



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

TIAGO COUTINHO DE OLIVEIRA

**Rebobinando a Revista *SET*: repercussões do *home-vídeo* na crítica
cinematográfica brasileira dos anos 1980**

Brasília

2025



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

TIAGO COUTINHO DE OLIVEIRA

**Rebobinando a Revista *SET*: repercussões do *home-vídeo* na crítica
cinematográfica brasileira dos anos 1980**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, linha de pesquisa Imagem, Estética e Cultura Contemporânea como requisito à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Professor. Dr. Pablo Gonçalo Pires de Campos Martins.

Brasília

2025

TIAGO COUTINHO DE OLIVEIRA

**Rebobinando a Revista *SET*: repercussões do *home-vídeo* na crítica
cinematográfica brasileira dos anos 1980**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora como requisito para obtenção do grau de mestre em comunicação pela Universidade de Brasília - UnB.

Linha de Pesquisa: Imagem, Estética e Cultura Brasileira.

Data da aprovação: ____/____/____.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Pablo Gonçalo Pires de Campos Martins
Universidade de Brasília (UnB)
Orientador

Profa. Dra. Mariana Souto
Universidade de Brasília (UnB)
Examinadora Interna

Prof. Dr. Ciro Inácio Marcondes
Universidade Católica de Brasília
Examinador Externo

Profa. Dra. Priscila Monteiro Borges
Universidade de Brasília
Suplente

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha amada mãe, Maria Helena Coutinho, a primeira e mais importante curadora da minha cinefilia. Foi ela quem, durante minha infância, acendeu em mim a chama da paixão pelo cinema, transformando momentos cotidianos em experiências mágicas que ainda hoje iluminam minhas lembranças. Mais do que isso, foi ela quem me apresentou ao fascinante universo da crítica cinematográfica, ensinando-me, com gestos e presentes significativos — como o meu primeiro exemplar da revista *SET*, o qual, nos anos seguintes, compôs a coleção que inspirou e fundamentou esta pesquisa —, que os filmes são muito mais do que entretenimento: são janelas para reflexões, emoções e descobertas que nos transformam. Hoje, seguimos unidos por nossa cinefilia, compartilhando a emoção das telas em sessões cinematográficas frequentes no sofá da sala — um hábito que atravessa o tempo e se mantém vivo desde a saudosa década de 1980, quando o *home-vídeo* se estabeleceu e se consagrou. Este trabalho é, acima de tudo, uma homenagem a algo que construímos juntos: um amor profundo, inabalável e arrebatador pelo cinema.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pelas oportunidades que sempre me foram concedidas e pela força que me guiou em cada etapa desta jornada. Aos meus pais, José Adauto de Oliveira e Maria Helena Coutinho, meus alicerces e fontes inesgotáveis de inspiração, sou profundamente grato por sempre acreditarem em mim e me apoiarem incondicionalmente. Aos meus irmãos, Guilherme e Julia, pela parceria, paciência e empatia ao longo de toda a pesquisa, especialmente nos momentos em que minha irritação e egoísmo se fizeram presentes. Aos meus sobrinhos, Yan, Arthur e Helena, cujas alegrias e espontaneidade iluminaram este período desafiador, trazendo leveza e renovação ao meu espírito. Aos amigos e ao estimado Farney, minha gratidão por suportarem com paciência e compreensão os momentos em que fui ausente, repetitivo ou perdido em meus próprios pensamentos.

Agradeço, ainda, à Universidade de Brasília, que me acolheu e despertou em mim o desejo de me tornar pesquisador, oferecendo um ambiente de aprendizado, descoberta e transformação pessoal. Aos que contribuíram diretamente para a realização desta pesquisa, em especial Roberto Sadovski, José Geraldo Couto e Alan Oliveira, cuja generosidade em compartilhar conhecimentos foi inestimável. Ao revisor Frangky, à designer Isama, ao colega de mestrado Matheus, ao amigo cinéfilo Waldir e ao professor Marcelo, minha gratidão por se engajarem neste processo com seus talentos extraordinários, que tanto admiro e respeito. Aos profissionais da saúde, Lia e Fabrício, que me ampararam nos momentos de maior ansiedade e desânimo, me ajudando a prosseguir com determinação. Finalmente, expresso meu reconhecimento aos professores da Faculdade de Comunicação da UnB que participaram dessa jornada, em especial, ao orientador, Prof. Pablo Gonçalo, cujos ensinamentos foram fundamentais para que eu encontrasse meu foco acadêmico e me apaixonasse pela pesquisa.

A todos, minha gratidão!

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo central investigar os impactos da popularização do *home-vídeo* sobre a crítica especializada brasileira dos anos 1980. Com base em um estudo historiográfico que examina a migração do consumo cinematográfico para o ambiente doméstico, a pesquisa analisa a formação de um novo perfil cinéfilo no Brasil — a chamada "geração do vídeo" —, marcada pelo consumo acelerado de filmes e pelo acesso a uma diversidade inédita de títulos. Trabalha-se com a hipótese de que esse fenômeno, além de modificar os hábitos culturais e as práticas de consumo da época, estimulou o surgimento de novas abordagens na prática crítica, gerando mudanças expressivas no seu conteúdo, estrutura e linguagem. Como abordagem metodológica principal, será desenvolvido um estudo de caso da revista *SET* (1987-2010), buscando compreender como esse modelo de cinefilia estabelecido pelo vídeo influenciou sua linha editorial e seu estilo de comunicação, refletindo e atendendo às expectativas do público em um momento de intensas transformações culturais, tecnológicas e midiáticas.

Palavras-chave: *Home-Vídeo*; Cinefilia; Crítica Cinematográfica; Revista *SET*, Década de 1980.

ABSTRACT

This dissertation aims to investigate the impacts of the popularization of *home-video* on Brazilian specialized film criticism in the 1980s. Based on a historiographical study that examines the migration of film consumption to the domestic environment, the research analyzes the formation of a new cinephile profile in Brazil — the so-called 'video generation' — characterized by the accelerated consumption of films and access to an unprecedented diversity of titles. It is hypothesized that this phenomenon, in addition to reshaping cultural habits and consumption practices of the time, stimulated the emergence of new approaches in film criticism, leading to significant changes in its content, structure, and language. As the primary methodological approach, a case study of the magazine *SET* (1987–2010) will be conducted, aiming to understand how this model of cinephilia shaped by home video influenced its editorial agenda and communication style, reflecting and meeting the expectations of its audience during a period of intense cultural, technological, and media transformations.

Keywords: *Home-Video*; Cinephilia; Film Criticism; *SET* Magazine; 1980s.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico esquemático referente ao objeto da pesquisa	26
Figura 2: Imagem do <i>U-matic</i> - o primeiro videocassete comercial, lançado pela <i>Sony</i> , em 1971.	28
Figura 3: Capa da revista <i>Time</i> , de 24 dez. 1984	32
Figura 4: Capa da revista <i>Veja</i> , de 24 dez. 1986.	32
Figura 5: Gráfico referente à linha historiográfica do mercado de vídeo no brasil	36
Figura 6: Imagem de campanha de <i>marketing</i> referente ao lançamento de <i>E.T</i>	38
Figura 7: Imagem de campanha de <i>marketing</i> referente ao lançamento de <i>Ben-Hur</i>	38
Figura 8: Imagem de anúncio publicitário veiculado pela <i>SET</i> , 8ª ed., 1988.....	42
Figura 9: Imagem de Quentin Tarantino trabalhando como balconista da videolocadora <i>Video Archives</i> , na Califórnia, em 1985	51
Figura 10: Imagem de Quentin Tarantino trabalhando como balconista da videolocadora <i>Video Archives</i> , na Califórnia, em 1985	51
Figura 11: Gráfico referente ao número salas de cinema em funcionamento no Brasil entre 1930 e 2014	53
Figura 12: Capa da revista <i>SET</i> , 21ª ed., 1988	58
Figura 13: Capa da revista <i>Cinemin</i> , 36ª ed., 1987	58
Figura 14: Capa da Revista <i>Vídeo News</i> , 68ª ed., 1987	58
Figura 15: Capa do <i>Vídeo Guia</i> 88, 1988	59
Figura 16: Capa da revista <i>SET Especial 1000 Vídeos</i> , 1988	59
Figura 17: Capa da revista <i>Veja</i> , 747ª ed., 1982	59
Figura 18: Capa da revista <i>Veja</i> , 1.073ª ed., 1988	59
Figura 19: Capa da revista <i>Veja</i> , 1.122ª ed, 1989	59
Figura 20: Capa da revista <i>SET</i> , 1ª ed., 1987	63
Figura 21: Imagem da seção <i>Takes</i> , da <i>SET</i> , 13ª ed., 1988	69

Figura 22: Imagem de reportagem da <i>SET</i> sobre o Oscar 1989, 21ª ed., 1989.....	69
Figura 23: Imagem da seção <i>Parada</i> , da <i>SET</i> , 2ª ed., 1987	79
Figura 24: Gráfico referente aos vídeos mais alugados no Brasil (jun. 1987 – dez. 1989)	81
Figura 25: Mosaico referente às capas das 30 edições da <i>SET</i> publicadas nos anos 1980	84
Figura 26: Gráfico referente aos destaques de capa da <i>SET</i> (jun. 1987 – dez. 1989)	84
Figura 27: Gráfico referente aos anúncios publicitários da <i>SET</i>	106
Figura 28: Gráfico referente aos anúncios de produtos audiovisuais publicados pela <i>SET</i> ..	107
Figura 29: Imagem de crítica da <i>SET</i> sobre o filme <i>Quero ser Grande</i> , 15ª ed., 1988.....	109
Figura 30: Gráfico referente à densidade de críticas da <i>SET</i>	113
Figura 31: Gráfico referente à distribuição das críticas da <i>SET</i>	114
Figura 32: Gráfico comparativo entre o quantitativo médio de críticas publicadas pelas revistas <i>SET</i> e <i>Cinemin</i>	116
Figura 33: Imagem da seção <i>Vídeo Lançamentos</i> , da <i>SET</i> : 26ª ed., 1989	127
Figura 34: Imagem dos críticos da revista <i>Clima</i> , na década de 1940	129

LISTA DE ANEXOS

Anexo I. Entrevista realizada pelo autor com Alan Oliveira.....	191
Anexo II. Entrevista realizada pelo autor com José Geraldo Couto	196
Anexo III. Entrevista realizada pelo autor com Roberto Sadowski.....	204

PREFÁCIO

“Quando tudo o mais falhava, sempre me restava o cinema”.

Rubens Ewald Filho

Os primeiros vislumbres deste estudo tomaram forma em meio ao período mais austero e desafiador da pandemia da Covid-19, em meados de 2021. Durante o isolamento, um cenário de silêncio, introspecção e ócio revelou-se propício para reflexões pessoais profundas, criando oportunidades para o resgate de memórias esquecidas pelo tempo e para a redescoberta de paixões há muito negligenciadas pelo ritmo frenético da vida cotidiana. Dentre essas paixões, uma emergiu com especial intensidade, revelando-se não apenas como um suporte emocional diante das adversidades daquele momento desolador, mas também como um catalisador intelectual que firmou o alicerce sobre o qual esta pesquisa viria a se consolidar dois anos depois: a minha cinefilia.

Remontando aos tempos de infância e adolescência, quando começou a se estabelecer, a minha paixão pelo cinema encontrou nesse momento de pausa forçada uma rara oportunidade de ressurgir e ser explorada sob novas perspectivas. Com um tempo livre incomum em circunstâncias habituais e buscando preencher os momentos de preocupação por atividades que me traziam genuíno prazer, mergulhei em um intenso exercício cinéfilo, dedicando-me a assistir ao maior número possível de filmes. Essa imersão intensiva foi viabilizada pelas facilidades proporcionadas pela tecnologia contemporânea, que, à distância de um simples clique, descortinava um acervo cinematográfico aparentemente inesgotável, potencializando e enriquecendo esse reencontro entre o cinema e eu. Plataformas de *streaming* e *blogs* dedicados ao cinema, sites de *downloads*, cineclubes virtuais¹, páginas especializadas em críticas, e até mesmo um perfil pessoal em que passei a registrar e compartilhar meus pensamentos sobre o cinema² tornaram-se aliados essenciais nesse processo, disponibilizando conteúdos

¹ Ainda em 2020, ingressei no cineclubes online *Cinema & Prosa*, formado por ex-alunos do crítico Pablo Villaça. Esse espaço, marcado por trocas enriquecedoras com amigos que ainda mantenho, transformou o meu olhar sobre o cinema, elevando-o de uma paixão pessoal a uma plataforma de estudo e debate. Foi nesse contexto que escrevi minha primeira resenha cinematográfica, sobre o drama japonês *Sabor da Vida* (2015), um marco que simbolizou não apenas o aprofundamento do meu olhar crítico, mas também o início de uma trajetória que despertaria, adiante, minhas pretensões acadêmicas.

² Em 2021, criei o perfil *Reduto7arte* no *Instagram*, com o propósito de investigar o cinema e compartilhar críticas cinematográficas sobre filmes clássicos e atuais. A primeira publicação, feita em 24 de novembro daquele ano, foi dedicada a uma resenha de *Amadeus*, clássico dos anos 1980 dirigido por Milos Forman (1984), marcando o início de um projeto pessoal que uniu minha paixão pelo cinema a uma nova forma de diálogo crítico e interativo na internet. Disponível em <https://www.instagram.com/p/CWqh-nvF3k1/?igsh=MWg2azdqdzN1bWE4bQ==>.

cinematográficos variados que ampliavam notavelmente as minhas opções de entretenimento e de estudo cinematográfico.

Em determinado momento dessa jornada, percebi que muitas dessas possibilidades ofertadas pela internet, embora aparentassem ser inéditas, resgatavam uma dinâmica de consumo cinematográfico já presente na década de 1980, quando o *home-vídeo* se estabeleceu e revolucionou o mercado audiovisual brasileiro. Durante esse período, o modo e a frequência com que o público acessava os filmes sofreram mudanças significativas, rompendo as limitações impostas pelo circuito exibidor tradicional e pela programação televisiva, que, até então, representavam as principais — e praticamente únicas — vias de acesso ao cinema. Nesse cenário, a rápida disseminação das videolocadoras e a oferta constante de títulos, lançados em fitas cassetes, prontos para serem adquiridos e consumidos, inauguraram um novo espaço de oportunidades para o espectador, ampliando seu repertório cinematográfico, ao mesmo tempo que lhe proporcionava uma relação de maior autonomia em relação à escolha e exibição dos filmes de sua preferência.

A percepção de que a cinefilia moderna podia encontrar suas raízes em um período historicamente subestimado no campo cinematográfico — a década de 1980, muitas vezes rotulada como datada, arcaica e desprovida de maior relevância no contexto evolutivo do cinema³ — despertou em mim um desejo, ainda incipiente, de investigar esse contexto com maior profundidade. Tal impulso buscava direcionar um olhar mais atento sobre as particularidades desse período ainda pouco explorado e potencialmente transformador, introduzindo-o às novas gerações e, quem sabe, reposicionando-o como um marco emblemático capaz de revelar um legado duradouro que continua a moldar e influenciar as práticas cinematográficas atuais.

Em minhas pesquisas iniciais, ainda de caráter pré-acadêmico, surpreendeu-me a dificuldade em localizar na internet materiais que analisassem de forma exaustiva as origens e os impactos do *home-vídeo* sobre a cinefilia brasileira, bem como críticas especializadas referentes a muitos dos filmes produzidos antes do advento da web, incluindo aqueles da década

³ Ao contrário de outros períodos históricos que testemunharam o surgimento de vanguardas cinematográficas, como o Neorrealismo Italiano nos anos 1940, o Cinema Novo nos anos 1950 e a *Nouvelle Vague* nos anos 1960, a década de 1980 foi majoritariamente caracterizada por produções voltadas ao consumo rápido e ao entretenimento de massa, o que levou muitos estudiosos a classificarem-na como uma época cinematograficamente pobre. No entanto, este trabalho busca demonstrar que tais características, longe de comprometerem sua relevância cultural, conferem à época um papel único na história do cinema, ao redefinir as formas de acesso aos filmes e subverter as expectativas tradicionalmente associadas à produção e ao consumo de conteúdos cinematográficos.

de 1980. Essa escassez de informações contrastava de maneira marcante com a vastidão aparentemente inesgotável de conteúdos disponíveis no espaço virtual, acusando um vácuo alarmante no registro da historiografia cinematográfica brasileira. Diante disso, passei a refletir sobre o papel ainda crucial das mídias físicas na elucidação de estudos sobre eventos históricos, complementando e, em muitos casos, preenchendo as lacunas deixadas pelos repositórios digitais. Reconhecer essas limitações e possibilidades representou um passo decisivo para reposicionar a pesquisa em um novo patamar, desta vez acadêmico, conferindo-lhe o rigor científico necessário para a compreensão de um passado ainda carente de interpretações consistentes e estruturadas.

Essa nova perspectiva sobre o papel das mídias físicas como fontes atemporais e indispensáveis de conhecimento impulsionou-me a revisitar um material pessoal que, embora por muito tempo guardado e relegado a um espaço periférico da memória, permaneceu cuidadosamente preservado: uma antiga coleção da Revista *SET*⁴. Este acervo, que havia me guiado em minhas primeiras incursões pela literatura cinematográfica, ainda na adolescência, emergiu como uma promissora base de pesquisa, capaz de oferecer um olhar distinto sobre o mercado editorial, as críticas especializadas e os hábitos de consumo audiovisual que marcaram a época. Desta vez, todavia, eu volto a esse passado impregnado de afeto não com o olhar nostálgico de um cinéfilo em reencontro com sua vocação, mas com a abordagem analítica de um pesquisador empenhado em compreender e, sobretudo, problematizar as nuances e as complexidades desse intrigante tema.

Ao revisitar aquelas páginas marcadas pelo tempo, constatei que as origens da minha cinefilia não se restringiam à experiência de assistir aos filmes que me fascinavam. Antes, elas estavam profundamente vinculadas às críticas especializadas que me apresentaram a muitas dessas produções, desempenhando o papel pedagógico de me introduzir à prática de analisar e refletir sobre o cinema em suas múltiplas dimensões. Essa percepção, ainda que tardia, evocou as reflexões de Antoine De Baecque (2011, p. 31), um dos mais proeminentes expoentes da tradição cinefílica francesa, para quem a paixão pelos filmes é um processo intrinsecamente conectado aos textos críticos que os acolhem e interpretam, atribuindo-lhes significados que transcendem a narrativa visual:

⁴ A Revista *SET* foi uma publicação especializada lançada em junho de 1987 pela *Editora Azul*. Surgida durante um período de alta demanda dos conteúdos relacionados ao cinema e ao vídeo, a *SET* rapidamente se consolidou como o veículo editorial cinematográfico mais popular do país, tendo permanecido assim por mais de duas décadas, até a sua extinção, em novembro de 2010.

Tenho a lembrança de ter compreendido o cinema lendo as revistas *Cahiers du Cinéma*, *Positif*, e algumas outras. Daí essa crença estranha, defasada, instilada pelo papel impresso, em que a escrita crítica, essa ponta do iceberg da cinefilia, foi um ato criativo de substituição provavelmente tão importante quanto os próprios filmes. (...) Para mim, o prazer do leitor acompanhou o do espectador. E, uma vez que os autores de filmes e os gêneros já estavam lá, devorar a literatura cinematográfica era minha outra maneira de ser cinéfilo, a única, talvez, que me pertencesse de fato. (...) Meu amor pelo cinema viria a englobar tanto filmes e cineastas quanto críticos e espectadores. (...) Não se tratava mais de sacralizar apenas cineastas, mas também críticos, não apenas filmes, mas também textos, não apenas o cinema, mas a cinefilia (De Baecque, 2011 p. 31-33).

