirma que a “beleza” do filme está na “admiração” que este “expressa por um homem que buscou o quanto pôde um invólucro, que correspondesse ao conceito que ele tinha de si mesmo” (BOSCOV, 2002, p.121). Em outras palavras, o filme se vale pela história do seu personagem, o impacto social que traz ao mostrar esta figura que mesmo em meio às adversidades inerentes ao espaço em que era confinado,

conseguiu se estabelecer como uma lenda. A *Bravo!* também argumenta que a beleza e a força da ficção estão concentradas no personagem que é mostrado sob uma lente mais aprofundada, mais humana, evitando maniqueísmos.

Em respeito a aspectos estilísticos, a crítica da *Veja* justifica sua argumentação em *critérios de forma* que vão desde o roteiro até a fotografia do filme. Sobre o roteiro, afirma-se que o “o rigor com que ele (o diretor) estrutura seu roteiro se combina de maneira brilhante com a turbulência de Madame e com as soluções narrativas empregadas no filme” (BOSCOV, 2002, p. 121). Seu discurso argumentativo passa também pela fotografia do filme, que é elogiada pelos seus enquadramentos pela metade, que não expõem os personagens de forma inteira como se eles “não coubessem naqueles limites”. Os créditos da fotografia se devem a Walter Carvalho. Seguindo este mesmo critério de forma, a *Bravo!* também comenta as lentes de Carvalho, que “operam em harmonia” e “se mantêm a poucos centímetros de Madame Satã, como para revelar a fonte de sua energia vital” (TRINDADE, 2002, p.73). O cenário também foi elogiado, no qual o crítico comenta que o diretor soube aproveitar o espaço urbano do Rio, com passagens tanto na original Lapa, quanto em outros bairros como o Catete e a Ilha de Paquetá.

MARCAS DE ESTRATÉGIA DE PERSUASÃO

As *marcas de estratégia de persuasão* acompanham as *marcas de juízo de valor* e de *justificação de valor*, se baseando nas 3 categorias clássicas de Aristóteles: invenção, organização e estilo. A invenção diz respeito à própria concepção do discurso e como o orador inventa argumentos para alcançar determinados objetivos. Nesse sentido, há 3 formas de argumentação persuasiva principais: o *ethos* (forma de argumentação que se fundamenta no estabelecimento da credibilidade do autor ou locutor), o *pathos* (forma de argumentação que apela à emoção, à mobilização afetiva do receptor) e o *logos* (forma de argumentação que consiste em argumentos lógicos e racionais). A organização diz respeito, como o próprio nome indica, à estruturação do discurso, com a finalidade de melhor convencer o receptor. E, por fim, o estilo é considerado como uma parte intrínseca do discurso, algo que possa identificar o autor. É marca de muitos autores a utilização de metáforas e analogias, por exemplo, servindo ao mesmo tempo como ferramenta para persuadir o receptor e marca estilística do autor.

Focando a crítica de cinema, essas 3 categorias podem ser identificadas e servem para reforçar o juízo de valor aplicado pelo autor a respeito da película em análise. O uso de adjetivos define fortemente o discurso e contribui numa avaliação favorável ou desfavorável sobre o filme como um todo ou aspectos dele.

Em ambas as críticas, por exemplo, o trabalho realizado pelo ator Lázaro Ramos foi elogiado e sua performance foi tida como um dos grandes trunfos do filme. Seguem-se adjetivos para qualificar a sua atuação, como “esplêndido” (*Bravo!*) e “excepcional” (*Veja*). Em se tratando do diretor, contudo, apenas a revista *Veja* se propôs a apresentá-lo, apelando ao *ethos* ao descrever seu curriculum nada modesto. Apesar deste ser o primeiro longa-metragem do diretor, ele é um veterano no ramo, tendo trabalhado como assistente de montagem e direção para diversos cineastas americanos (entre eles Michael Mann, em *O Último dos Moicanos*) e assinado o roteiro de *Abril Despedaçado*. Estes dados reforçam a credibilidade do diretor, contribuindo em mais um aspecto favorável à obra.

A respeito da organização textual, uma das marcas de estratégia de persuasão, as duas críticas contêm basicamente a mesma estrutura: apresentam o filme, traçam um perfil do

personagem (incluindo a contextualização do ambiente em que viveu) e daí passam para uma análise narrativa e estética que se baseia em argumentos que justifiquem o valor atribuído à obra. O que se diferencia, entretanto, é o estilo do discurso, havendo distinção no grau de profundidade de certos aspectos. Em geral, o texto da *Bravo!* é mais técnico, mais detalhado, buscando traçar um perfil mais completo sobre a obra, tendo-se como exemplo a descrição do ambiente urbano carioca dos anos 30. Por outro lado, a *Veja* se preocupou em dar uma atenção especial ao diretor, comentando trabalhos anteriores e parcerias, aspecto não abordado pela *Bravo!*.

CONCLUSÃO

O que se verifica, portanto, é que ambos os veículos basearam as suas análises em aspectos semelhantes, possuindo opiniões em comum em alguns pontos, como a fotografia de Walter Carvalho e a atuação de Lázaro Ramos, e atribuíram um valor positivo à obra. A revista *Bravo!* é conhecida por manter um ponto de vista equilibrado na avaliação de obras cinematográficas, o que não ocorreu neste caso, visto que a avaliação do filme foi favorável. Essa atribuição de valor positiva foi justificada, nos dois veículos, por marcas retóricas semelhantes tanto a respeito de aspectos estéticos como narrativos. A fotografia de Walter Carvalho foi elogiada, assim como a atuação de Lázaro Ramos, e a história do personagem foi por si só motivo suficiente para dar sustentação e valor à película.

Apesar de compartilharem de uma opinião análoga, a diferença na linguagem torna visível a distinção do público a que as revistas se destinam, e traz à tona a conceituação de Perelman a respeito da necessidade de adaptação do discurso ao seu auditório. A “platéia” de leitores da revista *Bravo!* requer uma espécie de texto mais denso e, conseqüentemente, uma linguagem mais apurada. Por outro lado, o leitor da *Veja* busca uma leitura mais leve e rápida, com o máximo de objetividade e clareza.

Entretanto, como já dito anteriormente, ambos os veículos utilizam as mesmas ferramentas para persuadir e convencer o leitor e convergem em sua conclusão de que o filme merece receber atenção e vale a pena ser assistido.

REFERÊNCIAS

- BOSCOV, I. Dores de um parto. **Revista Veja**. São Paulo, 2002. Ano 35, nº 44, pg. 121
- TRINDADE, M. Metamorfose Ambulante. **Revista Bravo!**. São Paulo, 2002. Ano 6, pg. 72 e 73.
- PERELMAN, C. **O império retórico: retórica e argumentação**. Lisboa: Asa, 1999.
- CUNHA, T. C. **A nova retórica de Perelman**. 1998. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: Junho de 2007.
- CUNHA, T.C. Cinema, crítica e argumentação. **Revista de Comunicação e linguagens**. Lisboa: Cosmos, nº23 (Dez. de 1996) 189-194.

LEACH, J. Análise retórica. In BAUER, Martin W.;Gaskell, George. (eds.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 293-318.

ORICCHIO, L.Z. **Cinema de novo: um balanço da retomada**. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.