

O cinema popular



Por **SHEILA SCHVARZMAN**

Um Brasil nos filmes contemporâneos de grande bilheteria (2002-2019)

Embora a academia e a crítica ignorem os filmes francamente comerciais produzidos no Brasil, eles já se mostraram indispensáveis para a existência de um cinema nacional forte e com janelas de exibição voltadas para o seu público. Da parte dos realizadores, existe a crença de que o que fazem responde ao que o público quer ver, quando são eles que, próximos do que faz a televisão, copiando o cinema americano, peças teatrais, livros de sucesso, constroem essas narrativas.

Mas há também diretores e roteiristas com sensibilidade para o gosto ou as preocupações do público a que se dirigem, criando narrativas sobre ou para aqueles a quem se endereçam. Tanto ou mais do que os filmes autorais, essas obras, ainda que possam ser vistas negativamente, refletem e constroem visões de mundo, de país, que dizem muito sobre o que se vive e sobre as características narrativas e estéticas dessas produções audiovisuais.

Não foi sem razão que nos anos 1970 Paulo Emílio Salles Gomes levava seus alunos para assistir os filmes populares e observar seu público. Certamente esse público hoje é outro, pois os ingressos são caros, mudaram as salas de exibição: no entanto, há um Brasil que se constrói nessas imagens cuja existência vem sendo hoje contestada e asfixiada pelo governo no poder. Nesse artigo vamos observar um pouco da trajetória e de aspectos do que resta do cinema comercial da atualidade.

Em busca de público e sustentabilidade

O cinema brasileiro contemporâneo de grande bilheteria^[1] começa a se afirmar entre 2002-3, graças a políticas públicas, à criação em 2001 da *Ancine* – agência de regulação e fomento – e à entrada da TV como co-produtora. A Globo Filmes, da Rede Globo de Televisão^[2], foi o fiador da relação positiva com o público a partir de um parâmetro estético e temático já conhecido, além da utilização de atores consagrados que passam à tela grande. Dessa forma, a televisão transferiu seu prestígio junto à plateia para filmes escolhidos por seus ‘conselheiros’, que interferem nos roteiros e no desenvolvimento dos filmes. Completa esse quadro de ativação da produção, a participação em co-produção das Majors norte-americanas.

Esse conjunto de políticas baseadas em investimento do Estado através da renúncia fiscal ou da taxa sobre a exibição de conteúdo audiovisual visava estabelecer o audiovisual como indústria permanente e elemento de expressão e diálogo da cultura nacional. Foi, portanto, um projeto político gestado desde 2000. Esse cinema se construiu e acompanhou transformações que se deram na esfera pública e privada. Desde então, alguns filmes de grande repercussão, como *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002); *Dois Filhos de Francisco* (Breno Silveira, 2005); *Tropa de Elite 1 e 2* (José Padilha, 2006 e 2010), dissociaram-se da tradição do Cinema Novo e deixaram de questionar a sociedade para questionar, antes, a ação de indivíduos.

Mas são os filmes de gênero, como a comédia e a comédia romântica, que constituíram franquias como *Até que a sorte nos separe 1, 2 e 3* (de Roberto Santucci, 2012, 2013 e 2015); *O Candidato Honesto* (Roberto Santucci, 2014, 2018), *Minha Mãe é uma Peça 1, 2, 3* (de André Pellenz e César Rodrigues, 2013, 2016, 2019) ou *Vai que Cola 1 e 2*, (de César Rodrigues, 2015, 2019); e a comédia romântica (*Se eu fosse você 1 e 2* (Daniel Filho, 2006 e 2009); *De pernas para o Ar 1*,

2, 3 (Roberto Santucci, 2010 e 2012, Júlia Rezende, 2018); *SOS Mulheres ao Mar* 1 e 2 (Cris D'Amato, 2014 e 2015) que melhor tematizaram e apreenderam a superfície dessas transformações vividas pela sociedade até 2016.

Tais transformações foram representadas em sua maioria por personagens bem-sucedidos, principalmente mulheres, cenários de bem-estar ambientados em geral no Rio de Janeiro; beleza, e modernidade, ao mesmo tempo em que, sob a essa aparência superficial, persistiram ali – assim como na sociedade – traços históricos arcaicos profundos, prenunciando as mudanças políticas que estavam por vir e que culminaram com a eleição de Jair M. Bolsonaro em 2019.