Nesse exercício de rememoração, chamou-me a atenção o fato de que meus primeiros contatos com a crítica de cinema — uma prática tradicionalmente percebida como culta e de alta densidade reflexiva — ocorreram em uma fase surpreendentemente precoce da minha vida, por volta dos 12 anos de idade. Esse detalhe, aparentemente trivial, despertou uma reflexão mais profunda, levando-me a questionar os fatores que tornavam aquela literatura especializada acessível a espectadores tão jovens quanto eu, mesmo quando se pressupunha que fosse destinada a um público mais maduro, intelectualmente preparado e com maior bagagem cultural. Seria possível que a crítica cinematográfica dos anos 1980 tivesse se adaptado em termos de estrutura, linguagem e conteúdo para acomodar o modelo de consumo em larga escala promovido pelo *home-vídeo*? E, nesse processo, os críticos teriam ajustado suas formas de comunicar ideias, buscando dialogar com uma audiência mais ampla, diversificada e multigeracional, composta por consumidores que, embora não necessariamente identificados como cinéfilos, eram atraídos pelas oportunidades de entretenimento doméstico oferecidas por essa nova tecnologia?

Essas indagações trouxeram à tona novas dimensões e ângulos de análise sobre o objeto da investigação, delineando um percurso de pesquisa mais complexo e desafiador. Frente a elas, tornou-se evidente que compreender a cinefilia brasileira dos anos 1980 exigiria mais do que um aprofundamento no modelo de consumo cinematográfico mediado pela tecnologia do vídeo, mesmo reconhecendo suas repercussões revolucionárias no campo audiovisual. Tornava-se igualmente imprescindível examinar como esse marco histórico repercutiu no cenário crítico brasileiro, moldando suas práticas, reorganizando suas estruturas e transformando suas dinâmicas discursivas.

Assim nasceu este projeto de pesquisa, uma proposta inicialmente inspirada por motivações afetivas que, ao ganhar corpo e maturidade, consolidou-se como uma investigação

científica instigante, capaz de desvendar as complexas conexões entre o passado e o presente e de lançar luz sobre os caminhos que moldam o futuro da cinefilia. Trata-se, portanto, de uma ponte entre tempos distintos, que carrega a missão de explorar não apenas as transformações culturais e tecnológicas que moldaram a década de 1980, mas também de reposicionar esse período como um marco essencial na história do cinema. Mais do que uma viagem no tempo em busca de respostas, esta jornada, tal qual um clássico dos anos 1980, promete encantar e entreter, reafirmando o cinema como uma expressão atemporal de arte, memória e paixão.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	18
CAPÍTULO 1. CINEMA EM CASA: IMPACTOS DA CULTURA DO VÍDEO NO CENÁRIO AUDIOVISUAL BRASILEIRO	27
1.1. A revolução do videocassete para o entretenimento doméstico	27
1.2. As videolocadoras nos anos 1980: epicentro de uma nova cinefilia	34
1.3. “Geração do vídeo”: um novo perfil cinéfilo?	43
1.4. Revistas de cinema na era do vídeo: um novo mercado, um novo público	51
CAPÍTULO 2. UM OLHAR SOBRE A REVISTA SET: ENTENDENDO A CRÍTICA CINEMATOGRAFICA DOS ANOS 80	60
2.1. Aspectos gerais: surgimento, estrutura e formato editorial da SET	61
2.2. A crítica cinematográfica na SET: conteúdo, estrutura e linguagem	75
2.2.1. Conteúdo: a influência da cinematografia industrial hollywoodiana nas críticas da SET	75
2.2.1.1. Metodologia: aferindo o gosto popular nas páginas da SET	77
2.2.1.2. Narrativas simplificadas, escritas adaptadas: desdobramentos críticos do cinema escapista dos anos 1980	85
2.2.1.3. Influências globais, narrativas locais: a crise de identidade do cinema brasileiro dos anos 1980	99
2.2.1.4. Breves reflexões sobre a autonomia crítica em um contexto comercial	104
2.2.2. Estrutura: compactando ideias - a forma concisa de produzir críticas em série na era do vídeo	111
2.2.2.1. Metodologia: análise em escala - como a SET repercutiu a eclosão massiva de lançamentos em vídeo	112
2.2.2.2. Redefinindo o formato crítico no cenário editorial dos anos 1980	117
2.2.3. Linguagem: SET, do <i>cult</i> ao <i>pop</i> : democratizando a crítica de cinema brasileira	127
2.2.3.1. Aspectos preliminares: a tradição da linguagem crítica no Brasil: erudição, privilégios e desafios	127
2.2.3.2. A contribuição da SET para a legitimação de um discurso crítico popular	133
2.2.3.3. Crítica jornalística ou jornalismo crítico? A função informativa da SET	138
CONSIDERAÇÕES FINAIS	147
Hipótese 1 - Uma nova cinefilia: a “geração do vídeo”	147
Hipótese 2 - Crítica dos anos 1980 e seu processo de adaptação ao mercado do vídeo	149

Reflexões prospectivas sobre a crítica online: raízes, rupturas e permanências.....	152
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	158
FONTES CONSULTADAS	168
FILMOGRAFIA	175

INTRODUÇÃO

Ao longo desta dissertação, serão analisados os impactos das transformações culturais e tecnológicas desencadeadas pela popularização do *home-vídeo* no Brasil durante a década de 1980, com ênfase em seu papel na configuração das críticas publicadas pelas revistas especializadas. A hipótese central do estudo propõe que a consolidação do consumo cinematográfico doméstico nesse período — inicialmente restrito às elites, mas gradualmente acessível à classe média e, posteriormente, às camadas mais desfavorecidas da sociedade — não apenas ampliou e diversificou a base de espectadores que consumiam filmes regularmente, como também desempenhou um papel crucial na revitalização do interesse do público por pautas relacionadas ao cinema, impulsionando o mercado editorial do setor. Esse fenômeno, por sua vez, teria promovido o surgimento de um novo modelo de cinefilia no país, moldando novas práticas culturais e consolidando o vídeo como um marco na evolução do consumo audiovisual brasileiro.

A pesquisa parte do pressuposto de que a audiência emergente do *home-vídeo*, favorecida pelo amplo acesso aos filmes e pela maior diversidade de títulos disponíveis, tenha passado a recorrer com maior frequência às críticas especializadas, reconhecendo nelas um recurso confiável para orientar suas escolhas cinematográficas e navegar pelo vasto rol de lançamentos em fitas cassetes que, de forma contínua, abasteciam as prateleiras das videolocadoras. Acredita-se, ainda, que as novas possibilidades de exibição proporcionadas pelo vídeo — que ampliavam os recursos conferidos ao espectador, permitindo-lhe maior autonomia sobre como, quando e onde assistir seus filmes preferidos — proporcionava condições para uma observação mais apurada e analítica dessas produções. Esse cenário, por conseguinte, elevava a crítica a um patamar que ia além de sua função como um guia prático de consumo, posicionando-a como uma mediadora indispensável para uma compreensão mais aprofundada e qualificada das produções acessadas.

Com base nessas premissas, trabalha-se com a hipótese de que as repercussões do vídeo no cenário audiovisual brasileiro tenham impulsionado o desenvolvimento de perspectivas renovadas para a prática crítica, exigindo reformulações que garantissem a preservação de sua função e relevância em um contexto marcado por profundas mudanças culturais, tecnológicas e midiáticas (Moreira, 2023). Em particular, no que se refere à estrutura e à linguagem, defende-se que o aumento expressivo do público cinematográfico e do volume de críticas produzidas —

efeitos diretos da popularização do *home-vídeo* — incentivou a adoção de formatos mais objetivos, acessíveis e funcionais de análises, que se aproximavam das resenhas em detrimento dos longos e densos ensaios que até então predominavam. Essa abordagem, além de permitir uma cobertura mais abrangente do crescente mercado audiovisual, fazia uso de uma linguagem mais simplificada e direta, garantindo a fluidez da leitura em espaços reduzidos e alcançando, de forma mais eficaz, o espectador casual não especializado.

A principal motivação para investigar a cinefilia brasileira dos anos 1980 reside, portanto, na percepção de que a massificação do *home-vídeo* — um dos marcos tecnológicos mais emblemáticos daquela década — inaugurou novos paradigmas de consumo cinematográfico no Brasil, redefinindo a forma com que o público acessava, refletia e debatia o cinema. Ademais, a escolha do objeto de pesquisa foi orientada pela surpreendente escassez de estudos acadêmicos dedicados ao tema, apesar de sua inegável relevância histórica, o que reforça o caráter inovador e pioneiro desta dissertação⁵. Acrescenta-se a isso a marginalização frequentemente atribuída aos filmes da época nas discussões sobre a evolução do cinema e suas implicações culturais, devido à sua ênfase na produção em larga escala e no entretenimento de massa. Nesse contexto, a pesquisa busca ressignificar o valor dessas produções, considerando não apenas seus aspectos técnicos, estéticos e narrativos, mas também seu papel central nas dinâmicas de consumo audiovisual do país, reafirmando sua relevância e demonstrando sua legitimidade como objeto de estudos aprofundados e consistentes.

Em síntese, os problemas de pesquisa levantados podem ser definidos em duas questões centrais que orientarão o desenvolvimento da investigação, fundamentando a formulação das hipóteses a serem exploradas: 1. A popularização do *home-vídeo* na década de 1980 contribuiu para a formação de um novo modelo de cinefilia no Brasil? 2. Em caso afirmativo, de que maneira esse perfil influenciou o padrão vigente das críticas cinematográficas brasileiras, especialmente no que diz respeito ao conteúdo, à estrutura e à linguagem?

A primeira hipótese, que será desenvolvida no primeiro capítulo, sustenta que o *home-vídeo* desencadeou transformações decisivas na cultura cinéfila brasileira durante a década de 1980, redefinindo padrões previamente estabelecidos e introduzindo novos hábitos de consumo. Para embasar esse entendimento, a pesquisa analisará como o advento do videocassete e a

⁵ Durante a etapa preliminar da pesquisa, voltada ao levantamento de referenciais teóricos, constatou-se a ausência de estudos específicos que abordassem a tecnologia do vídeo sob uma perspectiva social e cultural vinculada à cinefilia brasileira e, em especial, à crítica especializada.

proliferação das videolocadoras permitiram que o espectador integrasse a experiência cinematográfica ao seu cotidiano de forma mais frequente e diversificada, influenciando a formação de seu gosto e repertório cultural. Adicionalmente, o capítulo inaugural buscará demonstrar como a migração do consumo cinematográfico para o ambiente doméstico impulsionou uma crescente demanda por críticas especializadas, destacando o papel essencial dessas análises na mediação do debate cinematográfico no Brasil e na orientação do público diante de um mercado audiovisual em rápida expansão.

Como suporte para o desenvolvimento dessas premissas, a investigação será alicerçada em uma revisão bibliográfica voltada a estabelecer conexões entre o papel das mídias cinematográficas e o funcionamento do jornalismo cultural brasileiro na década de 1980. Para captar as repercussões imediatas do *home-vídeo* na sociedade, no meio acadêmico e na imprensa, a pesquisa priorizará publicações contemporâneas ao período da emergência dessa tecnologia. Não obstante, também serão incorporadas referências mais recentes, com base na compreensão de que os fenômenos desencadeados naquele contexto histórico continuam a reverberar e influenciar as práticas culturais e midiáticas atuais. Nesse contexto, as seguintes obras serão utilizadas como base teórica para a análise: *O Cinema segundo a crítica paulista* (orgs. Fernando Nasser e José Luiz Goldfarb, 1986), *Uma Nova Ordem Audiovisual – Novas Tecnologias de Comunicação* (José Cândido de Almeida, 1988), *A Geração 80 em Cinema, Vídeo e Televisão no Brasil* (Roberto Gervitz, 1988), *Social & Cultural Aspects Of VCR Use* (org: Julia R. Dobrow, 1990), *O cinema dos anos 80* (org. Amir Labaki, 1991), *Deu no Jornal – O Jornalismo Impresso na Era da Internet* (org. Álvaro Caldas, 2002), *A Imagem Fria: Cinema e Crise do Sujeito no Brasil dos anos 1980* (Thales A. M. Ab’Sáber, 2003), *A Sociedade Enfrenta a sua Mídia* (José Luiz Braga, 2006), *Cinema Brasileiro Pós-Moderno – O Neon Realismo* (Renato Luiz Pucci Jr., 2008), *Jornalismo Cultural* (Arthur Dapieve, 2014), e *O Olhar Pornô, a Representação do Obsceno no Cinema e no Vídeo* (Nuno Cesar Abreu, 2012), dentre outras.

Adicionalmente, será aplicada análise documental de revistas cinematográficas especializadas que alcançaram grande popularidade na década de 1980, como *SET*, *Vídeo News* e *Cinemin*, assim como de publicações de variedades que trataram enfaticamente a disseminação do vídeo no Brasil e no mundo, como *Veja* e *Time*. Também, como parte do *corpus* teórico do primeiro capítulo, serão considerados artigos acadêmicos e jornalísticos que abordam o tema em questão. Entre eles, destacam-se: *Quer saber como foi o cinema em 1988?* (Fernando Spencer, 1988), *A Era do Vídeo Faz o Cinema Renascer* (Aramis Millarch, 1988),

Vídeo: 10 Anos de Evolução (Orlando Barrozo, 1989), *A Crise dos Anos 1980 e a Exibição Cinematográfica* (Anita Simis, 2016) e *Quantas Salas de Cinema Existiram no Brasil? Reflexões Sobre a Dimensão e Características do Circuito Exibidor Brasileiro* (Rafael Freire e Natasha Zapata, 2017). Por fim, a pesquisa será enriquecida com uma entrevista realizada pelo autor com Alan Oliveira (2024)⁶, diretor do documentário *Cinemagia – a História das Videolocadoras de São Paulo* (2017), produção que aborda pormenorizadamente o impacto do *home-vídeo* e das videolocadoras no cenário cultural brasileiro dos anos 1980.

Prosseguido, o segundo capítulo será dedicado ao desenvolvimento da segunda hipótese, a qual sugere que a crítica brasileira passou por uma intensa reconfiguração durante a década de 1980, em resposta às demandas instituídas pelo *home-vídeo*. Com base em um estudo de caso da *SET*, o processo investigativo terá como objetivo inicial oferecer uma perspectiva abrangente sobre o funcionamento da revista e seu impacto enquanto mediadora cultural e comercial no imaginário midiático dos anos 1980. Por meio da aplicação de uma metodologia analítica e descritiva, a investigação não só buscará identificar tendências recorrentes e estratégias narrativas, como também possíveis variações na abordagem editorial em resposta às transformações culturais e tecnológicas do período. Entre os tópicos a serem explorados, destacam-se: as distinções da *SET* em relação às revistas de cinema que a precederam, as motivações que justificaram sua criação, os tipos de anúncios publicitários que ocupavam suas páginas, o perfil de seus principais críticos e colaboradores, os gêneros e as nacionalidades dos filmes analisados com maior frequência, a capacidade da revista em interagir com o público leitor e o espaço dedicado às produções lançadas no mercado de vídeo.

A escolha da *SET* como estudo de caso fundamenta-se, principalmente, em seu papel de destaque como a revista cinematográfica mais popular do Brasil durante os anos 1980, o que evidencia sua ampla aceitação junto ao público. Sua singularidade no contexto editorial da época, enquanto única publicação do gênero produzida por uma grande editora de alcance nacional, a *Editora Azul*, garantiu-lhe uma distribuição significativamente superior à de suas concorrentes, consolidando-a como um reflexo potencialmente mais representativo das práticas e demandas que consagraram a cultura cinematográfica daquela década.

Também mereceu atenção a trajetória longa da *SET* — que se estendeu por aproximadamente 23 anos (1987-2010) — permitindo à revista acompanhar de perto inovações

⁶ Todas as referências feitas a Alan Oliveira ao longo desta pesquisa, com data de 2024, referem-se a uma entrevista conduzida pelo autor com o cineasta.

tecnológicas que sucederam o videocassete, como o DVD, a internet e as plataformas de *streaming*, nas décadas de 1990 e 2000. Essa continuidade histórica, preservada e documentada em suas páginas, oferece uma oportunidade singular para reflexões prospectivas, ainda que tangenciais, sobre a evolução da cinefilia brasileira diante de tais mudanças. Além disso, ela possibilita uma análise mais sistemática e integrada da trajetória da crítica cinematográfica no Brasil, lançando luz sobre as dinâmicas subjacentes que moldaram — e continuam a moldar — a relação entre o público, o cinema e as mídias editoriais ao longo das últimas décadas.

Outro ponto de destaque é a abordagem dual e equilibrada da *SET*, que dedicava atenção equivalente ao circuito cinematográfico tradicional e ao emergente mercado de *home-vídeo*. Tal característica ampliava significativamente o escopo da revista, posicionando-a de forma diferenciada em relação às suas principais concorrentes: a *Cinemin*, cujo enfoque recaía predominantemente sobre o cinema convencional, e a *Video News*, quase exclusivamente voltada ao mercado de vídeo. Essa harmonia editorial qualificava a *SET* como uma plataforma privilegiada para a condução de análises comparativas entre as duas principais formas de acesso ao cinema da época, oferecendo um retrato integrado da convergência e da coexistência desses universos midiáticos no imaginário cultural brasileiro.

Para garantir uma investigação direcionada e evitar a dispersão de interesse em temas que escapem ao objeto central da pesquisa, tornou-se indispensável estabelecer um recorte temporal bem definido, buscando otimizar a análise e assegurar a construção de resultados alinhados às metas traçadas. Dentre as 271 edições da *SET*, selecionou-se, como amostra, as 30 primeiras publicações, correspondentes ao período compreendido entre junho de 1987, data de seu lançamento, e dezembro de 1989, que marca o encerramento da década de 1980. A opção por essa delimitação justifica-se por contemplar um momento particularmente expressivo das repercussões do *home-vídeo* no mercado audiovisual, proporcionando um estudo mais preciso das dinâmicas investigadas.

A amostra selecionada será utilizada como base para práticas investigativas diversificadas ao longo da pesquisa, com o objetivo de averiguar os traços distintivos da *SET* em relação a três dimensões fundamentais das suas críticas: conteúdo, estrutura e linguagem. Como as metodologias empregadas variam de acordo com cada aspecto analisado, esta introdução fornecerá uma visão geral das abordagens utilizadas, reservando o detalhamento de cada técnica para os capítulos subsequentes, quando serão exploradas de forma mais didática e contextualizada. Essa organização tem como propósito assegurar maior clareza na exposição

das estratégias metodológicas, permitindo que cada abordagem seja compreendida como parte essencial do estudo, fortalecendo a coerência e a consistência dos resultados alcançados.

No que se refere ao primeiro aspecto — relacionado ao conteúdo predominante das críticas publicadas pela *SET* —, a pesquisa dedicará atenção ao mapeamento das predileções cinematográficas do público consumidor de *home-vídeo* no Brasil durante os anos 1980, com o objetivo de identificar os estilos dos filmes mais consumidos no mercado e, possivelmente, os mais abordados nas análises críticas da revista. Para alcançar esse objetivo, será realizada uma análise detalhada da seção *Parada*, um espaço fixo da agenda editorial da *SET* que apresentava, mensalmente, o "Top 10" dos títulos mais alugados em vídeo no país, fornecendo um panorama das produções de maior sucesso comercial no período. Com base nos dados coletados nessa etapa, será realizado um cotejo com as capas das edições da *SET* incluídas na amostra selecionada, buscando, a partir desse cruzamento de informações, identificar possíveis conexões entre as preferências cinematográficas do público e as pautas editoriais de maior destaque da publicação

A metodologia proposta parte da hipótese de que, com a consolidação dos *blockbusters* e a intensa produção de filmes voltados para o entretenimento de massa ao longo dos anos 1980, a cinematografia comercial hollywoodiana tenha se estabelecido como a principal força motriz do mercado de vídeo brasileiro, moldando as preferências de consumo e ocupando uma posição de amplo destaque. Além disso, trabalha-se com a suposição de que essa hegemonia influenciou diretamente o conteúdo crítico da *SET*, direcionando suas análises para um estilo mais alinhado às preferências populares dessas produções.

Quanto à estrutura predominante, a investigação terá início com a aplicação de uma metodologia quantitativa destinada a contabilizar o volume total de críticas publicadas pela *SET* nas 30 edições que compõem a amostra selecionada. Esse levantamento permitirá dimensionar a densidade crítica da revista e, com base nos dados obtidos, oferecerá subsídios para avaliar uma das premissas centrais do estudo: a de que o *home-vídeo* foi um elemento-chave na ampliação e popularização do consumo de análises cinematográficas no Brasil durante os anos 1980. Em um segundo momento, será realizada uma categorização qualitativa desse *corpus*, com o intuito de identificar a proporção de críticas dedicadas aos lançamentos em vídeo em comparação àquelas voltadas para os filmes que estreavam nos cinemas. Essa etapa comparativa pretende avaliar o impacto da introdução massiva do vídeo no Brasil sobre as adaptações editoriais implementadas pela *SET*, especialmente no contexto de um mercado cinematográfico que multiplicou consideravelmente a quantidade de títulos

disponíveis para análise.

A hipótese em debate propõe que a consolidação do *home-vídeo* e o consequente aumento na oferta de filmes no mercado cinematográfico impuseram às revistas especializadas impressas o desafio de acomodar um volume crescente de críticas em um espaço físico limitado. Esse cenário teria levado a um enxugamento generalizado no tamanho das análises publicadas, como parte de uma estratégia editorial que buscava, por um lado, maximizar o alcance das publicações ao contemplar o maior número possível de produções e, por outro, atrair um contingente expressivo de anunciantes, especialmente aqueles vinculados ao setor do vídeo, como distribuidoras de fitas cassetes e redes de videolocadoras. Além disso, essa dinâmica teria incentivado uma reformulação no formato tradicional das críticas, priorizando resenhas mais curtas e objetivas, que não apenas possibilitavam a abordagem ampliada desejada pelas editoras, como também atendiam às expectativas de leitores que buscavam orientações rápidas e diretas sobre os filmes que chegavam continuamente às videolocadoras, aumentando a funcionalidade das revistas de cinema no contexto da época.

Quanto ao estilo de linguagem adotado pela *SET*, parte-se do pressuposto de que a expansão do mercado de vídeo, aliada à crescente ampliação do público que passou a consumir críticas regularmente, impôs ao crítico o desafio de ajustar suas formas de expressão para dialogar de maneira mais eficaz com o chamado “leitor médio”. Supõe-se que essa audiência mais diversificada e frequentemente não especializada tenha estimulado as revistas da época a adotarem um estilo discursivo menos denso e erudito, promovendo uma ruptura parcial com o modelo tradicional que, até então, caracterizava a crítica convencional. Essa adaptação teria ocorrido, em grande parte, porque muitos desses leitores buscavam nas críticas textos práticos que os auxiliassem na escolha de filmes lançados em fitas cassetes, relegando a um plano secundário discussões mais aprofundadas sobre aspectos técnicos ou históricos do cinema.

Para investigar essa hipótese, será conduzida uma análise documental das críticas publicadas pela *SET* no âmbito das edições selecionadas como amostra. O objetivo será identificar elementos textuais que demonstrem possíveis adaptações na linguagem empregada, como o uso de vocabulários acessíveis, estruturas simplificadas e tons mais diretos de comunicação, refletindo as mudanças nas expectativas e no perfil do público leitor durante o período.

Complementando a metodologia aplicada ao estudo de caso, as críticas da *SET* também serão utilizadas como referência para a realização de um balanço da produção cinematográfica

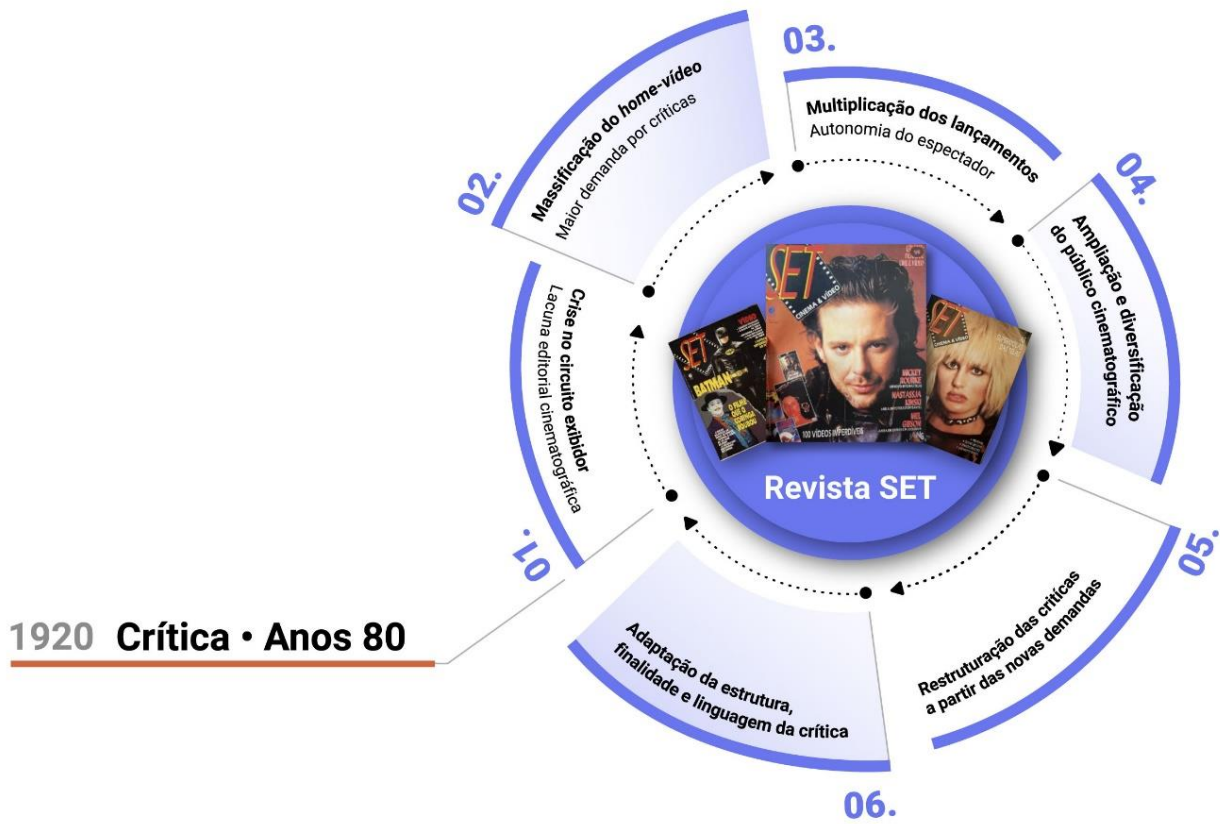
dos anos 1980, abrangendo tanto o cenário nacional quanto o internacional. Pretende-se, assim, explorar como a cinematografia daquela década dialogava com o contexto cultural que a produzia e consumia, evidenciando as conexões estabelecidas entre as demandas do público, as características da indústria e as práticas editoriais e discursivas da época. Além disso, a pesquisa contará com entrevistas realizadas pelo autor com duas personalidades fundamentais na trajetória da *SET*, que oferecerão perspectivas privilegiadas sobre o seu funcionamento interno e sobre a sua interação com o cenário audiovisual do período investigado: José Geraldo Couto⁷, um dos críticos mais atuantes da revista durante a década de 1980, e Roberto Sadovski⁸, editor-chefe por mais de 10 anos (1999-2010) e considerado uma das principais referências jornalísticas e editoriais da publicação.

Finalmente, como etapa conclusiva das práticas metodológicas, será adotada uma nova abordagem comparatista que buscará conceber, ainda que *en passant*, possíveis relações de continuidade entre a crítica desenvolvida durante os anos 1980 e a praticada no cenário contemporâneo, caracterizado por novas dinâmicas discursivas e interativas na internet. Por meio desse confronto analítico, referidos modelos críticos serão colocados em diálogo, a despeito das diferenças temporais e da disparidade tecnológica que os separam, com o objetivo de destacar suas similaridades, contrastes, rupturas e permanências, permitindo que se revelem e se esclareçam mutuamente (Souto, 2016, p. 16). Este diálogo temporal, embora não tenha a pretensão de oferecer conclusões definitivas e tampouco esgotar o tema, visa abrir caminhos para pesquisas futuras que possam repensar a crítica digital da atualidade à luz de suas possíveis origens analógicas, muitas das quais, acredita-se, remontam à ainda subestimada década de 1980.

⁷ Todas as referências feitas a José Geraldo Couto ao longo desta pesquisa, com data de 2023, referem-se a uma entrevista conduzida pelo autor com o crítico e jornalista.

⁸ Todas as referências feitas a Roberto Sadovski ao longo desta pesquisa, com data de 2022, referem-se a uma entrevista conduzida pelo autor com o crítico e jornalista.

Figura 1 – Gráfico esquemático referente ao objeto da pesquisa:



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor.

CAPÍTULO 1. CINEMA EM CASA: IMPACTOS DA CULTURA DO VÍDEO NO CENÁRIO AUDIOVISUAL BRASILEIRO

“Ir para uma sala de cinema ver um filme era como ir para um parque de diversões. A chegada das videolocadoras fez com que nós pudéssemos sentir que o parque estava logo ali, mais próximo, na esquina, aberto para nos receber”.

Alan Oliveira

Este capítulo propõe-se a analisar o impacto transformador do *home-vídeo* na cinefilia brasileira durante a década de 1980, enfatizando como a transição do consumo cinematográfico para o ambiente doméstico redefiniu a relação entre o espectador e o cinema. A análise contempla a ascensão das videolocadoras como um novo modelo de consumo cultural e os impactos dessa mudança paradigmática sobre os hábitos e perfis dos espectadores no Brasil⁹. Além disso, a investigação aborda a formação de um novo perfil cinéfilo no país – a “geração do vídeo” –, destacando como esse público emergente estimulou a demanda por pautas cinematográficas e consolidou um ambiente propício ao surgimento de publicações especializadas em crítica cinematográfica.

1.1. A REVOLUÇÃO DO VIDEOCASSETE PARA O ENTRETENIMENTO DOMÉSTICO

Os anos 1980 foram marcados por uma crise econômica persistente que impactou fortemente o mercado cinematográfico brasileiro¹⁰. Esse cenário resultou no fechamento progressivo de salas de exibição, no distanciamento do público das obras cinematográficas e

⁹ Embora o vídeo tenha sido fundamental para a massificação do cinema em casa nos anos 1980, essa prática tem raízes muito anteriores, remontando a 1923, com o lançamento dos primeiros projetores portáteis de 16 mm. Esses dispositivos, descritos por Haidee Wasson (2009) como “maravilhas elétricas”, marcaram o início de uma modalidade de entretenimento personalizado, oferecendo aos espectadores a possibilidade de usufruírem do universo cinematográfico sem sair do conforto de seus lares. Wasson destaca que esses aparatos tecnológicos foram precursores dos formatos contemporâneos de exibição, como a televisão, os videocassetes, os DVDs e os computadores, “transformando as condições em que assistimos, discutimos, pensamos e escrevemos sobre o cinema” (Wasson, 2009, p. 21). Esse pioneirismo, embora limitado pelas tecnologias precárias da época, já apontava para uma mudança na forma como o público se relacionava com o cinema, estabelecendo as bases para a revolução que o *home-vídeo* consolidaria décadas depois.

¹⁰ Durante os anos 1980, o Brasil enfrentou uma das mais graves crises econômicas de sua história, com impactos profundos em todos os setores, incluindo o cultural. Segundo pesquisa de Marcel Balassiano (2020), o crescimento do PIB nacional caiu drasticamente ao longo da década, reduzindo-se de 8,6% para apenas 1,6%. Paralelamente, a dívida externa explodiu, saltando de US\$ 6 bilhões, em 1973, para cerca de US\$ 100 bilhões, em 1982, um montante equivalente a cinco vezes a receita de exportação do país naquele período. Essa conjuntura foi agravada por uma inflação anual galopante e persistente, que atingiu o impressionante patamar de 1.800%, com variações mensais de até 50% (Munhoz, 2018, p. 64).

na extinção das revistas especializadas em cinema. Enquanto esses fenômenos ocorriam, uma invenção começava a se popularizar ao redor do mundo, prometendo revolucionar o mercado audiovisual. Tratava-se de um aparelho capaz de gravar imagens em fitas cassetes e reproduzi-las na televisão, batizado pela Philips como *Video Cassette Recorder* (VCR), em 1971.

Desenvolvido originariamente pela empresa de eletrônicos *Ampex*, em 1956, o videocassete, num primeiro momento, era restrito às redes de TV e às suas retransmissoras, dado o seu alto custo, de aproximadamente 50 mil dólares (Sadovski, 2016), e o seu *design* pouco atrativo para o consumo doméstico ou amador - era grande como um piano e pesava mais de 20 quilos¹¹. Essa realidade começou a mudar em novembro de 1975, quando a *Sony* lançou o *Betamax*, uma versão compacta e aprimorada do equipamento, que prometia "mudar o tempo do vídeo" (Secunda, 1990, p. 17)¹². Três anos depois, em 1978, a JVC lançou o *VHS* (*Video Home System*), um modelo ainda mais prático e funcional que rapidamente ganhou a preferência dos consumidores, superando as vendas do *Betamax* em uma proporção de três para um (Secunda, 1990, p. 18). Como os dois formatos eram incompatíveis — as fitas *Beta* não podiam ser reproduzidas em aparelhos *VHS* e vice-versa (*Time*, 1984, p. 47) —, iniciou-se uma intensa disputa entre as empresas pela liderança do mercado, que durou cerca de uma década. Em 1988, a Sony, sem conseguir manter seu espaço no segmento, finalmente aderiu ao padrão *VHS*, unificando a produção e promovendo seu desenvolvimento em escala global.

Figura 2 - U-Matic - O primeiro videocassete comercial, lançado pela Sony, em 1971: alto custo, baixa funcionalidade e um grande passo para o futuro.



Fonte: Portal Tecmundo¹³.

¹¹ Ver **O Primeiro Videocassete tinha o tamanho de um piano**. Publicado no *Portal LS2X Tecnologia* em 20/10/2021. Disponível em: <https://ls2xtecnologia.com.br/index.php/2021/10/20/o-primeiro-videocassete-tinha-o-tamanho-de-um-piano>. Último acesso: 25/03/2024.

¹² Durante o lançamento do *Betamax*, em 1975, Akio Morita, então presidente da *Sony*, apresentou uma estratégia de *marketing* audaciosa que posicionava o videocassete como o ápice da tecnologia eletrônica da época. Em suas palavras visionárias, ele declarou: “Com o videocassete, a televisão passa a ser como uma revista. Você pode controlar a sua própria programação” (Morita *apud* Secunda, 1990, p. 17).

¹³ Ver **VHS, DVD e Blu-ray: a história da guerra dos formatos [vídeo]**. Publicado em *Portal Tecmundo* em

Em que pese o histórico, foi somente durante os anos 1980 que o videocassete se consolidou de vez como um aparato apto a revolucionar as relações estabelecidas entre o homem e a programação audiovisual. O avanço da tecnologia, aliado ao fascínio provocado por seus feitos inéditos, cada vez mais enaltecidos pela mídia¹⁴, promoveram o aparelho a uma posição de prestígio junto ao mercado de eletrônicos e de cobiça perante os consumidores. Entre 1981 e 1986, suas vendas passaram de 2 milhões para 12 milhões de unidades anuais nos Estados Unidos, sendo que, em 1989, 65% dos lares americanos possuíam pelo menos um equipamento instalado¹⁵. No Reino Unido, a demanda cresceu ainda mais rapidamente (Briggs; Burke, 2006, p. 297), enquanto países como Venezuela e Arábia Saudita também registraram alta adesão, com 31% e 85% dos lares contendo pelo menos um videocassete em 1984 e 1985, respectivamente (Straubhaar, 1990, p. 40).

Mesmo nos contextos mais inesperados, a cultura do vídeo se disseminava com rapidez, transformando hábitos sociais e culturais ao redor do mundo. No Egito, por exemplo, a posse de um videocassete tornou-se símbolo de *status* social, levando as famílias de classe média a evitarem frequentar os cinemas de rua para não aparentarem a falta de um equipamento em casa (Body; Straubhaar; Lent, 1989). No Irã, a proibição governamental imposta pelo regime islâmico ao uso do aparelho, em 1983, não conteve o seu avanço. Pelo contrário, estimulou o surgimento de um mercado clandestino que abastecia cerca de 11.500 famílias com títulos pirateados variados, oferecendo acesso a conteúdos que não estavam disponíveis nos cinemas ou na programação televisiva controlada pelo Estado (Atwood,

15/01/2019. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/137901-vhs-dvd-blu-ray-historia-guerra-formatos-video.htm>. Último acesso em 05/12/2024.

¹⁴ Em 24 de dezembro de 1986, a revista *Veja* estampou na capa de sua edição de anuário um videocassete rodeado por dez televisores, adornados com um laço de presente que formava uma árvore de Natal. A mensagem, claramente persuasiva, convidava o leitor a adquirir o equipamento na véspera natalina, denominando-o a “máquina do ano” e exaltando-o como uma “mágica doméstica capaz de libertar o espectador da programação televisiva” (*Veja*, 955ª ed., 1986, p. 56). Curiosamente, dois anos antes, em 24 de dezembro de 1984, a revista *Time* havia publicado uma matéria semelhante, apresentando o videocassete como o “personagem do ano.” Na capa de seu anuário, a publicação americana utilizou um tom igualmente superlativo, sugerindo ao leitor que o VCR era o presente ideal para as confraternizações natalinas: “O presente mais quente do Papai Noel: a caixa mágica que está revolucionando o vídeo” (*Time*, 124 vol., nº 26, Capa). Essas capas, separadas por dois anos, não só evidenciam um alinhamento no discurso publicitário e jornalístico em torno do videocassete, como também revelam o ritmo distinto de penetração dessa tecnologia nos mercados brasileiro e americano, refletindo as diferenças nas dinâmicas de consumo e na consolidação do mercado de vídeo em cada país.

¹⁵ Em casos mais expressivos, como o da cidade de San Francisco, na Califórnia, essa proporção era ainda maior: 3 em cada 4 residências possuíam pelo menos um aparelho de videocassete (Klopfenstein, 1990, p. 45). Esse crescimento exponencial nas vendas do equipamento refletiu-se diretamente no mercado de locação de fitas cassetes. Em 1985, o número de videolocadoras nos Estados Unidos já superava o de salas cinematográficas, evidenciando a mudança nos hábitos de consumo audiovisual e a ascensão do *home-vídeo* como a principal forma de acesso ao cinema no país (*Video Week*, 1986, p. 172).

2021, p. 144)¹⁶.