Se a marca mais significativa do período até 2016 no país foi a ascensão social a partir de políticas de Estado que promoveram o acesso ao consumo – como o Bolsa Família –, o consumo foi amplamente tematizado, propagandeado, ensinado nas telas como se fosse um dado de realidade partilhado e desejável, assim como a mudança de estatuto das mulheres e dos homossexuais, outro tema que conviveu em harmonia na ficção com a constitutiva naturalização da estratificação e desigualdade social, dos preconceitos de classe e gênero muito presentes na maioria dessas produções.

A comédia e a ascensão da “nova classe média”

É a partir de 2006 que a comédia se consolida como o gênero de maior público. De 2009 em diante é sensível no aumento de espectadores e nas temáticas a participação de personagens desses extratos, a então chamada *Nova Classe Média*, camada que estava ascendendo de níveis de pobreza para uma maior possibilidade de consumo, educação superior e valorização pelo trabalho a partir de políticas públicas.”[3]. Segundo dados de pesquisa de 2015, “os 10% mais pobres passaram a ganhar 129% mais”. Nas faixas seguintes o aumento foi da ordem de 112%^[4].

Apesar dessa mesma classe ainda ser alvo do riso e de preconceitos arraigados que se exprimiam em muitas dessas comédias, o enriquecimento súbito, viagens de cruzeiro, compras em Miami ou visitas à Disneyworld são alguns dos seus temas e cenários mais frequentes (*Até que a Sorte nos Separe*, *SOS mulheres ao Mar*, *Meu Passado me Condena*) e que refletem não apenas aspirações da classe média tradicional, mas também da nova classe em ascensão, um ‘mercado’ muito visado nesse período. Entre 2003 e 2015, por exemplo, foram feitas sete comédias românticas de navio – patrocinadas pelas companhias armadoras – com pormenorizada pedagogia de consumo e comportamento nas viagens^[5], e até filmes incentivando a compra e o uso de produtos eróticos, como *De Pernas para o Ar* 1 e 2, com apoio das empresas desse ramo.

Ao longo dos anos 2010, filmes mais voltados para o novo espectador mais pobre que estava ascendendo, ou mais sensíveis aos seus interesses e características também despontam com grande resposta de um público que passava a frequentar os multiplexes dos *shoppings centers*, outra aspiração da *Nova Classe Média* entre 2009 a 2015.

Título exemplar nesse sentido é *Vai que Cola*, de 2015. Se a maioria dos filmes cultua as praias cariocas e seus moradores brancos, bem-sucedidos, magros e bem vestidos, nesse filme moradores do subúrbio mudam-se para a região privilegiada da cidade. Apesar de se encantarem com a mudança súbita, ao invés de se adaptarem ao novo cenário, como é comum nesse tipo de narrativa, suburbanizam os ambientes e atraem os ricos com suas práticas da periferia vistas em geral como *kitsch*. Além disso, entre os protagonistas há vários mulatos e uma negra gorda, tipos destinados em geral à chacota e papéis de empregados ou subalternos, o que não acontece. Com isso, os atributos, signos, e lugares cultuados pela classe média tradicional são subvertidos e convertidos em alvo do riso e da crítica social, algo pouco visto nos filmes desse período, que riem dos que fogem à norma definida pela classe tradicional a que pertencem os roteiristas, realizadores e seus produtores e patrocinadores.

A fratura de 2016: revanche política e volta à ordem

A partir de 2016, com a crise econômica e o *impeachment* de Dilma Rousseff, já não é possível o descolamento da realidade da produção anterior. As comédias de grande bilheteria diminuem. O Rio de Janeiro da crise econômica desaparece dos cenários exuberantes, assim como o arrivismo e as mulheres bem-sucedidas. O número de filmes com público alto num mesmo ano diminui. Em 2016 a ocupação das salas com filmes brasileiros foi de 16,5%, em 2017 caiu para 9,6%^[6]. Números de bilheteria como de 2016 ou 2018 com 14,8% resistem ainda por conta de filmes produzidos pela Igreja Universal do Reino de Deus, de que falaremos adiante.