No Brasil, a “moda” do videocassete demorou um pouco mais para pegar. Se nos Estados Unidos o produto havia se popularizado em 1984, quando seus preços caíram¹⁷ e a Suprema Corte do país decidiu que as gravações em fitas cassetes não violavam a lei de direitos autorais (Greenhouse, 1984, p. 01)¹⁸, por aqui o “boom” do equipamento somente foi ocorrer dois anos depois, em 1986, quando ele se tornou o segundo bem de consumo mais desejado pelos brasileiros, perdendo apenas para o automóvel (*Vídeo News*, 50ª ed., 1986, p. 20). Antes disso, o aparelho era considerado um “retumbante fracasso de vendas” e chegou a ser relegado pelos fabricantes como um produto destinado a raríssimos usuários capazes de encontrar nele alguma atração (*Veja*, 1986, p. 55). Durante esse período, custando o mínimo de Cr\$ 5.500.000¹⁹ e com a locação de fitas correspondendo, em média, a Cr\$ 10.000,00 por dia (Millarch. 1985) — valores considerados altos para uma população resistente à aquisição produtos de consumo considerados não essenciais —, a prosperidade do mercado de vídeo esbarrava na realidade econômica do país, tornando o seu acesso viável apenas a uma pequena minoria de alto poder aquisitivo.

Segundo pesquisa conduzida em 1987 por Joseph D. Straubhaar, professor do Departamento de Rádio, Televisão e Cinema da Universidade do Texas/EUA, foram dois os principais motivos que levaram o mercado de vídeo no Brasil ao atraso de seu desenvolvimento: 1) a recessão econômica que perdurou durante toda a década de 1980, inviabilizando a aquisição de aparelhos eletrônicos voltados ao entretenimento pelos

¹⁶ Sobre o mercado clandestino de vídeo no Irã, Blake Atwood (2021) aponta que o videocassete introduziu um elemento transformador à população daquele país durante os anos 1980: o exercício da autonomia. Atwood (2021) destaca que a possibilidade de pausar um filme durante um imprevisto, retroceder cenas para melhor compreender um diálogo ou avançar rapidamente passagens inadequadas para crianças pequenas representava, para essas pessoas, um poder inédito de moldar a experiência audiovisual às suas próprias necessidades e desejos. Esse nível de autonomia oferecia uma contraposição à rigidez da vida pública sob um regime opressor, oferecendo, ainda que de forma limitada, uma nova dimensão de liberdade e expressão pessoal (Atwood, 2021, p. 146).

¹⁷ Em 1975, quando a *Sony* lançou o primeiro *Betamax* nos EUA, seu preço era de, aproximadamente, 2.200 dólares, enquanto uma fita de vídeo virgem custava pelo menos 20 dólares. Já em 1984, com o aumento da concorrência e das opções disponíveis no mercado, cada equipamento podia ser encontrado por até 240 dólares, enquanto as fitas virgens custavam entre 5 e 6 dólares (*Time*, 1984, p. 46).

¹⁸ A decisão da Suprema Corte representou o desfecho de um processo judicial iniciado em 1977 pela *Universal Studios* e pela *Walt Disney Productions* contra a *Sony*. O objetivo da ação era proibir o uso do videocassete para reproduzir obras cinematográficas protegidas por direitos autorais pertencentes aos estúdios. Essa iniciativa pode ser interpretada como um reflexo das crescentes preocupações de Hollywood diante de sua incapacidade de conter o rápido avanço da indústria do vídeo, além do temor por potenciais perdas financeiras causadas pela migração do público das salas de cinema para o *home-vídeo*. Eugene Secunda entende que, embora a *Sony* tenha sido individualmente apontada como ré na ação, o verdadeiro alvo dos estúdios era mais amplo, qual seja, “o direito legal de qualquer americano possuir e usar um gravador de vídeo para uso próprio, independentemente da marca do fabricante” (Secunda, 1990, p. 18).

¹⁹ O símbolo Cr\$ representa a moeda Cruzeiro, adotada como padrão monetário no Brasil em diferentes períodos: de 1942 a 1967, de 1970 a 1986, e novamente entre 1990 e 1993. Ver: **Cruzeiro (Moeda)**. Publicado em *Wikipédia*. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Cruzeiro_\(moeda\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Cruzeiro_(moeda)). Último acesso: 05/12/2024.

brasileiros; 2) a existência de uma indústria de televisão bem desenvolvida, que, como regra, mantinha o telespectador satisfeito e entretido, evitando a busca por veículos alternativos para suprir eventuais lacunas na programação regular. De acordo com Straubhaar, a força da televisão aberta, em especial a Rede Globo de Televisão, responsável, àquela época, pela produção de 10 a 12 horas de programação diária e pelo domínio da audiência do público, com uma parcela de 60% a 80% dos televisores ligados, atuava como um fator de contenção das tecnologias emergentes, deixando uma “utilidade marginal para o videocassete” (Straubhaar, 1990, p. 137).

Em 1986, esse cenário começou a mudar. A produção nacional de videocassetes aumentou drasticamente, passando de 61 mil unidades, em 1985, para quase 200 mil, no ano seguinte. Além disso, fatores como a disseminação do contrabando, correspondente a quase 70% dos aparelhos comercializados (*Vídeo News*, 77^a ed., 1989, p. 46), e a concessão de incentivos fiscais pelo governo acarretaram progressivas quedas de preço do produto, tornando-o cada vez mais acessível à classe média. Uma noção do quão representativo foi esse barateamento pode ser auferida a partir de uma analogia com as variações do mercado automobilístico da época: em 1982, com o triplo do valor a ser investido em um videocassete, era possível adquirir um fusca, o carro brasileiro mais barato então existente. Já em 1986, essa proporção era de sete aparelhos *Sony* (o mais barato da época, custando Cz\$ 1.3500,00)²⁰ para cada Chevette, carro que havia substituído o VW na base da escala dos veículos mais populares no país (*Veja*, 1986, p. 54-61)²¹.

²⁰ O símbolo CZ\$ representa a moeda Cruzado, introduzida no Brasil em 28 de fevereiro de 1986 como parte do Plano Cruzado, um pacote de medidas econômicas voltado ao combate à inflação, que incluía congelamento de preços e salários. O Cruzado circulou até 16 de janeiro de 1989, quando foi substituído pelo Novo Cruzado, mais um plano econômico que buscava conter a hiperinflação que persistia, marcando um novo capítulo das mudanças monetárias frequentes no Brasil da época. Ver: **Cruzado (moeda brasileira)**. Em *Wikipedia*. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Cruzado_\(moeda_brasileira\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Cruzado_(moeda_brasileira)). Último acesso: 25/01/2025.

²¹ Com a redução dos preços dos videocassetes, o mercado brasileiro vivenciou um crescimento exponencial nas vendas do equipamento. No primeiro semestre de 1986, o volume comercializado foi quase quatro vezes superior ao registrado no mesmo período de 1985. Esse desempenho levou a *Sony Corporation*, no Japão, a conceder à sua filial brasileira, a *Sony Brasil*, o prêmio *Betamax Gold Prize*, uma honraria anual destinada aos países que mais se destacaram em crescimento de vendas de videocassetes *Betamax* em todo o mundo (*Vídeo News*, 50^a ed. 1986, p. 20).

Figuras 3 e 4 - Capas das Revistas: *Time*, de 24 dez. 1984; *Veja*, de 24 dez. 1986.



Fonte: Acervos digitalizados das Revistas *Time* e *Veja*.

Apesar da explosão de vendas em 1986, o videocassete ainda era considerado um bem de consumo inviável para a maior parte das camadas mais pobres da sociedade brasileira. Embora já não fosse considerado um item de luxo exclusivo, o aparelho permaneceu como um sonho de consumo restrito às famílias de classe média e alta até 1989. Nesse ano, um novo barateamento, impulsionado pela maior competição entre fabricantes — “com nove marcas disputando o mercado” — tornou o videocassete acessível também às classes C e D, chegando aos subúrbios, às periferias e às favelas brasileiras (*Video News*, 83ª ed., 1989, p. 77)²².

A estratificação social no consumo de vídeo no Brasil, durante os anos 1980, dominada pelas classes média e alta durante a maior parte da década, desempenhou um papel relevante na configuração da cinefilia no país, direcionando-a, majoritariamente, para filmografias estrangeiras, com especial ênfase na produção norte-americana. Essa relação foi detalhadamente analisada por Joseph D. Straubhaar em pesquisa realizada em 1987, que apontou que as elites brasileiras dedicavam grande parte de sua atenção a filmes importados. Segundo Straubhaar (1990), essa preferência estava relacionada ao estilo de vida “internacionalizado” adotado por esses espectadores, influenciados por experiências como

²² Segundo dados fornecidos pela ABINEE (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônicos), as vendas dos videocassetes saltaram de 270 mil para 800 mil entre 1988 e 1989, sendo que, destas, 400 mil se referiam a aparelhos de fabricação nacional, refletindo o avanço da indústria local. O desenvolvimento da indústria nacional acabou promovendo uma drástica redução do contrabando dos aparelhos, de 70% em 1987, para 55% em 1988 (*Video News*, 77ª ed., 1989, p. 46).

viagens ao exterior, formação acadêmica global e um maior contato com a língua e com a cultura anglo-americanas.

A perspectiva cosmopolita desse público, segundo o autor, resultava em um maior descontentamento com a programação predominante da TV aberta, que incluía novelas, programas humorísticos e programas de auditório, considerados insuficientes para atender às expectativas dessa parcela da sociedade. Esse desagrado, por sua vez, motivava essas classes a buscarem no videocassete alternativas de entretenimento mais sofisticadas e alinhadas com suas preferências, privilegiando, especialmente, os filmes hollywoodianos. Estes, com sua estética refinada e narrativas universais, tendiam a representar um padrão audiovisual mais próximo das aspirações culturais e do ideal estético desse público, consolidando a hegemonia do cinema norte-americano no mercado de vídeo brasileiro²³:

Os videocassetes aumentaram durante o *boom* econômico em 1986, chegando a atingir 6% dos lares com televisão no Brasil. Eles eram mais populares entre as classes média alta e alta, que os utilizavam principalmente para assistir a filmes norte-americanos, o que parece acompanhar a nossa hipótese de que o uso dos aparelhos está associado aos interesses específicos dos espectadores de acordo com a divisão de suas classes sociais (Straubhaar, 1990, p. 138).

Conforme a tese defendida por Straubhaar (1990), observa-se uma relação direta entre o alto custo do videocassete no mercado audiovisual brasileiro dos anos 1980 e a consolidação de uma cinefilia predominantemente voltada para produções norte-americanas. No capítulo seguinte, essa discussão será aprofundada no estudo de caso sobre a revista *SET*, com a análise da proporção de filmografias estrangeiras no gosto cinematográfico do público vinculado ao mercado de vídeo. Essa abordagem oferecerá uma compreensão mais detalhada dos padrões de consumo e das influências culturais que moldaram o consumo cinematográfico da época.

²³ A pesquisa conduzida por Joseph D. Straubhaar (1990) também incluiu entrevistas realizadas na Colômbia e na Venezuela, revelando um panorama interessante sobre a adoção do videocassete na América Latina. Em ambos os países, o uso do equipamento era mais disseminado do que no Brasil: 31% dos lares venezuelanos possuíam videocassetes, comparados aos 18% na Colômbia e apenas 6% no Brasil. Straubhaar atribuiu essa diferença ao nível de desenvolvimento dos sistemas de televisão em cada país (Straubhaar, 1990). Na Colômbia e na Venezuela, a menor diversidade de canais disponíveis tornava os videocassetes uma alternativa mais atrativa e necessária como fonte de entretenimento doméstico. Já no Brasil, onde o sistema televisivo era mais desenvolvido e oferecia maior variedade de conteúdo, o equipamento desempenhava um papel complementar. Um ponto em comum entre os três países foi o caráter elitista da posse do aparelho, adquirido predominantemente pelas classes média e alta. Segundo entrevistas realizadas com proprietários de locadoras, o videocassete era amplamente utilizado para a reprodução de longas-metragens produzidos nos Estados Unidos, reforçando a centralidade do cinema hollywoodiano como principal referência cultural no consumo audiovisual da região (Straubhaar, 1990, p. 138).

1.2. AS VIDEOLOCADORAS NOS ANOS 1980: EPICENTRO DE UMA NOVA CINEFILIA

Quando os primeiros videocassetes foram lançados, a grande inovação que se prometia para os consumidores era a possibilidade de gravar a programação televisiva em fita cassete. Na época, pouco se mencionava sobre a capacidade do aparelho de reproduzir fitas pré-gravadas. Contudo, em 1978, o empresário Andre Blay, de Los Angeles, teve a ideia inovadora de lançar filmes em formato de vídeo, após persuadir a *Twentieth-Century Fox* a conceder-lhe os direitos de 50 títulos para reprodução. Como o preço das fitas gravadas era consideravelmente elevado, poucos consumidores as compravam, o que levou os lojistas a alugarem-nas aos interessados (Komiya; Litman, 1990, p. 26-27). Assim nasceu um modelo de negócio altamente lucrativo que se espalharia pelo mundo a partir do início dos anos 80: o das videolocadoras²⁴.

No Brasil, o aluguel de fitas cassetes começou a ganhar espaço, ainda de forma bastante incipiente, em 1982²⁵. Na época, o mercado era extremamente precário e elitizado, acessível apenas a uma pequena parcela da população com maior poder aquisitivo, que conseguia importar produtos estrangeiros por conta própria. Essa exclusividade era exacerbada pelo elevado custo das fitas de vídeo, que, em 1983, oscilavam entre 60 e 100 dólares (*Cinemin*, 5ª ed., 1983, p. 51), configurando-as como artigos de luxo e restringindo seu acesso ao público em geral. As poucas videolocadoras em atividade enfrentavam uma demanda reduzida e, para garantir sua viabilidade comercial, frequentemente recorriam ao uso de fitas piratas. Essas cópias não autorizadas tornavam-se mais atrativas para os consumidores, devido à sua maior

²⁴A história das videolocadoras de vídeo teve início em 1975, com a inauguração da primeira loja desse tipo no mundo por Eckhard Baum, em Kassel, na Alemanha, com acervo ainda composto por fitas no formato Super-8. Nos Estados Unidos, a *Video Magnetic*, localizada em Michigan, foi a pioneira no aluguel de fitas cassete nos formatos VHS e *Betamax*. Em 1980, Nova York presenciou a abertura da primeira rede de videolocadoras do mundo, a *Vídeo Schack*, marcando um passo importante na expansão desse modelo de negócio (Barrozo, 1989, p. 103). Posteriormente, em 19 de outubro de 1985, foi fundada, nos Estados Unidos, a *Blockbuster*, que viria a se tornar a mais icônica e bem-sucedida rede de locadoras de vídeo. No auge de sua operação, a *Blockbuster* chegou a contar com cerca de nove mil unidades distribuídas pelo mundo (Tomé, 2018).

²⁵Embora a primeira videolocadora do Brasil tenha sido fundada em 1977, em São Paulo (*a Disk Filmes*, que anos depois ficou conhecida como *Omni Vídeo*), o ano de 1982 é considerado o marco inicial do mercado de aluguel de fitas cassetes no país, quando foram inauguradas algumas das primeiras redes de videolocadoras brasileiras, como a *2001*, a *Real Vídeo* e a *Vídeo Norte* (Silveira, 2020). Ver: **Como Sobrevivem as Últimas Videolocadoras de São Paulo na Era do Streaming**. Em *Portal UOL*: <https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2020/02/como-sobrevivem-as-ultimas-videolocadoras-de-sao-paulo-na-era-do-streaming.shtml>. Último acesso: 26/12/2025.

disponibilidade e variedade, em contraste com as opções limitadas de fitas seladas oficialmente comercializadas no mercado.

A pirataria, facilitada por processos simples e acessíveis de operação — bastavam dois videocassetes, um cabo e uma TV para copiar o conteúdo de uma fita para outra —, somada à negligência dos órgãos de fiscalização governamentais²⁶, resultava em uma barreira para a atuação de grandes distribuidoras multinacionais estrangeiras no Brasil, que consideravam o mercado do país pouco atrativo em razão da concorrência clandestina²⁷. O governo, receoso de que o combate à pirataria inibisse o crescimento de um segmento já enfraquecido por uma economia em crise, pouco intervinha. Essa postura, embora tenha permitido que o mercado de vídeo se desenvolvesse, fazia com que ele se consolidasse em bases frágeis, em que a informalidade predominava, dificultando a atração de investimentos de grandes *players* internacionais.

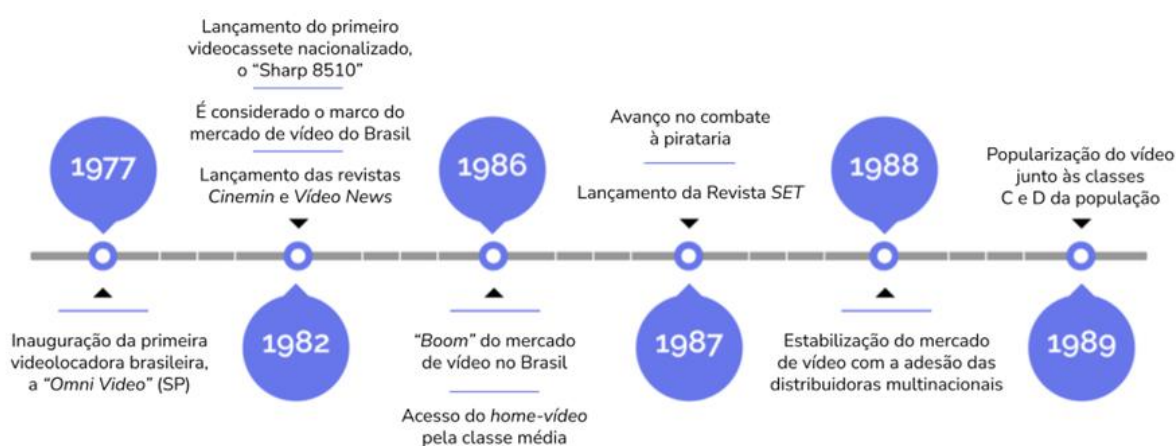
Sem a participação das grandes distribuidoras, que detinham a exclusividade de comercialização dos filmes considerados mais relevantes do circuito cinematográfico, o mercado de vídeo brasileiro encontrava dificuldades para se expandir, permanecendo dependente da continuidade das práticas ilegais de pirataria para se sustentar. Para se ter uma ideia da escala desse cenário, em 1986, cerca de 80% dos títulos disponíveis nas videolocadoras eram referentes a gravações ilegais. Apenas 3.000 títulos selados haviam sido lançados até então, dos quais metade era composta por filmes pornográficos, enquanto grande parte dos 1.500 restantes consistia em documentários ou vídeos técnicos (*SET*, 7ª ed., 1988, p. 12).

²⁶ Eventualmente, a Concine buscava demonstrar alguma diligência e proatividade no combate à pirataria, embora suas ações frequentemente carecessem de fiscalização efetiva. Em 1984, o órgão firmou, junto à Associação Nacional das Videolocadoras, um Protocolo de Intenções, que estabelecia medidas para regularizar parcialmente os acervos de fitas piratas. O acordo previa o congelamento desses acervos nas locadoras, a retirada de 30% dos títulos não autorizados das prateleiras e sua substituição por fitas seladas e devidamente licenciadas. Apesar de ser um passo na direção certa, a falta de monitoramento e punição eficaz para o descumprimento dessas normas limitou o impacto prático da iniciativa, deixando a pirataria amplamente disseminada no mercado de vídeo durante praticamente toda a década de 1980 (*Vídeo News*, 83ª ed., 1989, p. 82). Em dados momentos, a fiscalização contra a pirataria promovida pela Concine chegava a situações inusitadas. Em 1988, o órgão ofereceu uma recompensa no importe de CZ\$ 100.0000 para quem denunciasse algum tipo de reprodução ilegal do filme *Loucademia de Polícia V* (1988) (*SET*, 13ª ed., 1988, p. 14).

²⁷ Além da pirataria, a chamada “cláusula de reserva de mercado”, prática comercial instituída pela Concine, através da Resolução n. 98/1983, a qual obrigava as videolocadoras a lançarem um filme nacional para cada quatro estrangeiros, contribuía para afastar as grandes distribuidoras multinacionais. A norma era frequentemente descumprida pelas videolocadoras, que alegavam que os filmes brasileiros não tinham saída suficiente, causando prejuízo financeiro. Esse impasse deu ensejo a uma série de ações judiciais movidas pelas associações representativas das videolocadoras contra o ato do governo e culminou, em sua grande maioria, em vitórias das associações (*Vídeo News*, 84ª ed., 1989, p. 74).

A partir de 1987, entretanto, a Concine - Conselho Nacional de Cinema (1976-1990), pressionada pelas grandes distribuidoras multinacionais, intensificou o combate à pirataria²⁸, iniciando a regularização do mercado de vídeo e impulsionando os lucros das videolocadoras, que, em junho daquele ano, somavam mais de 5.000 estabelecimentos em funcionamento no Brasil (*Video News*, 66ª ed., 1987, p. 87). Na época, tornou-se comum a presença de fiscais da Fazenda, muitas vezes acompanhados por policiais, realizando blitzes nas videolocadoras para recolher títulos pirateados (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 12). Essa postura rigorosa produziu resultados rapidamente, incentivando a entrada das principais distribuidoras globais no mercado brasileiro. No início de 1988, gigantes como *Warner*, *Columbia*, *Fox*, *MGM*, *Orion*, *CIC* e *Disney* já operavam no Brasil, ao lado das nacionais *Globo Filmes* e *Transvídeos*, além de uma grande variedade de distribuidoras independentes, como *Look Vídeos*, *Mundial Filmes*, *DIF*, e *Tec Home* (*Video News*, 84ª ed., 1989, p. 04).

Figura 5 - Linha historiográfica do mercado de vídeo no Brasil.



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor.

²⁸ O início da pirataria no Brasil está intimamente ligado à própria introdução do mercado de vídeo no país. Já em abril de 1981, a edição nº 28 da Revista *SOMTRÊS* anunciava que o Brasil havia "entrado na era do vídeo" e, simultaneamente, se tornado vítima do "maior golpe dos piratas do teipe e do cassete" (*SOMTRÊS*, 28ª ed., 1981, capa). Esse cenário evidencia como a inserção de tecnologias audiovisuais no país foi acompanhada por desafios estruturais, como a falta de regulamentação e o alto custo de equipamentos e conteúdos originais, fatores que fomentaram o mercado clandestino.

Essa "virada" no mercado de vídeo desencadeou uma verdadeira revolução no modelo de consumo cinematográfico no Brasil. Com a entrada das grandes distribuidoras, o número de títulos selados dobrou em pouco mais de um ano, passando de 3.000 em 1987 para 6.000 em 1988 (*SET*, 19ª ed., 1989, p. 68). A partir de então, manteve-se uma média de 100 novos lançamentos mensais em fitas cassetes (*SET*, 9ª ed., 1988, p. 23), consolidando um fluxo constante de novidades para o público. Nesse novo cenário, não apenas os filmes mais recentes, mas também quase um século de produção cinematográfica passou a ser transferido para o suporte do vídeo, ampliando o acesso às obras por meio de aparelhos domésticos, que se tornavam cada vez mais comuns nos lares brasileiros (Abreu, 2012, p. 166). Para ilustrar a magnitude desse impacto, distribuidoras como *Warner* e *MGM* ofereciam, cada uma, mais de 4.000 filmes em seus acervos, enquanto a *Columbia* mantinha um catálogo com mais de 2.000 títulos (*SET*, 23ª ed., 1989, p. 15). Como essas mesmas empresas possuíam os direitos de distribuição dos principais filmes exibidos nos cinemas, praticamente todos os grandes lançamentos chegavam às videolocadoras brasileiras em formato selado, ainda que com algum atraso eventual²⁹.

A demanda crescente e constante por novos lançamentos estimulava as distribuidoras mais atuantes no mercado a investirem em campanhas de *marketing* impactantes para promover os títulos mais aguardados. Sucessos extraordinários de bilheteria, como *E.T. — O Extraterrestre* (1982), costumavam ser lançados mundialmente (*SET*, 16ª ed., 1988, p. 15), mobilizando estratégias de divulgação em escala global. Também era comum que filmes de grande apelo comercial fossem lançados com grande alarde em eventos bem-produzidos. No caso de *Uma Cilada para Roger Rabbit* (1988), a *Abril Vídeos*, responsável por sua distribuição no Brasil, organizou um concurso nacional para encontrar sócias da personagem Jessica Rabbit. As vencedoras participaram de ações promocionais interativas, posando para fotos e conversando com crianças e adultos nas portas das videolocadoras. No caso de *E.T. — O Extraterrestre*, a *Fantasy Vídeo*, videolocadora de São Paulo, obteve patrocínios da *Pepsi* e da *Nestlé* para um show com mágicos e palhaços, atraindo tanta atenção que causou congestionamento local (*Vídeo News*, 77ª ed., 1989, p. 94). O lançamento de *Ben-Hur* (1959)

²⁹A defasagem existente entre os lançamentos dos filmes no exterior e no mercado de vídeo brasileiro era considerável e favorecia a pirataria. Se nos Estados Unidos os novos filmes normalmente chegavam às videolocadoras entre seis a nove meses após sua estreia nos cinemas (*Time*, 1984, p. 47), no Brasil esse prazo variava de um a três anos (*Vídeo News*, 83ª ed., 1989, p. 82).

em vídeo foi ainda mais pomposo, com a *CIC Vídeos* organizando uma corrida de bigas no Jockey Club de São Paulo para recriar a icônica cena do clássico bíblico (*Vídeo News*, 91ª ed., 1990, p.25).

Algumas campanhas de *marketing* promoviam o lançamento simultâneo de filmes nos cinemas e no vídeo, potencializando o *hype* e aumentando o alcance dessas produções. Um exemplo ilustrativo dessa estratégia foi o romance musical *Dirty Dancing* (1987), que se tornou, na época, o quarto título mais alugado de todos os tempos nos Estados Unidos, permitindo que a *Vestron InB*, sua distribuidora, arrecadasse 75 milhões de dólares no mercado norte-americano (*SET*, 22ª ed., 1988, p. 23). Filmes não exibidos nos cinemas também podiam alcançar grande sucesso nas videolocadoras, graças a campanhas promocionais bem-sucedidas. Foi o caso da comédia adolescente *Namorada de Aluguel* (1987), inédita no circuito exibidor brasileiro, que se tornou uma das fitas mais alugadas no país, impulsionada por uma estratégia de divulgação altamente eficaz. O pôster de divulgação trazia os protagonistas Ronald e Cindy, interpretados por Patrick Dempsey e Amanda Peterson, em frente a uma nota de um dólar com o anúncio “aluga-se namorada – tratar aqui”. No ano anterior, um fenômeno semelhante ocorreu com *Um Peixe Chamado Wanda* (1988), outro sucesso no mercado de vídeo com passagem discreta pelo circuito cinematográfico. Ao lançar o filme nas videolocadoras, sua distribuidora, a *CBS Fox*, realizou uma campanha de *marketing* em parceria com uma marca de produtos alimentícios marítimos, promovendo cartazes do filme não apenas nas locadoras, mas também em supermercados e revistas não especializadas em cinema (*Vídeo News*, 77ª ed., 1989, p. 94).

Figuras 6 e 7 - Campanhas de *marketing* nos lançamentos de filmes em vídeo: robô do E.T. e simulação de corrida de bigas no Jockey Club, de São Paulo, para promover *Ben Hur*.



Fontes: *Vídeo News*, 77ª ed., 1989, p. 94; *Vídeo News*, 91ª ed., 1990, p.25, respectivamente,

Nas videolocadoras, o público demonstrava uma preferência marcante por filmes hollywoodianos de fácil assimilação - especialmente nos gêneros de aventura, comédia e fantasia - refletindo um mercado fortemente orientado pela lógica comercial e voltado ao cinema *mainstream*. Produções desse tipo invariavelmente lideravam as listas dos títulos mais alugados, consolidando-se como o modelo predominante de “bom cinema” para a grande maioria dos espectadores, em parte devido ao limitado conhecimento sobre outras cinematografias. Por outro lado, filmes de outras nacionalidades eram uma raridade. Quando presentes, recebiam pouco destaque, frequentemente alocados em áreas menos visíveis, como prateleiras no fundo das lojas. Essa marginalização das produções consideradas mais “alternativas” foi tema de um apelo publicado pela *Cinemin* em 1983. Na matéria, a revista incentivava seus leitores a diversificarem suas escolhas nas videolocadoras, destacando o potencial do vídeo como uma ferramenta para acessar uma variedade mais ampla de títulos, promovendo, assim, uma cinefilia mais plural e enriquecedora.

São poucos os filmes não americanos encontrados em nossos videoclubes. Entretanto, uma grande quantidade de obras de valor não realizadas nos EUA se encontra disponível. O cinema inglês já conta com alguns de seus melhores títulos à venda. (*Cinemin*, 4ª ed., 1983, p. 50)

Essa hegemonia do cinema hollywoodiano no mercado brasileiro eventualmente gerava protestos por parte de uma parcela do público, geralmente formada por espectadores ligados a movimentos culturais que não representavam a maioria dos consumidores. A quinta edição da *Cinemin* (1983) dedicou espaço a uma carta de repúdio elaborada pela Associação Brasileira de Cineclubes, acusando os responsáveis pelo segmento cinematográfico brasileiro, que incluía as videolocadoras, de fomentar o “imperialismo cultural” e o “colonialismo” norte-americano no país, promovendo, assim, uma desvalorização progressiva da cinematografia nacional:

No passado, a atividade cineclubista brasileira teve características muito elitistas. Depois, isso mudou bastante. O cineclubismo atingiu outras parcelas de público, desacostumadas com a obra cinematográfica e a atividade cultural sistemática. Essa mudança acompanhou a evolução de amplos setores da nossa sociedade na luta pela democracia em nosso país e pela nossa afirmação cultural. (...) Acontece que atualmente o cinema brasileiro (e, conseqüentemente, o cineclubismo) sofre as conseqüências do domínio do nosso mercado pelo cinema estrangeiro. É importante, então, que o movimento cineclubista se integre na luta contra a colonização e a descaracterização cultural, atacando as causas, e não apenas os efeitos (*Cinemin*, 5ª ed., 1983, p. 41).

Além dos longas-metragens norte-americanos, que dominavam amplamente o mercado, outros formatos e gêneros também ganharam popularidade com o advento do vídeo, ajudando a impulsionar a indústria. Os chamados "filmes de arte" — produções independentes que frequentemente escapavam ao circuito norte-americano tradicional, incluindo produções europeias, asiáticas e até brasileiras — inicialmente despertavam baixo interesse e retorno financeiro. Com o tempo, porém, o mercado de vídeo foi gradualmente ampliando a visibilidade dessas obras menos convencionais, acompanhando o movimento de globalização que começava a se desenhar. Nesse percurso, embora ainda restritos a certos nichos, os “*cult movies*” começaram a conquistar um público mais abrangente e fiel, indicando uma expansão dos horizontes da cinefilia brasileira e uma maior aceitação de novas cinematografias.

Esse movimento incentivou o mercado de fitas cassetes a abrir espaço para uma gama mais diversificada de títulos, ampliando as referências do público e, conseqüentemente, enriquecendo sua cultura cinematográfica. Distribuidoras como a *Lucas Filmes* e a *Pole Vídeo* se especializaram nesse segmento, enquanto outras já estabelecidas, como a *Globo Filmes*, começaram a incluir com maior frequência em seus catálogos produções europeias, “inclusive as do leste europeu, consideradas mais alternativas, como as soviéticas, polonesas, húngaras e tchecas” (*Vídeo News*, 50ª ed. 1986, p. 81). Paralelamente, videolocadoras focadas nesse tipo de produção, como a *Cine Arte Vídeo*, em São Paulo, a *Vídeo Shack*, no Rio de Janeiro, e a *Oscarito*, em Brasília, atraíam cada vez mais clientes, quebrando o preconceito existente contra produções mais autorais e popularizando filmes que, até então, permaneciam limitados a círculos restritos de espectadores, geralmente formados cinéfilos mais convencionais.

Os vídeos infantis também tiveram grande importância para o desenvolvimento do mercado de locação de fitas cassetes. Em 1984, esses títulos chegaram a representar cerca de metade de todas as fitas comercializadas nos Estados Unidos (*Time*, 1984, p. 45), um percentual que variou entre 20% e 30% durante os anos de 1986 e 1987 — um quantitativo ainda expressivo (Barcus; Hughes, 1988). Embora a pesquisa não tenha identificado um impacto semelhante no mercado brasileiro, as razões que justificavam o sucesso desse segmento no exterior também se aplicavam ao contexto nacional. Segundo Komiva e Litman (1990), o sucesso desses vídeos se devia a três fatores principais: Primeiro, eles funcionavam como “babás eletrônicas,” mantendo as crianças entretidas enquanto os pais realizavam outras tarefas domésticas ou profissionais. Em segundo lugar, eles permitiam aos pais controlarem o tempo e o conteúdo do consumo televisivo infantil, pois, uma vez conectadas ao vídeo, as crianças não tinham a opção de mudar de canal. Por fim, o hábito das crianças de assistirem repetidamente

aos mesmos vídeos consolidou o videocassete como uma atividade cotidiana no lar, criando oportunidades para momentos de convivência familiar que nem sempre eram possíveis com a programação televisiva regular (Komiya; Litman, 1990, p. 37).

Da mesma forma, o pornô desempenhou um papel fundamental na expansão e consolidação do *home-vídeo* durante os anos 80, chegando a representar cerca de um terço das locações de fitas cassete nos primeiros anos da indústria e mantendo uma representatividade de 15% no mercado ao final da década (*Video Week*, 1983, p. 89). No Brasil, a introdução da pornografia *hard core* no ambiente doméstico representou uma verdadeira revolução no gênero, consolidando-o como um produto de consumo de massa. Esse fenômeno foi impulsionado pela rápida e eficiente adaptação do filme pornográfico para o formato de vídeo, tanto em termos de produção quanto de distribuição, respondendo à crescente demanda de uma sociedade recém-saída das opressões da censura por esse tipo de conteúdo (Abreu, 2012, p. 12).

Outro fator determinante para a popularização do pornô foi o deslocamento dos ambientes de consumo relacionados ao gênero. Com a migração das salas de exibição, frequentemente situadas em ruas estigmatizadas e associadas a espaços de constrangimento social, para o ambiente privado do lar, a pornografia alcançou um público muito mais amplo. O anonimato proporcionado pelo consumo doméstico permitiu aos espectadores usufruírem da obscenidade característica do gênero sem o temor de julgamentos ou repreensões associados aos valores tradicionais da sociedade. Nuno César de Abreu (2012) destaca o papel crucial do "pornovídeo" no desenvolvimento da indústria do vídeo durante os anos 1980. Ele observa que a crescente popularização do gênero impulsionou ativamente o crescimento das videolocadoras, contribuindo decisivamente para a consolidação do *home-vídeo* como um dos principais canais de consumo audiovisual da década:

O aumento expressivo do consumo de filmes em vídeo em meados dos anos 1980 coincide com a entrada em decadência da produção internacional de filmes do gênero *hard core*. Esse crescente mercado será abastecido, à exemplo da produção cinematográfica em geral, pela volumosa produção de filmes pornográficos já existente que foi telecinada (convertida para o vídeo) visando atender ao público das locadoras. Há quem credite ao filme pornô um importante papel nesse processo, por sua participação ativa (em termos numéricos), desde o início, na expansão desse mercado. Se na forma de filme ajudou a fechar salas de cinema, na forma de vídeo ajudou a expandir as locadoras (Abreu, 2012, p. 167).

Outros subgêneros cinematográficos ganharam popularidade e se tornaram

amplamente consumidos durante os anos 80, consolidando-se especialmente com a massificação do *home-vídeo*. A acessibilidade proporcionada pela tecnologia, somada à capacidade de reprodução em larga escala, permitiu que esses subgêneros se expandissem rapidamente, acelerando a popularização de filmes que atendiam ao entretenimento rápido e de fácil consumo, consolidando, ainda mais, o cinema comercial como uma força dominante na cultura audiovisual dos anos 1980.

Rubens Ewald Filho (*Cinemagia*, 2017) observa que o sucesso do terror *slasher* durante os anos 80 estava diretamente relacionado ao fato de que ele "funcionava muito bem no vídeo". O subgênero proporcionava uma experiência de entretenimento ideal para reuniões familiares e entre amigos, em que o público podia se divertir e se assustar coletivamente, o que o tornava extremamente popular nas videolocadoras. Helena Hatz (1986, p. 68), por sua vez, destaca a forte influência dos videocliques na produção de “musicais modernos”, como *Flashdance* (1983), *Footloose* (1984) e *Dirty Dancing* (1987), outro subgênero extremamente popular à época. Segundo a autora, o sucesso desses filmes só foi possível graças ao "estabelecimento de um mercado efetivo de videocassetes" que permitia a reprodução repetitiva de cenas musicais e de dança por parte dos espectadores, intensificando seu apelo cultural e comercial.

Figura 8 - Anúncio publicitário veiculado pela SET destaca dois dos subgêneros mais populares dos anos 1980: o “pornovídeo” e o terror *slasher*



Fonte: SET, 8ª ed., 1988, p.45.

1.3. “GERAÇÃO DO VÍDEO”: UM NOVO PERFIL CINÉFILO?

Impulsionadas por transformações tecnológicas extraordinárias, as inovações instituídas pelo vídeo redimensionaram radicalmente o cotidiano do cidadão cinéfilo. De espectadores passivos, eles passaram a sujeitos ativos, capazes de moldar suas experiências de acordo com suas vontades e prioridades, transformando as sessões cinematográficas domésticas em eventos atrativos como a ida a um cinema. Somado a isso, a rápida propagação das videolocadoras ofertava a esses consumidores um arquivo “quase infinito” de filmes, que, sem a consolidação da tecnologia, podiam estar destinados a um “completo esquecimento” na história audiovisual brasileira (Aideira, 1986, p. 56). Esse fator revelou um desequilíbrio marcante entre os lançamentos em película e em fitas cassetes. Nos cinemas, a exibição de filmes era controlada por um número restrito de distribuidoras — “não mais que dez” —, o que limitava a diversidade de opções disponíveis ao público, com uma média de 20 estreias mensais. Em contraste, o mercado de vídeo apresentava uma dinâmica muito mais diversificada, com “aproximadamente sessenta” distribuidoras em operação, garantindo uma oferta significativamente maior, com aproximadamente 100 novos títulos chegando mensalmente às prateleiras das locadoras (*Vídeo News*, 83ª ed., 1988, p. 47).

Essa abundância de material moldou a experiência audiovisual do público brasileiro com uma variedade sem precedentes de filmes no mercado, que alternavam entre grandes sucessos de bilheteria e produções de nicho, criando um panorama mais democrático e abrangente para o consumo cinematográfico no país. Rubens Ewald Filho (2017) destaca que, nos primeiros anos da década de 1980, grande parte dos filmes não chegavam aos espectadores pelos cinemas, o que os impedia de acessar uma parcela considerável das produções que circulavam internacionalmente. Segundo ele, o surgimento do vídeo veio como uma resposta a essa lacuna, realizando o sonho de muitos cinéfilos, que finalmente podiam “ter em casa um filme que sonharam a vida inteira em assistir e nunca tiveram oportunidade” (*Cinemagia*, 2017). A televisão, única opção para assistir a filmes em casa naquela época, enfrentava limitações semelhantes. Alan Oliveira (2024) recorda o longo hiato existente entre os lançamentos nos cinemas e sua exibição nas antigas TVs de tubo, “em média de 3 a 5 anos”. Diante desse cenário, Oliveira enfatiza que a chegada do vídeo proporcionou uma “vitória” ao espectador cinematográfico, que passou a poder ter em mãos filmes recém-saídos dos cinemas “para assistir em casa a qualquer hora do dia” (Oliveira, 2024).