Mudam as temáticas, agora mais voltadas para a classe média que ainda é capaz de pagar ingressos, o que é visível pelo aumento de filmes familiares, infantis, de adolescentes e de *vloggers* de sucesso na internet. Garotas de classe média branca, como no gênero *High Scholl Musical*, que serve de inspiração para esses filmes, sofrem *bullying* de colegas em *É Fada* (Cris D'Amato, 2016), *Meus 15 Anos* (Caroline Fioratti, 2017), *Tudo por um Pop Star* (Bruno Garroti, 2018) e *Cinderela Pop* (Bruno Garroti, 2019). Os filmes se constroem a partir das bolhas de estratificação social que caracterizam o país e espelham o afastamento de qualquer realidade, refletindo a polarização social, política e o empobrecimento de toda ordem que o país vive.

Entre os filmes onde garotos são os protagonistas, *Como se tornar o pior aluno da escola*, (Fabrício Bittar, 2017) é significativo dos novos tempos. O roteiro de Danilo Gentili copia – abusando da grosseria – filmes americanos do gênero. Se há uma pretensão crítica ao sistema e às normas ditadas por aqueles que por estudar muito ‘se deram bem na vida’, por outro lado a exaltação do mau aluno e suas trapagens, o escárnio aos professores e o conhecimento parece mais próximo ao desprezo pela ciência, educação e a cultura que se vê no novo governo e entre seus apoiadores.

Não é sem interesse observar como os filmes de garotos e garotas passam agora a separar radicalmente os gêneros. Os filmes de garotas abordam um mundinho exclusivo delas. Nem mesmo existe a concorrência pelo amor de um jovem, um amigo ou amiga gay. Já entre os garotos a ênfase é na exploração da grosseria, o roubo do resultado das provas, os ataques escatológicos dos banheiros da escola. Demonstrações de que os garotos se tornaram adultos machos.

Não por acaso, *Como se tornar* explora a perda da ingenuidade, o desvirginamento, representado não pela primeira experiência sexual, mas pela capacidade de passar os outros para trás pela esperteza e o embuste. Num país que elegeu um presidente em busca da depuração de seus corruptos, sendo o roteirista e ator principal um dos apoiadores dessa política, pode-se ver o que isso significa na prática e que vem ocorrendo e se afirmando no país com arrogância e violência.

Participando da difusão de um espírito de revanche política, há apostas em filmes sobre a Operação Lava Jato, sob o manto do filme de ação e denúncia. *Em nome da lei* (Sérgio Rezende, 2016) de forma velada, volta-se para a incriminação do ex-presidente Lula e, de forma explícita, a corrupção passa a ser palavra de ordem desse e outros filmes, como *Polícia Federal – A lei é para todos* (Marcelo Antunes, 2017), que transforma agentes da Polícia Federal em heróis da pátria. O filme é um elogio à Operação Lava Jato e uma crítica ao que era visto por seus executores e apoiadores como a ação impeditiva da Justiça, que supostamente bloqueia a caça aos corruptos, que, como se supunha e foi observado por juristas, e confirmado por escutas e reportagens do *The Intercept*, contrariou princípios do Direito e da Justiça consagrados na Constituição brasileira. Ali, um velado juiz Sérgio Moro emerge como herói nacional, e o vilão é o odiado ex-presidente Lula. Em seu pendor patriótico e pedagógico de estímulo das polaridades políticas que se solidificavam, o filme estreou no dia da Independência do Brasil, 7 de setembro de 2017.

Nesse mesmo mote, *O Doutrinador* (Gustavo Bonafé, 2017) é baseado numa história em quadrinhos de grande sucesso, escrita por Luciano Cunha e que surge no bojo dos acontecimentos de 2013. Um justiceiro vingador dos escândalos nacionais. No filme cuja encenação imita os heróis da *Marvel*, o protagonista perde a filha com uma bala perdida e sem atendimento no hospital público. Inconformado, parte para o ataque. Segundo o criador, “é um justiceiro cuja meta é matar os políticos corruptos que estão prejudicando o Brasil e os brasileiros”. Matar tornou-se um dever de todos. Vindo de uma história em quadrinhos de sucesso desde 2013, é possível medir através desses dois filmes as profundas mudanças políticas que deram como resultado a última eleição.

Disputas religiosas

Nesse clima que mistura descrédito da política, crise econômica e de valores, empobrecimento e insegurança, o aumento e a influência das igrejas neopentecostais é enorme. Hoje, quando o número de templos é muito superior ao das salas de cinema, e não só no Brasil, o filme religioso se impôs. Em 2016, a Igreja Universal do Reino de Deus, proprietária da Rede Record de Televisão, lança *Os 10 mandamentos*. Uma novela de TV editada como filme, com a abertura do mar à maneira de Cecil B. DeMille e os requintes de uma grande encenação bíblica.