Essa multiplicação de possibilidades colocava o consumidor do *home-vídeo* em uma posição de eterna descoberta em relação ao cinema. Raridades para a época, como os clássicos do cinema mudo, as produções infantis da *Walt Disney* e os filmes de arte, “continuavam inéditas para quem não tinha um videocassete, mas podiam ser encontradas nas videolocadoras” (*Vídeo News*, 83ª ed., 1988, p. 47). Do mesmo modo, velhos filmes que haviam esgotado seu valor comercial nos cinemas ganhavam “vida nova” nas videolocadoras, reciclando o interesse do público e o lucro das distribuidoras (Armes, 1999, p. 100). Foi o caso de *Willow – na Terra da Magia* (1988), superprodução que, após estreiar simultaneamente com o sucesso *Uma Cilada Para Roger Rabbit* e decepcionar nas bilheterias, recebeu uma “segunda chance” no mercado de vídeo, quebrando recordes de lucro com locação (*SET*, 18ª ed., 1988, p. 10). Mesmo longas-metragens com passagens discretas pelo circuito cinematográfico podiam fazer sucesso e até se tornarem clássicos quando eram lançados em fitas cassetes, mostrando como o mercado de vídeo constituía uma fonte própria de lucro. O cult *Blade Runner - O Caçador de Androides* (1982) talvez tenha sido o caso mais emblemático. Quando foi exibido nos cinemas brasileiros, em 1982, o longa ficou apenas uma semana em cartaz, tendo repercutido pouco junto ao público e à crítica. No ano seguinte, contudo, se tornou um dos filmes mais requisitados nas locadoras, “mesmo sendo distribuído em cópia pirata de má qualidade”. Em seu lançamento selado, em 1987, esse resultado foi ainda mais impactante, quando se tornou o mais vídeo mais alugado daquele ano (*Vídeo News*, nº 83, p. 47).

É possível notar, portando, que o *home-vídeo* causou um impacto sem precedentes no modo como as pessoas passaram a consumir cinema no Brasil e no mundo. Paulo Gustavo Pereira equipara a aquisição do seu primeiro videocassete a um “grito de independência” no âmbito da sua condição cinéfila. Ele lembra que, no período de um ano, chegou a fazer uma imersão de mais 200 filmes, sendo que 88 deles foram assistidos durante os dias seguintes à compra do equipamento (*Cinemagia*, 2017). Relato semelhante foi feito por Daniel Lee, um veterano de guerra das forças armadas, que, após se tornar paraplégico, adquiriu um videocassete e montou sua própria videoteca, acumulando uma coleção de mais de 600 filmes, onde podia exercer a sua cinefilia de forma mais “independente”, já que não possuía condições físicas para se deslocar até o cinema (*Time*, 1984, p. 47). Lírio Pasiroto também utiliza a expressão “independência” para descrever o impacto do surgimento do vídeo durante a década de 1980. Ele lembra que, antes da popularização dessa tecnologia, os espectadores precisavam aguardar, pelo menos, cinco anos após a exibição de um filme nos cinemas para que ele fosse transmitido na televisão. Nesse contexto, o vídeo trouxe uma verdadeira revolução para a vida

do cinéfilo, ao libertá-lo dessa e de outras limitações impostas pelos modelos tradicionais de distribuição e exibição (*Cinemagia*, 2017).

Além dos aspectos quantitativos, a cultura do vídeo trouxe impactos qualitativos para as práticas da cinefilia brasileira, tanto a nível de conteúdo (o que assistir) quanto de forma (como, quando e onde assistir)³⁰. Com efeito, as novas opções de visualização dos filmes proporcionaram ao espectador uma sensação inédita de controle sobre sua experiência cinematográfica (Morgan, 1990, p. 108), tornando a atividade de assisti-los mais parecida com a leitura de um livro, em que podia decidir onde começar, onde parar e quando retomar (*Time*, dez. 1984, p. 44-47). Essa autonomia, por sua vez, permitiu ao espectador observar, selecionar, comparar, interpretar e relacionar de maneira mais consciente os elementos de um filme, enriquecendo sua compreensão e apreciação. Sobre isso, José Geraldo Couto (2023) destaca como a possibilidade de manipular a experiência cinematográfica proporcionou aos usuários do vídeo uma relação mais analítica e reflexiva com o cinema, permitindo-lhes explorar com maior profundidade os aspectos narrativos, técnicos e estéticos das produções, algo que, anteriormente, era limitado pelas exibições lineares nas salas de cinema. Couto observa que poder parar um filme, voltar, rever cenas, ajudou muito o consumidor a enxergar melhor sua construção e compreender mais detidamente a sua natureza e sua estrutura. (Couto, 2023).

Entre as possibilidades de exibição proporcionadas pelo *home-vídeo*, a prática de rever filmes tornou-se não apenas viável, mas também uma parte central da experiência cinematográfica. Como as fitas permaneciam com os frequentadores das videolocadoras por pelo menos um dia, — e, nos fins de semana, por até três — eles podiam assistir a elas repetidas vezes, criando uma conexão mais próxima com suas obras de preferência, além de poderem apresentá-las a amigos e familiares, ampliando o seu alcance em um ciclo de descoberta e apreciação coletiva. A repetição dos filmes também proporcionava uma nova perspectiva sobre eles. Em sua pesquisa sobre os motivos que levavam os consumidores de vídeo a reverem produções cinematográficas recentemente assistidas, Julia R. Dobrow (1990) identificou que, para a maioria dos entrevistados, o segundo contato com a obra era considerado mais enriquecedor que o primeiro. Esse novo olhar, segundo a autora, revelava camadas

³⁰ Embora a pesquisa se concentre nas reproduções de conteúdo pelo vídeo, é importante destacar que as possibilidades dessa tecnologia iam muito além. Seus usuários podiam gravar, editar, copiar, legendar e até produzir filmes em fitas virgens. No caso da gravação, havia a opção de programá-la com a função *Timer*, permitindo ao usuário acessar filmes ou programas exibidos durante a madrugada ou enquanto estivesse ausente.

interpretativas antes despercebidas e favorecia uma apreciação mais detalhada de aspectos técnicos, como atuações, cinematografia e roteiro (Dobrow, 1990, p. 184).

Além de transformar o consumo cinematográfico, o *home-vídeo* introduziu mudanças significativas na qualidade das relações sociais e culturais durante os anos 1980, instituindo uma nova rotina que aproximou famílias e amigos em torno de sessões coletivas, tornando o ato de assistir a filmes uma experiência compartilhada e integrada ao cotidiano (Oliveira, 2024). A possibilidade de gravar ou alugar um filme para assisti-lo no momento mais conveniente representava uma solução prática para os conflitos de programação, ao mesmo tempo que concedia ao espectador maior controle sobre seu tempo de lazer (Massey; Baran, 1990, p. 103). O vídeo também desempenhava um papel agregador ao fomentar encontros e confraternizações entre familiares e amigos, que se reuniam para assistir a filmes, fortalecendo laços afetivos e promovendo a formação de uma cultura cinéfila em ambientes domésticos e de convivência social. Nesses espaços, as pessoas compartilhavam suas experiências, recomendavam filmes e promoviam a rápida disseminação da cultura cinematográfica, a consolidando como um ponto de interesse comum, capaz de gerar debates em diversos contextos e ocasiões.

Em termos de qualidade de entretenimento, o fato de o vídeo oferecer uma experiência audiovisual programável, ajustada às agendas de cada participante, fazia com que as sessões domésticas tendessem a ser mais focadas do que os encontros espontâneos proporcionados pela TV, transformando-as em eventos únicos e valorizados no contexto familiar. Além disso, a seleção antecipada do conteúdo, feita de acordo com os interesses individuais ou coletivos dos presentes, aumentava o engajamento em relação ao título escolhido, despertando ainda mais curiosidade e expectativa. Também merece destaque o fato de que a ausência de interrupções frequentes por anúncios comerciais, comuns nas programações televisivas, permitia uma imersão mais intensa e concentrada na experiência cinematográfica, reforçando o envolvimento e a interação entre os espectadores.

No que diz respeito à relação do indivíduo com o ambiente doméstico, a chamada "reviravolta do vídeo" (Briggs; Burke, 2006, p. 98) não apenas inaugurou um novo espaço físico para a fruição da experiência cinematográfica, mas também estimulou a adoção de novos hábitos culturais e sociais, revitalizando o lar e transformando-o em um centro privilegiado para atividades recreativas (Almeida, 1988, p. 83). Esse movimento de privatização do lazer durante os anos 1980 foi catalisado pela rápida popularização de produtos eletrônicos que moldaram o perfil de consumo da época, tornando o cidadão daquela década mais individualista (Barbosa,

2004, p. 34)³¹ e distante dos movimentos urbanos e coletivos que marcaram as décadas de 1960 e 1970, caracterizadas pela efervescência da contracultura. Tecnologias emergentes e populares nesse período — incluindo, além do videocassete, sons portáteis, videogames, computadores, TV a cabo e fax — ofereceram uma ampla gama de opções de entretenimento que reduziam a necessidade de interação com espaços públicos, reconfigurando o lar como o principal núcleo de lazer, informação e consumo cultural.

Segundo Amir Labaki (1991) essas inovações atraíam os indivíduos para dentro de casa, mantendo-os confortavelmente entretidos e conectados a uma realidade cada vez mais mediada pela tecnologia. Nesse contexto, o lar passou a ser visto e reconhecido como o epicentro das interações culturais, consolidando a relação do indivíduo com uma modalidade de consumo mais personalizada. Conforme destaca o autor:

A massificação do *home vídeo*, a concretização da aldeia global graças à CNN, ao fax e aos micros, a espetacularização das notícias, encolheram o mundo e paradoxalmente dele afastaram o homem. Olhar, e não interagir, tornou-se o verbo em voga. Consumidor, e não cidadão, espectador ao invés de sujeito, isolacionista em vez de gregário, o passageiro típico dos anos 80 acompanhou a mais veloz das décadas sem sair de casa ou de sua única extensão segura, o *shopping center* (Labaki, 1991, p. 08).

Além de influenciar a constituição de fenômenos sociais importantes, o *home-vídeo* impactou fortemente as formas de produção da cinematografia mundial, criando tendências e perspectivas. Com o tempo, as demandas dos consumidores dessa tecnologia se tornaram mais evidentes, levando as grandes produtoras a investirem em filmes que se adaptassem melhor à linguagem videográfica. Nesse cenário, as "superproduções" com cenários grandiosos e elencos numerosos começaram a dar lugar a produções que empregavam recursos mais intimistas, como closes, planos fechados e menor movimentação dos atores, emulando características da linguagem televisiva (*Vídeo News*, 83ª ed., p. 47-50).

³¹ Livia Barbosa (2024) observa que a década de 1980 marcou uma grande transformação na cultura do consumo, que passou a adotar um viés mais individualista, centrado nas escolhas e preferências privadas do cidadão. Antes desse período, o consumo estava amplamente fundamentado em valores coletivos, servindo como um meio de atribuir identidade e *status* aos indivíduos dentro de seus grupos sociais e instituições, como a família (Barbosa, 2024). Nesse contexto, o ato de consumir não era apenas uma manifestação de desejo pessoal, mas também uma forma de reforçar laços e posicionar o indivíduo como parte integrante de uma coletividade. A partir dos anos 1980, essa lógica começou a ser gradualmente substituída por práticas de consumo que priorizavam a autonomia e a expressão pessoal, refletindo uma mudança nos valores culturais e sociais da época (Barbosa, 2024, p. 34).

Oliver Stone, em entrevista concedida à *SET*, em junho de 1987, reforçou a ideia dessa transformação nos modos de produção cinematográfica ao afirmar que "após um período de muita superficialidade, entre 1980 e 1985, o surgimento do vídeo estimulou uma grande variedade de temas e estilos" (*SET*, 1ª ed., 1987, p. 28). Sua declaração evidencia como o vídeo não apenas democratizou o acesso às produções audiovisuais, mas também ampliou o espectro criativo do cinema, incentivando a experimentação narrativa e estética, especialmente no contexto de uma indústria cinematográfica que buscava se adaptar às mudanças culturais e tecnológicas da década.

Philippe Dubois (2004) aprofunda essa análise ao argumentar que o impacto do vídeo transcendeu as influências técnicas, estéticas e narrativas nas produções cinematográficas, marcando o início de uma nova "fase histórica" para o cinema, a do "pós-vídeo." Dubois aponta que o vídeo não apenas transformou os meios de produção e recepção audiovisual, mas também ressignificou alguns dos cânones mais tradicionais do cinema, um processo que ele define como o "efeito vídeo" (Dubois, 2004):

Podemos considerar o período dos anos 80 como uma terceira grande fase histórica: a do pós-vídeo, isto é, aquela em que os efeitos (estéticos) do vídeo estão de tal modo integrados ao filme que acabam constituindo implicitamente a sua base orgânica. Nesse sentido, o cinema contemporâneo teria se transformado, globalmente, em um "efeito vídeo", ou, pelo menos, teria passado por ele, queira ou não, assuma isso ou não, o que explicaria o que certos críticos chamaram, acertadamente, de maneirismo do cinema contemporâneo (Dubois, 2004, p. 182).

Esse "maneirismo do cinema contemporâneo" apontado por Dubois (2004) de fato encontrou uma expressão marcante nas produções dos anos 1980. Técnica e esteticamente, os filmes dessa década começaram a incorporar recursos característicos da tecnologia videográfica, como câmera lenta, imagem congelada, duplicação de imagens e deformações óticas, conferindo às produções da época um visual mais moderno. Essa evolução atingiu um novo patamar em 1987, com a estreia de *Julia e Julia* (Peter Del Monte, 1987), o "primeiro longa-metragem realizado com telecâmera de alta definição" (*SET*, 5ª ed., 1987, p. 04), evidenciando como a tecnologia do vídeo começava a moldar não apenas a produção dos filmes, mas também os seus processos de rodagem. Sob esse aspecto, a obra simboliza um marco na convergência entre cinema e vídeo, ampliando os limites técnicos e narrativos das duas mídias e apontando para um futuro em que essas linguagens se entrelaçariam de forma ainda mais profunda.

Tematicamente, o vídeo também exerceu fortes influências sobre o cinema ao trazer novas perspectivas aos seus realizadores. David Cronenberg, que havia começado sua carreira na televisão, fez filmes que dialogavam com mecanismos eletrônicos instituídos pelo vídeo, como *Scanners – Sua Mente Pode Destruir* (1981) e *Videodrome – A Síndrome do Vídeo* (1983)³², assim como Wim Wenders, em *Paris, Texas* (1984) e Steven Soderbergh, com *Sexo, Mentiras e Videotapes* (1989). Adrian Lyne e Ridley Scott, egressos do mercado publicitário, levaram uma linguagem videográfica próxima à do videoclipe para os seus filmes, como é possível identificar em *Flashdance* (1983) e *9 ½ Semanas de Amor* (1986), dirigidos por Lyne; e *Fome de Viver* (1983) e *Top Gun – Ases Indomáveis* (1986), realizados por Scott. Até mesmo cineastas oriundos da tradicional linguagem cinematográfica, como Michelangelo Antonioni e Jean-Luc Godard, encontraram no vídeo uma oportunidade para reinventar seus trabalhos e explorar novas possibilidades artísticas, demonstrando como a tecnologia, além de um suporte operacional, era também uma ferramenta para redimensionar a linguagem cinematográfica e expandir suas fronteiras estéticas e conceituais. Antonioni, por exemplo, em *O Mistério de Oberwald* (1981), explorou os elementos técnicos proporcionados pelo vídeo, utilizando-os para ampliar os limites narrativos e visuais do cinema convencional, desafiando as convenções estéticas da época. Godard, por sua vez, fez uso dessa tecnologia em diversos projetos desenvolvidos para a televisão, por meio de sua produtora independente, *Sonimage*. Entre esses, destaca-se a antológica série *Histoire(s) du Cinéma* (1988-1998) uma obra inovadora que utiliza a linguagem videográfica para construir uma reflexão sobre a própria história do cinema.

Sobre Godard, Philippe Dubois destaca:

Todos esses trabalhos em vídeo se distinguem claramente dos filmes em termos de suporte, mas ao mesmo tempo tomam sempre o cinema como objeto ou horizonte. Hoje, é muito claro que alguém como Godard (e ele não é o único) fala, pensa, experimenta seu cinema em vídeo. É pelo vídeo que passam, conscientemente ou não, a pesquisa, os ensaios, os questionamentos que fundam a criação cinematográfica. O vídeo pensa o que o cinema cria (Dubois, 2004, p. 131-132).

Adentrando um campo de apreciação mais subjetivo, vale destacar a contribuição do *home-vídeo* para o fortalecimento dos laços afetivos firmados entre o espectador e o universo

³² Em reportagem dedicada a David Cronenberg, a *SET* destacou o lançamento do filme *Videodrome* na Europa como um marco da "explosão da videomania" (*SET*, 1987). De acordo com a revista, a obra conseguiu capturar "todo o fascínio da imagem na tela pequena," refletindo as transformações culturais e tecnológicas que marcaram o início da era do vídeo (*SET*, 1ª ed., 1987, p. 42).

cinematográfico. Como uma extensão da própria cinefilia, o vídeo proporcionava ao público não apenas a oportunidade de debater sobre os filmes e refletir sobre o valor de novas histórias, mas também de “relacionar-se com eles de maneira mais pessoal, íntima, em um tom mais inclusivo na ideia do entretenimento e da cultura” (Oliveira, 2024). Nessa nova dinâmica, uma fita guardada na estante ou uma videoteca cuidadosamente organizada em casa tornavam essa relação mais próxima e tangível, acolhendo o cinema no lar e integrando-o como parte essencial do cotidiano. Além disso, espaços como as videolocadoras do bairro constituíam ambientes de rica convivência cinéfila, onde as pessoas podiam passar horas explorando as prateleiras, lendo sinopses no verso dos estojos de fitas cassetes ou trocando recomendações com o balconista, desfrutando, assim, de uma experiência social e cultural que ia muito além do ato de assistir a um filme.

Um dos maiores expoentes desse modelo de cinefilia é o diretor Quentin Tarantino. Durante os anos 1980, enquanto trabalhava como balconista na *Video Archives*, uma videolocadora em Manhattan Beach, Califórnia, Tarantino absorveu grande parte de seus conhecimentos cinematográficos e desenvolveu as marcas autorais que mais tarde definiriam sua obra (Penkala, 2012). Em uma entrevista repercutida pela revista *Galileu* em 2018, na qual discutiu o consumo contemporâneo de cinema através das plataformas de *streaming*, Tarantino destacou a impessoalidade que caracteriza a seleção e visualização de filmes nesse formato. Ele contrastou essa prática com o hábito de frequentar uma videolocadora, onde, segundo ele, a experiência cinéfila era vivida com “paixão e compromisso para com os filmes”³³:

Eu não estou na *Netflix*, então não sei dizer exatamente como os *streamings* funcionam. Porém, mesmo que alguém tenha todos os canais de filmes no seu pacote de TV - e isso eu tenho - talvez essa pessoa assista um filme por 10 ou 20 minutos e comece a fazer outra coisa. Ela pensa: “ah, isso não é a minha cara”. E é esse o problema de hoje. Havia uma qualidade diferente no ato de visitar a videolocadora. Você ia até ela, olhava em volta, pegava as caixinhas, lia a parte de trás dos filmes. Você fazia uma escolha. Talvez você até conversasse com o cara atrás do balcão. Talvez ele te indicasse algo. Claro, todos nós alugávamos três filmes e não conseguíamos assistir ao terceiro. Mas havia mais paixão e compromisso para com os filmes (Tarantino, 2018).

³³Ver Quentin Tarantino: **9 coisas que você não sabia sobre o diretor**. Em Portal *O Globo*. Revista *Galileu*, 2018. Disponível em <https://gq.globo.com/Cultura/noticia/2017/11/quentin-tarantino-explica-por-que-nao-tem-netflix-em-casa.html>.

Figuras 9 e 10 - Quentin Tarantino, aos 22 anos, trabalhando como balconista da videolocadora *Video Archives*, na Califórnia, em 1985: Videolocadoras como epicentro da cinefilia dos anos 1980.



Fonte: Rede Social X.

Dado esse contexto, é imprescindível reconhecer que o advento do vídeo na década de 1980 estabeleceu novos marcos para a cinefilia brasileira, moldando uma geração inteira cuja forma de consumir cinema foi diretamente impactada pela tecnologia emergente. Considerando que cada geração debate e compreende o cinema a partir da maneira como se relaciona com essa arte (Oliveira, 2024), torna-se evidente que o vídeo não apenas transformou o suporte de exibição, mas inaugurou um novo capítulo na cultura cinematográfica brasileira, reforçando a conclusão de que a primeira hipótese da pesquisa foi satisfatoriamente comprovada.

1.4. REVISTAS DE CINEMA NA ERA DO VÍDEO: UM NOVO MERCADO, UM NOVO PÚBLICO

Os anos 80 representaram um período de intensa instabilidade econômica no Brasil, com crises sucessivas que impactaram profundamente a produção cultural do país. A hiperinflação desenfreada, o aumento expressivo da dívida externa e a adoção de sucessivos planos econômicos contribuíram para um cenário de incerteza generalizada, corroendo o poder de compra das famílias brasileiras. Nesse ambiente adverso, o circuito exibidor cinematográfico foi duramente afetado, enfrentando uma queda drástica de público (Abreu, 2012, p. 98) e o fechamento contínuo de salas de cinema, que não conseguiam sobreviver

diante da falência iminente³⁴. Essa conjuntura resultou em uma redução do interesse do público por pautas cinematográficas e em uma diminuição da busca por esse tipo de conteúdo. Como consequência, o cenário levou ao desaparecimento das revistas especializadas em cinema, provocando, segundo Gardnier e Tosi (2019), “a triste lacuna de não haver qualquer espaço dedicado à reflexão cinematográfica no país”³⁵.

No artigo *Quantas Salas de Cinema Existiram no Brasil? Reflexões Sobre a Dimensão e Características do Circuito Exibidor Brasileiro*, Rafael Freire e Natasha Zapata (2017 p. 191) acusam uma queda vertiginosa do número de salas de cinema em funcionamento no Brasil a partir do início dos anos 1980, quando o “tamanho do circuito retornou aos mesmos patamares da década de 1930”. Citando dados fornecidos pelo IBGE, os pesquisadores também sinalizam para uma diminuição considerável da capacidade de público desses estabelecimentos durante o mesmo período, quando a multiplicação dos cinemas instalados em galerias comerciais e em *shopping centers* propiciou o surgimento de espaços menores, “quase sempre com lotação inferior a 400 lugares” (Freire; Zapata, 2017, p. 191).

Essa instabilidade no circuito cinematográfico brasileiro impactava de maneira abrangente todo o território nacional, começando pelas cidades do interior, em que 50% das salas de cinema fecharam suas portas entre 1980 e 1987 (Ortiz Ramos, 1987)³⁶. Nas capitais, o cenário também era alarmante. No Recife, a frequência de público sofreu uma redução de 30% após o fechamento de mais de 30 salas de cinema ao longo da década (Spencer, 1988). Em São Paulo, um dos polos culturais mais tradicionais do país, a escassez de lançamentos cinematográficos chegava a situações insólitas, como em julho de 1986, quando “o circuito

³⁴ Além do fechamento das salas de cinema, o circuito exibidor brasileiro dos anos 1980 sofria com a baixa presença do público dentre aquelas que ainda operavam. Matéria veiculada pela *Cinemin*, em dezembro de 1982, dá uma dimensão desse fenômeno ao mencionar que, durante aquele ano, as salas de cinema haviam ficado “praticamente vazias” (*Cinemin*, 2ª ed., 1982 p. 05).

³⁵ No início dos anos 1980, o mercado editorial brasileiro carecia de publicações cinematográficas regulares (Millarch, 1987). Nesse contexto, a revista *Cinemin*, lançada em 1982, posicionou-se como a primeira publicação dedicada ao cinema na década, ressaltando a existência de “duas outras que tratavam exclusivamente de filmes eróticos” (*Cinemin*, 3ª ed., 1982, p. 03). Vale registrar, no entanto, que a revista *Filme & Cultura* ainda estava em circulação nesse período, embora de maneira bastante irregular, com uma média de uma edição publicada por ano (*Contracampo*, 2019).

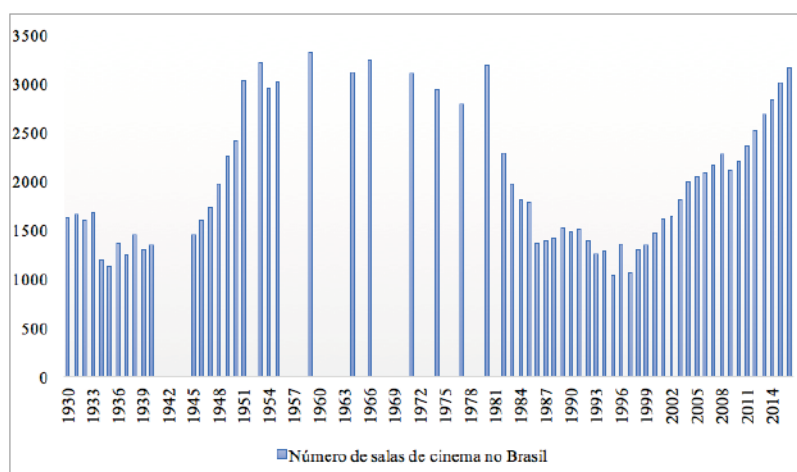
³⁶ Além das dificuldades habituais, os cinemas localizados nas cidades do interior do país sofriam com a baixa equidade relacionada à distribuição cinematográfica. Em regra, somente meses após o lançamento nos cinemas localizados no eixo Rio-SP e, posteriormente, nas demais capitais, os filmes estreavam nesses locais. Os órgãos governamentais voltados à área da cultura eventualmente se mobilizavam, adotando medidas tendentes a amenizar os prejuízos. Em 1982, ano em que foram fechados cerca de 75 cinemas nas cidades do interior, a Embrafilme e o Concine baixaram uma medida que autorizava a redução de até 60% dos preços dos ingressos adquiridos de empresas situadas fora dos grandes centros, de modo a superar a crise e “aliviar a barra dos pequenos empresários” (*Cinemin*, 3ª ed., 1982, p. 40).

cinematográfico estreou apenas quatro filmes novos, três deles pornográficos” (Mayrink, 1986, p. 91-92).

Cândido José Mendes de Almeida (1988), ao examinar o circuito cinematográfico brasileiro dos anos 1980, evidencia como a crise econômica foi um fator determinante para a desconexão entre o público e o cinema durante os primeiros anos daquela década, uma vez que o cenário de retração inviabilizou financeiramente a manutenção das salas de exibição pelos seus proprietários. Paralelamente a isso, Almeida (1988) destaca que o “crescimento vertiginoso” do videocassete emergiu como uma solução para as lacunas deixadas pela crise no circuito exibidor. O autor aponta que o vídeo, embalado pela “farsa do Plano Cruzado” e cada vez mais acessível à classe média, rapidamente se consolidou como “um segmento efetivo de comercialização”, oferecendo ao público uma alternativa cultural que preenchia o vazio deixado pelos cinemas em decadência:

Com o circuito de aproximadamente 1.600 salas em todo território, das quais uma pequena parcela oferece condições dignas de projeção e conforto, o setor de exibição encontra-se em crise permanente. Pressionados pelos altos custos operacionais e pela baixa rentabilidade do seu negócio, muitos empresários têm cedido às generosas ofertas do mercado imobiliário e se desfeito de seus cinemas. Nas grandes capitais, ainda persiste um esforço de readaptação através da divisão de grandes salas, mas, no interior, a exibição cinematográfica praticamente inexistente. Como a rentabilidade de um filme nos cinemas está ligada à quantidade de ingressos vendidos, a queda progressiva do número de espectadores no país tem questionado o retorno comercial dessa janela. Já o videocassete, após experimentar um crescimento vertiginoso entre 85 e 87, embalado pela farsa do Plano Cruzado, transformou-se em um segmento efetivo de comercialização. A expansão dos videoclubes e locadoras garantiu a colocação no mercado de um produto duplicado por distribuidoras constituídas a partir de multinacionais da cinematografia ou de empresas de comunicação nacionais (Almeida, 1988, p. 85).

Figura 11 - Número salas de cinema em funcionamento no Brasil entre 1930 e 2014: queda vertiginosa a partir do início dos anos 1980



Fonte: Gráfico elaborado por Rafael Freire e Natasha Zapata Freire; Zapata (2017).

Geraldo Mayrink (1986, p. 92) ecoa esse discurso ao ressaltar como o declínio da frequência às salas de cinema resultou em um efeito cascata que atingiu diretamente o campo da crítica cinematográfica dos anos 1980. Ele observa que a perda de prestígio da crítica foi proporcional ao rebaixamento dos cinemas a uma posição periférica no cenário brasileiro da época, "empurrado para o fundo das prateleiras do supermercado cultural". Segundo Mayrink (1986), a eliminação dos espaços antes reservados ao cinema em jornais e revistas inviabilizou o trabalho dos críticos, que se viram diante de um duplo obstáculo: a escassez de veículos editoriais para publicar suas análises e a reduzida oferta de filmes disponíveis para assistir e criticar, o que minou a relevância da crítica como atividade profissional:

Eu não sei mais qual é a função da crítica de cinema. Ela perdeu *status* e influência na medida em que o próprio cinema, pelo menos nas lamentáveis condições de exibição existentes hoje no Brasil, foi escanteado para o fundo das prateleiras do supermercado cultural. Além disso, os jornais – e nos últimos anos as revistas – cortaram drasticamente o espaço antes reservados aos filmes. Por isso, um crítico que estiver começando sua carreira hoje terá não apenas um mercado de trabalho restrito como pouquíssimas opções na hora de escolher o que criticar. (...) Sentimo-nos todos os provincianos sem causa, folheando jornais e revistas estrangeiros para constatar, dia após dia, que a extinção da nossa espécie talvez seja só uma questão de tempo (Mayrink, 1986, p. 92).

A partir da segunda metade dos anos 1980, o cenário descrito passou por uma grande transformação, impulsionada pela popularização do *home-vídeo* no Brasil. A crescente adesão do consumidor a essa tecnologia, fruto do barateamento do videocassete, marcou um ponto de virada para o *status* cinéfilo da década, reintegrando o cinema ao cotidiano dos espectadores e criando novas dinâmicas de consumo. Nas videolocadoras, esse período foi marcado por uma movimentação intensa, com uma demanda constante por novos lançamentos. Paralelamente, as bilheterias dos cinemas experimentaram um aumento nos seus lucros, revertendo as sucessivas quedas dos anos anteriores (Simis, 2016, p. 195).

Nos Estados Unidos, onde as pesquisas sobre o tema foram conduzidas de forma mais sistemática e aprofundada, a relação entre a propagação do *home-vídeo* e a recuperação do interesse do público pelo cinema foi identificada de forma bastante categórica. Em 1984, as receitas do mercado cinematográfico americano ultrapassaram a marca de US\$ 4 bilhões³⁷, superando os US\$ 3,8 bilhões de 1983 e os US\$ 3,5 bilhões registrados em 1982 (*Time*, 1984,

³⁷ O símbolo US\$ representa o dólar americano, criado como moeda oficial dos Estados Unidos em 02 de abril de 1972, por meio da edição da Lei da Casa da Moeda. Ver **Dólar dos Estados Unidos** em *Wikipédia*. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/D%C3%B3lar_dos_Estados_Unidos.

p. 44-47). Três anos depois, em 1987, o faturamento atingiu um recorde de US\$ 4,2 bilhões, representando um aumento de 11% em relação ao ano anterior (*Vídeo News*, 67ª ed., 1987, p. 78). Já em 1989, a estreia de grandes sucessos como *Batman* (1989), *Indiana Jones e a Última Cruzada* (1989), *Os Caça-Fantasmas 2* (1989) e *Máquina Mortífera 3* (1989) contribuiu para arrecadações históricas. Nos primeiros sete meses do ano, as bilheterias somaram US\$ 2,748 bilhões, um crescimento de 15% em relação ao mesmo período de 1988, consagrando aquele ano como a temporada mais rentável da história do cinema até aquele momento (*Vídeo News*, 86ª ed., 1989, p. 28).

Convergindo a hipótese de que a consolidação do *home-vídeo* gerou um expressivo aumento no interesse pelo cinema durante os anos 1980, uma série de estudos realizados nos Estados Unidos associa os sucessivos recordes de bilheteria cinematográfica registrados durante aquela década às novas formas de acesso cinematográfico consolidadas pelo vídeo. Dados da *Opinion Research* mostram que a porcentagem de pessoas que frequentavam regularmente os cinemas era significativamente maior entre os lares que possuíam um videocassete (*Vídeo News*, 83ª ed., 1989, p. 36-40). No mesmo sentido, estatísticas da *Motion Picture Association of America* registraram um aumento de 56% no público dos cinemas entre 1986 e 1987, época em que o videocassete se propagou com maior intensidade no país. Esses números foram corroborados pela *D'arcy Masius*, que observou um aumento de 18% entre jovens e 21,4% entre adultos que assistiam filmes nos cinemas entre 1987 e 1988, atribuindo esse fenômeno ao “intenso interesse criado pelos videocassetes” (Denby, 1988, p. 39). A mesma relação foi constatada por J.W. Howel (1986, p. 291), que comparou o impacto dos videocassetes na indústria cinematográfica ao impulso que a MTV deu à venda de discos de rock no cenário musical.

O salto no consumo cinematográfico, impulsionado pelo *home-vídeo*, despertou uma curiosidade crescente e um interesse renovado por críticas ao longo dos anos 1980. Quanto mais filmes o público consumia, maior se tornava a demanda por análises especializadas que os ajudassem a navegar entre os inúmeros títulos disponíveis no mercado. Essa necessidade de filtros confiáveis para orientar as escolhas dos espectadores criou um terreno fértil para o ressurgimento das revistas especializadas, que, após desaparecerem nos anos anteriores, encontraram na “era do vídeo” uma oportunidade de revitalização e reafirmação.

No artigo *A Era do Vídeo Faz o Cinema Renascer*, Aramis Millarch (1988) argumenta que, ao contrário do que muitos temiam inicialmente, o *home-vídeo* não decretou a morte do

cinema, mas, pelo contrário, marcou o seu renascimento, catalisando o surgimento de uma prolífica safra de publicações dedicadas ao cinema:

O cinema readquire sua magia. A indústria do *star system* é recolocada como notícia e a usina dos sonhos ainda existe. Mas como? Cinemas fechando, bilheterias pequenas em tantas produções nas quais se depositavam esperanças, a produção autônoma substituindo definitivamente os grandes estúdios... Entretanto, o cinema renasce. As revistas especializadas sofisticam-se cada vez mais, livros sobre diretores, atores e até técnicos, vendem milhares de cópias - e começam a ter traduções no Brasil e a imprensa abre espaços cada vez mais generosos para os filmes, seus astros e - o que não acontecia até os anos 70 - seus realizadores. O vídeo trouxe um renascimento do cinema. A possibilidade de escolher (e guardar) as imagens desejadas estimula o interesse pelo cinema. (...) Hoje há um interesse imenso do público em saber das produções novas - não apenas as que estão sendo lançadas agora nos Estados Unidos ou na Europa, mas das rodagens e até naquelas em fase de planejamento. Se o cinema estava em baixa como pauta jornalística, a ascensão do vídeo veio não só revitalizá-lo, como despertar o interesse dos leitores por publicações especializadas (Millarch, 1988).

O que se nota, portanto, é que o mercado editorial brasileiro respondeu de maneira assertiva ao surgimento do vídeo e às mudanças nos hábitos de consumo cinematográfico durante os anos 80, ajudando a revigorar o cinema como pauta cultural e jornalística no país. Revistas como a *Video News*, a *Cinemin* e a *SET*³⁸, que surgiram nesse cenário juntamente com pelo menos outras oito publicações similares (Millarch, 1987)³⁹, formavam um panorama rico e diversificado de opções para os cinéfilos, sinalizando uma resposta direta ao aumento da demanda dos leitores por críticas especializadas. Além das revistas, os cadernos culturais de grandes jornais, como *Folha de São Paulo*, *O Globo*, *O Estado de São Paulo* e *Correio Braziliense*, frequentemente repercutiam críticas e matérias cinematográficas, ampliando o conteúdo editorial especializado da época. A televisão também acompanhou o crescente interesse pelo vídeo. Em 1986, a Rede Record lançou o programa *Play Rec*, apresentado por Alfredo de Carvalho aos sábados pela manhã, que trazia dicas de lançamentos em fitas cassetes e um segmento dedicado ao uso e manutenção do videocassete. Na TV Manchete, o programa

³⁸ Em 1987, ano em que a *SET* foi lançada, o mercado de vídeo brasileiro vivia um momento de expansão acelerada, com aproximadamente 6 mil locadoras em operação, refletindo a crescente popularidade do cinema em casa como meio de consumo audiovisual. É com base nesse panorama que Aramis Millarch aponta que “o momento não poderia ser mais próprio para o reaparecimento de revistas especializadas” (Millarch, 1987).

³⁹ Além das revistas mais tradicionais – *SET*, *Video News* e *Cinemin* –, o consumidor cinematográfico brasileiro contava com uma variedade de publicações que exploravam o universo do cinema e do vídeo sob diferentes abordagens. Entre essas estavam *Filme & Cultura*, da Embrafilme (com edições esporádicas), a gaúcha *Maviola*, a goiana *Cisco*, a baiana *Cinema Livre*, e as paulistas *Premiere* e *Vídeos & Fotogramas*. O *Jornal do Vídeo*, produzido por Oceano Vieira de Melo, em Campinas, também era uma fonte valiosa, assim como uma série de guias de vídeo de alcance nacional, incluindo o *Video News Filmes* de Rubens Ewald Filho (Millarch, 1986).

Cinemanía, exibido a partir de 1988 e apresentado por Wilson Cunha e Tânia Rodrigues, abordava tanto aspectos específicos do *home-vídeo* quanto temas mais amplos do universo cinematográfico, como bastidores e entrevistas. Na Rede Globo, Rubens Ewald Filho comentava sobre cinema em um quadro semanal no *Jornal Hoje*, ilustrando o espaço crescente do cinema e do vídeo na mídia brasileira.