Com esse filme e *Nada a Perder* (2018), biografia de Edir Macedo, o criador da IURD (dirigidos por Alexandre Avancini), o cinema brasileiro chega às suas maiores bilheterias – num momento em que o público havia diminuído significativamente. *Nada a Perder* chegou a 12.184 mil espectadores, algo que a sequência de 2019 não conseguiu repetir. No entanto,

embora as sessões desses filmes tenham tido os ingressos esgotados em todos os horários, como registrou a imprensa na época, as salas não estavam cheias. Conforme o jornal *Folha de São Paulo*, “Os 10 Mandamentos bate recorde de bilheteria ‘esgotando’ salas vazias”^[7]. Acredita-se que os ingressos tenham sido comprados pela própria igreja e distribuído entre os fiéis.

O gênero religioso já vinha se afirmando desde o início desse período com filmes católicos estrelados pelo carismático Padre Marcelo, com a história de *Maria, a Mãe do filho de Deus* e *Irmãos de Fé* (Moacyr Góes, 2003 e 2004). Esses filmes são substituídos depois com sucesso por filmes espíritas como *Bezerra de Menezes* (Glauber Filho, 2008) e sobretudo *Chico Xavier* (Daniel Filho, 2010), onde médiuns, suas dificuldades e milagres ganham a cena, também em superprodução para mostrar o mundo dos reencarnados em *Nosso Lar* (Wagner de Assis, 2010) e outros que navegam pelo melodrama, o filme de mistério e o insólito. Em 2019, diante da onipresença da IURD, os espíritas buscam o sucesso com *Kardec* (Wagner Assis) sobre a vida do fundador da doutrina, o francês Allan Kardec, mas sem ultrapassar 750 mil espectadores.

A diferença entre os números de bilheteria pode dar a dimensão não exatamente do alcance das igrejas, mas do agressivo investimento econômico nos filmes, e no projeto de poder da IURD, que já fez vários deputados, ministros, o prefeito do Rio de Janeiro, entre outros, responsáveis pelas pautas morais, a pretensa normatização dos gêneros, a censura às artes, à cultura que o governo federal procura impor na atualidade.

O que resta do filme popular

Ao mesmo tempo, em 2016 a crise econômica se fez presente nas telas em comédias que tematizam o enriquecimento através de heranças ou golpes, como se vê em *Até que a sorte nos separe 3* (Roberto Santucci), ou em *Tô Ryca* (Pedro Antonio) e *Um suburbano sortudo* (Roberto Santucci). O tratamento das tramas e a forma de focar a mudança de estatuto social, no entanto, é bem diferente do que se fez no período anterior. É como se, com a passagem do tempo e o aprofundamento da crise nacional, as grandes bilheterias se tornassem sensíveis aos acontecimentos vividos e até mais críticos em relação a eles.

As comédias românticas dão lugar a filmes como *Minha mãe é uma peça 2*: em vez da histeria de uma mulher (o ator Paulo Gustavo que atua travestido) abandonada pelo marido, as preocupações de uma mãe com o destino dos filhos, ou os choques geracionais diante de uma mãe superprotetora, como em *Fala sério Mãe*, de 2017 (Pedro Vasconcelos) são enfatizados.

Tô Ryca (Pedro Antônio), do roteirista Fil Braz, o mesmo de *Vai que cola* e de *Minha mãe é uma peça 2*, chama a atenção pelo olhar distinto sobre o subúrbio e seus habitantes. Há afetividade e valorização da cultura e das práticas próprias. Embora a protagonista, ganhe uma herança e se deslumbre com a riqueza, ao longo da trama mostra-se crítica às imposições das normas do enriquecimento ditadas pela classe tradicional, algo pouco visto nas comédias brasileiras. Ela aponta com humor e ironia as barreiras e os preconceitos à ascensão social que essas mesmas camadas viveram.

Durante esse período, a comédia romântica, gênero de maior sucesso até 2016, não resistiu. A Ingrid Guimarães de *De Pernas pro Ar 3* (2019) esqueceu a sexualidade, o marido e assumiu inteiramente o elogio ao empreendedorismo da mulher. O cenário da ação é Paris. Esse filme, que fez a expressiva bilheteria de 3.587.240 de espectadores, foi retirado de 300 das 800 salas que ocupara para dar lugar a *Os Vingadores 3 (Avengers 3)*^[8] que ocupou 2.700 das 3.356 salas do país: resultado da não edição da quota de tela no ano de 2019 que garantia, ao menos, a exibição de filmes brasileiros por até 50 dias nas grandes cadeias exibidoras.

No entanto, filmes com personagens populares na internet e na TV paga ganham maior protagonismo, assim como os subúrbios, ou a vida dos menosprezados ‘nordestinos’ em São Paulo. Ambulantes, camelôs, malandros e contrabandistas entram em cena em *Os Parças* (Helder Gomes, 2017), com um humor francamente popular, que traz à cena a sobrevivência dos “viradores” nordestinos que se tornam “parças” (parceiros) de um filho de italianos.

Um cinema onde os pobres, suas atividades, lugares por onde transitam, ruas de comércio popular, a periferia de S. Paulo ou as favelas cariocas, ganham a cena. Onde a presença de negras e negros, mulatos, gays e mulheres pode se desenvolver plenamente. Assim, a comunidade (forma como as populações das favelas se denominam) em seu cotidiano é o que mais importa. Sem enriquecimento, sem paisagens de cartão postal. A vida em seus movimentos que segue.

Dessa forma, como na própria sociedade, a divisão social volta a ficar mais bem demarcada, como era desejo de parcela expressiva da população: há menos filmes que riem do outro – o pobre, o negro, o homossexual, a empregada doméstica –; em vez disso, optam por rir com o outro. Há menos situações entre diferentes classes onde preconceitos e a desigualdade social naturalizada faziam rir. Os grupos sociais estão agora também mais segregados no cinema.

Por último, impõe-se destacar o amadurecimento e o reconhecimento do cinema brasileiro, no mesmo momento em que, apesar de ter se constituído como uma atividade econômica e cultural de peso na sociedade e reconhecida no exterior, está vulnerável e sob ataque que visa inviabilizá-lo. Nesse sentido, *Bacurau* (Kléber Mendonça e Juliano Dorneles, 2019), filme autoral que se utiliza do cinema de gênero para falar do Brasil e do mundo na atualidade, chegando a um público expressivo de mais de 700 mil espectadores foi capaz, como outros que vem se utilizando desse mesmo procedimento, de romper um antagonismo histórico no cinema brasileiro entre os filmes autorais e comerciais. Como disse o cinemanovista Gustavo Dahl, “mercado é cultura”^[9].

***Sheila Schvarzman** é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi. Autora, entre outros livros, de *Humberto Mauro e as Imagens do Brasil* (Edunesp).

Publicado originalmente em *Cinemas d’Amérique Latine*, 28. Toulouse: Presse Universitaires de Midi, 2020

Notas

[1] Focamos nossa análise nos 10 títulos de maior bilheteria de cada ano. Entre 2002 até 2016 foi possível listar 10 título com ao menos 1 milhão de espectadores. A partir de 2017 com a crise econômica as grandes bilheterias são menores, assim, incluímos filmes com até 500 mil espectadores. Dados da OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual da Ancine <https://oca.ancine.gov.br/cinema> Filmes ou *trailers* na WEB. Acesso em 12.11.2019

[2] Seu investimento se dá apenas através da publicidade das obras na emissora.

[4] Conforme pesquisa CPS/FGV dos microdados da PNDA/IBGE. Folha de São Paulo, 13/12/2015, p. A12 e A13.

[5] Jorge, Patrícia Lucas, *Comédias Românticas Brasileiras de Navio e a Pedagogia do Consumo (2003 a 2015)*. Dissertação de Mestrado. UAM, São Paulo, 2019

[6] Dados OCA-Ancine <https://oca.ancine.gov.br/paineis-interativos?painel=viz1558970268340> . Acesso em 15/11/2019. A partir de 2016 a curva do filme estrangeiro aumenta mais, e cai o filme nacional.

[7] <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/04/1759482-os-dez-mandamentos-bate-recorde-de-bilheteria-esgotando-salas-vazias.shtml>

[8] <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/de- pernas-pro-ar-vingadores-briga-que-resume-problema-de-distribuicao-do-cinema-nacional-23647029> Acesso em 20.11.2019

[9] Revista Cultura, v. 6, n. 24, jan-mar. 1977 <http://www.bcc.org.br/textos/225738> Acesso em 15.11.2019.