Também compondo o mercado editorial cinematográfico dos anos 1980, os *Guias de Vídeo Especiais* se consagraram como publicações enciclopédicas de enorme sucesso, que tinham como finalidade mediar a relação estabelecida entre o espectador/consumidor e o mercado de *home-vídeo* do país. Neles, era possível encontrar resenhas classificatórias dos filmes disponíveis nas videolocadoras, com cotações de zero a cinco estrelas, além de um amplo glossário contendo termos técnicos do cinema e do vídeo, reforçando sua natureza didática e sua destinação voltada ao grande público. Além disso, os *Guias* contavam com índices organizados com informações sobre os diretores, atores e produtores, além de capítulos em ordem alfabética divididos por gêneros, tudo para facilitar o manuseio do leitor de acordo com seu objeto de busca (*SET*, 19ª ed., 1989, p. 68).

Aproveitando o interesse que essas publicações despertavam no público, as revistas *Video News* e *SET* lançavam anualmente suas próprias edições especiais de guias, permitindo que os leitores se mantivessem informados sobre os lançamentos que chegavam continuamente às videolocadoras. No editorial da *SET Edição Especial 1000 Vídeos*, essa proposta é claramente explicitada, destacando os benefícios que os leitores poderiam encontrar na publicação para facilitar suas pesquisas e curadorias cinematográficas:

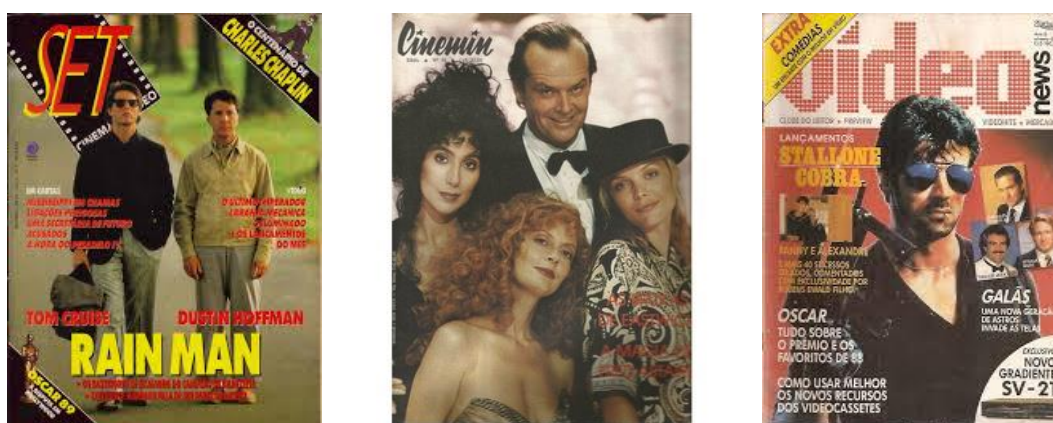
Além de ser uma opção barata de lazer, servindo de alternativa para contornar a crise econômica, o vídeo se consagra como instrumento de pesquisa para aficionados, que podem rever ou descobrir produções. (...) A edição de *1000 vídeos da SET* traz duzentos novos títulos em relação à anterior, com lançamentos fundamentais para cada gênero. (...) Para facilitar a pesquisa dos garimpadores das locadoras, um novo selo designa as fitas inéditas no cinema. Os índices de atores, diretores, títulos em português e originais tornam a consulta mais acessível e imediata. Como síntese do que há de melhor nas locadoras, *1000 Vídeos* serve de roteiro seguro para quem procura um filme, um astro ou um aspecto específico de produção. Agora a seleção é com você (*SET Edição Especial 1000 Vídeos*, 1988, índice).

A busca por conteúdos cinematográficos era tamanha que mesmo as revistas não especializadas em cinema passaram a incluir essa temática em suas agendas editoriais. A *Veja*, revista de variedades mais prestigiada do país à época, é um exemplo expressivo: durante a

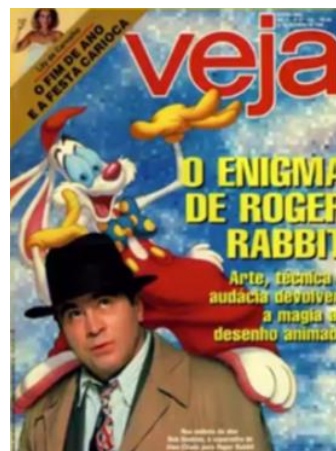
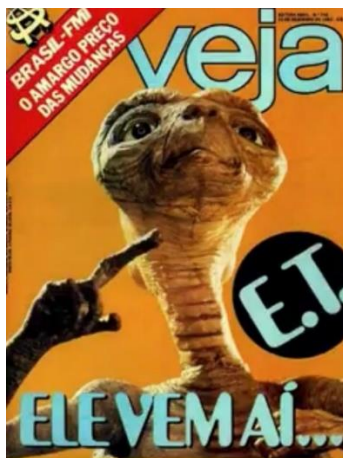
década de 1980, cinco de suas edições trouxeram produções cinematográficas como maiores destaques de capa, contendo os filmes *E.T. – o Extraterrestre* (1982), *Amadeus* (1984), *Platoon* (1987), *Uma Cilada Para Roger Rabbit* (1988) e *Batman* (1989). Esse fato marca uma mudança emblemática no projeto editorial da revista, já que, desde o seu surgimento, em 1968, esse tipo de menção havia ocorrido uma única vez, com *Contatos Imediatos do Terceiro Grau*, em 1977⁴⁰. Essa discrepância entre a década de 1980 e as anteriores evidencia uma adaptação da revista ao crescente interesse do público pelo cinema, destacando-o mais frequentemente como fenômeno significativo junto à cultura popular.

No próximo capítulo, será analisado como o fenômeno da disseminação da pauta cinematográfica impulsionou o surgimento de inúmeras publicações especializadas em cinema e, ao mesmo tempo, influenciou o estilo, o conteúdo e o formato dessas revistas. Com destaque para a revista *SET*, estudo de caso do presente trabalho, analisar-se-á como a crítica de cinema adaptou sua estrutura e linguagem para dialogar com o público mais amplo e diversificado que emergia com a expansão do *home-vídeo*. Serão explorados, ainda, os impactos dessa transformação na consolidação de um novo modelo editorial no Brasil, redefinindo o papel das revistas de cinema e consolidando sua relevância na cultura de entretenimento da época.

Figuras 12 a 19 - Publicações especializadas e não especializadas repercutem a pauta cinematográfica: cinema em alta durante a década de 1980.



⁴⁰ Ver **Oscar, Clássicos e Spielberg: 13 Filmes Estrangeiros na Capa de Veja**. Publicado no *Portal Veja Online* em 26/07/2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/oscar-classicos-e-spielberg-13-filmes-estrangeiros-nas-capas-de-veja>. Último acesso em 27/05/2024.



Fontes: SET, 21ª ed., 1988, capa; Cinemin, 36ª ed., 1987, capa; Video News, 68ª ed., 1987, capa; Vídeo Guia 88, 1988, capa; SET 1000 Vídeos, 1988, capa; Veja, 747ª ed., 1982, capa; Veja, 1.073ª ed., 1988, capa; Veja, 1.122ª ed., 1989, capa.

CAPÍTULO 2: UM OLHAR SOBRE A REVISTA *SET*: ENTENDENDO A CRÍTICA CINEMATOGRAFICA DOS ANOS 80

“A *SET* era fácil, fazia com que cinema fosse para todo mundo”.

Roberto Sadovski

Este capítulo se propõe a investigar o formato e a estrutura da crítica de cinema dos anos 1980 a partir do surgimento da revista *SET – Cinema & Vídeo* (1987-2010), situando-a dentro do contexto do mercado editorial brasileiro daquela década. A análise busca compreender como a *SET* acompanhou as mudanças instituídas pelo *home-vídeo* no cenário audiovisual brasileiro, e como, nesse processo, se consolidou como uma referência essencial para a formação de uma nova cultura cinematográfica no país.

A pesquisa será organizada em quatro seções, cada uma dedicada a explorar diferentes aspectos do objeto de estudo. A primeira seção investigará o surgimento da *SET* no contexto do mercado editorial brasileiro dos anos 1980, destacando como a revista respondeu às transformações e às demandas que marcaram aquele período. Nas seções subsequentes, a análise será direcionada às críticas publicadas pela revista ao longo daquela década, com uma abordagem segmentada: a segunda seção abordará o conteúdo dessas críticas, a terceira seção analisará sua estrutura e a quarta seção investigará os aspectos relacionados à linguagem utilizada.

Metodologicamente, a pesquisa se baseará em uma amostra composta pelas 30 edições da *SET* publicadas durante a década de 1980, que servirá como base para uma investigação detalhada dos variados aspectos discutidos nas seções do capítulo. Na segunda seção, dedicada ao conteúdo das críticas veiculadas pela *SET*, a metodologia buscará identificar o estilo de cinematografia mais frequentemente abordado pela revista, analisando se esse modelo refletia diretamente no teor das análises realizadas. Essa abordagem permitirá evidenciar tendências editoriais e culturais específicas do período, apontando possíveis alinhamentos entre a popularidade de certos tipos de filmes e as escolhas da revista. Já na terceira seção, com foco na estrutura, a metodologia será direcionada à análise do número de críticas publicadas pela *SET* e à forma como o alto volume de lançamentos em fitas cassetes influenciava o tamanho médio dos textos. O objetivo será compreender como a *SET* organizava suas análises para conciliar a abrangência editorial necessária a esse contexto com as demandas do público do *home-vídeo*. Por fim, na terceira seção, dedicada à linguagem empregada, será realizada uma análise de conteúdo das críticas da *SET* para identificar

possíveis adequações textuais que visassem tornar referidas críticas mais alinhadas às transformações observadas no conteúdo e na estrutura.

2.1 ASPECTOS GERAIS: SURGIMENTO, ESTRUTURA E FORMATO EDITORIAL DA *SET*

A revista *SET – Cinema & Vídeo* foi concebida em um momento crucial para o desenvolvimento do mercado brasileiro de entretenimento nos anos 1980. À época do seu lançamento, em junho de 1987, o vídeo vivia uma fase de plena ebulição, inserindo novidades no âmbito do consumo cinematográfico doméstico e despertando um interesse renovado por informações relacionadas ao cinema (Millarch, 1988). Nas videolocadoras, que se disseminavam rapidamente por todo o território nacional, impulsionadas pelo baixo custo necessário para sua manutenção e pela alta perspectiva de lucro⁴¹, esse período foi caracterizado por um intenso movimento. A busca constante por novos lançamentos culminava em sucessivos recordes de comercialização de fitas cassetes (*Video News*, 86ª ed., 1989, p. 30), criando um ambiente propício para o surgimento de revistas especializadas (*SET*, 24ª ed., 1989, p. 06).

Nesse cenário, a popularização do *home-vídeo* impulsionou o mercado editorial brasileiro a adaptar-se a atender à crescente demanda por conteúdos cinematográficos. Além das várias revistas voltadas especificamente ao cinema, publicações não especializadas também passaram a incluir espaços dedicados ao tema em suas agendas editoriais, aproveitando do seu forte apelo junto ao público. Nesse contexto, a Revista *BIZZ*⁴², uma publicação de teor musical produzida pela *Editora Azul*, incorporou à sua estrutura periódica a seção *Vídeo BIZZ*, na qual os leitores podiam se informar sobre os lançamentos mais recentes em fitas cassetes se orientar na “garimpagem do acervo das videolocadoras” (*BIZZ*,

⁴¹ Carlos Cardoso, ex-proprietário da *Premiere Vídeo*, uma das mais tradicionais videolocadoras de São Paulo nos anos 80, destaca que, naquela época, esses estabelecimentos se tornaram um excelente negócio devido ao baixo investimento necessário para sua operação. Segundo o empresário, com a pirataria ainda em alta, abrir uma loja exigia basicamente o custo das fitas virgens, que, com gravações ilegais, se transformavam em filmes que seriam alugados uma infinidade de vezes, oferecendo alta rentabilidade (*Cinemagia*, 2017).

⁴² A *BIZZ* (1985-2007) foi uma publicação lançada pela *Editora Azul*, inspirada em revistas estrangeiras, como a *Rolling Stone*, *Smash Hits* e *New Musical Sprress*, cuja principal pauta era a música, especialmente aquela voltada ao rock nacional. O primeiro exemplar, lançado em agosto de 1985, com Bruce Springsteen na capa, foi embalado pelo sucesso estrondoso do *Rock in Rio*, em janeiro daquele mesmo ano, e vendeu mais de 60 mil exemplares (Lemos, 2022).

21ª ed., p. 02)⁴³. Percebendo o sucesso da seção, os editores da *BIZZ* apresentaram ao Coordenador Geral da *Editora Azul*, à época, Carlos Arruda, a proposta de criar uma publicação especializada voltada exclusivamente a cinema e vídeo. Reconhecendo o potencial do mercado e vislumbrando o interesse das novas mídias em anunciar em uma revista com essa temática, Arruda aprovou o projeto e incumbiu os jornalistas Alex Antunes e Marcel Plasse de desenvolver o formato daquela que se tornaria a principal revista cinematográfica do país nas duas décadas seguintes: a *SET – Cinema & Vídeo* (Sadovski, 2022).

Embora não fosse pioneira no ramo, a *SET* trouxe inovação ao ser a primeira publicação do gênero produzida por uma grande editora de alcance nacional: a *Editora Azul*, uma divisão da *Editora Abril*, criada em parceria entre Roberto Civita e Ângelo Rossi, que era voltada a publicações especializadas⁴⁴. Esse diferencial garantiu à *SET* grande destaque na mídia e apoio de poderosos grupos do setor audiovisual, como a *Polygram*, a *Fox Filmes*, a *Columbia Pictures* e a *Embrafilme*, as quais logo passaram a promover suas marcas nas páginas da revista⁴⁵. O sucesso foi instantâneo: as 100 mil cópias da primeira edição da *SET* se esgotaram rapidamente⁴⁶, demonstrando a forte aceitação do público e promovendo a

⁴³ Aproveitando o auge do mercado de *home-vídeo* e o crescente interesse por pautas cinematográficas, a *BIZZ* ocasionalmente destacava, em suas capas, matérias relacionadas a filmes ou a personalidades do cinema. Um exemplo marcante foi o segundo exemplar da revista, de setembro de 1985, que trazia, como destaque de capa, uma foto da cantora Madonna, caracterizada como Susan, sua personagem no filme *Procura-se Susan Desesperadamente* (1985), com a legenda: “Madonna no escurinho do cinema” (*BIZZ*, 2ª ed. 1985, capa). Outro exemplo pode ser encontrado na edição de fevereiro de 1987, que apresentava uma entrevista exclusiva com Steven Spielberg, além de incluir críticas dos filmes *A Mosca* (1986), *Betty Blue* (1986), *Depois de Horas* (1985) e *Morrer Mil Vezes* (1986) (*BIZZ*, 19ª ed., 1987, p. 35). Em abril de 1987, a *BIZZ* novamente destacou como matéria de capa uma entrevista com o astro de Hollywood, Harrison Ford (*BIZZ*, 21ª ed., 1987, p. 27), reforçando a presença de temas cinematográficos em meio à sua cobertura musical.

⁴⁴ Ao longo de seus mais de 23 anos e 271 edições, a *SET* passou por diversas mudanças de editora. Entre 1987 e 1998, foi publicada pela *Editora Azul*, uma subsidiária da *Editora Abril* criada em parceria por Roberto Civita e Ângelo Rossi. Em 1998, a revista ficou brevemente sob a própria *Editora Abril*, até ser transferida, em 1999, para a *Editora Peixes*, fundada por Rossi. Em 2009, devido às dificuldades financeiras enfrentadas pela *Editora Peixes*, a revista chegou a ter seu cancelamento anunciado. No entanto, foi temporariamente resgatada pela equipe do caderno de cultura do *Jornal do Brasil*, da Companhia Brasileira de Multimídia, o que resultou em uma reformulação completa da equipe editorial. Essa fase, contudo, foi breve e se limitou a três edições. Posteriormente, a revista foi vendida para a *Editora Aver*, em que teve mais cinco edições publicadas, encerrando sua trajetória em novembro de 2010. Ver, nesse sentido: *Set (Revista)*. Em *Wikipédia*. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Set_\(revista\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Set_(revista)).

⁴⁵ Na seção *Cartas*, da primeira edição, a *SET* compartilhou manifestações de apoio recebidas de dirigentes de grandes grupos midiáticos em atuação no Brasil, como a *Polygram*, a *Fox Filmes*, a *Columbia Pictures*, a *Embrafilme*, a *Rádio Cidade FM*, dentre outros. Na ocasião, o Diretor Superintendente da *EMI-Odeon*, uma das maiores produtoras fonográficas do país à época, chegou a pedir expressamente aos consumidores da cultura artística brasileira que conhecessem e consumissem a *SET*: “Mais do que aplausos, pretendemos emprestar aos bons amigos da *SET* o calor do nosso apoio, conclamando todos aqueles, direta ou indiretamente, comprometidos com o processo de formação cultural do nosso povo, especialmente dos setores musical e artístico, que façam o mesmo” (*SET*, 1ª ed., 1987, p. 96).

⁴⁶ O editorial da segunda edição da *SET* menciona que os 100 mil exemplares da primeira edição colocados em circulação no país “acabaram rapidinho” (*SET*, 1987, p. 04).

revista a um patamar de publicação influente no cenário cultural brasileiro.

A matéria *SET, Uma Nova Revista de Vídeo*, de Aramis Millarch, publicada pelo *Jornal Estado do Paraná*, em julho de 1987, abordou com entusiasmo o lançamento da revista, destacando minuciosamente suas principais atrações, conferindo-lhe uma série de designações elogiosas e destacando o papel fundamental do vídeo na sua criação e estruturação⁴⁷:

Iniciativa da *Editora Azul*, dirigida por Ângelo Rossi, a *SET* vem com força total: papel de primeira qualidade, 96 páginas, matérias das mais interessantes. A exemplo da revista *Première*, editada na França, traz mini-posters com fichas técnicas de filmes do momento, que podem ser destacadas. O editor Carlos Arruda soube reunir material do maior interesse, com entrevistas com o ator Mickey Rourke, diretores Oliver Stone e David Cronenberg, o ator Mel Gibson, uma matéria especial sobre *A Costa do Mosquito* - inédito nas telas, mas já chegando em vídeo; além de trazer um interessante levantamento sobre "cem vídeos imperdíveis". *SET* amplia a área de publicações sobre vídeo - e a exemplo do que está fazendo a pioneira *Video News*, a mais antiga no mercado, quer ser uma publicação definitiva no campo da informação cinematográfica (Millarch, 1987).

Figura 20 – Capa da primeira edição da *SET*, lançada em junho de 1987: “100 vídeos imperdíveis”



Fonte: *SET*, 1ª ed., 1987, capa

⁴⁷ O papel do vídeo foi essencial não só para a criação e estruturação da *SET*, mas também para a elaboração das demais revistas cinematográficas que circulavam durante os anos 1980. José Geraldo Couto corrobora essa constatação de forma categórica, observando que “essas publicações sequer existiriam se não fossem os videoclubes, as videolocadoras, a cultura do vídeo” (Couto, 2023).

Desde o início, a *SET* contou com uma equipe de profissionais notórios do jornalismo cultural brasileiro. Eles conferiam credibilidade à revista e despertavam o interesse de potenciais anunciantes, que a viam como uma possibilidade de alto retorno para seus investimentos publicitários. À época do lançamento, seu corpo editorial era liderado por Carlos Arruda, como diretor, e Ângelo Rossi, como Diretor Superintendente. Alex Antunes e Roberto Wagner Pereira assumiam o papel de editores, enquanto Marcel Plasse desempenhava a função de chefe de redação. Além deles, ao longo da década de 1980, a *SET* atraiu renomados críticos e colaboradores que foram fundamentais para elevar o seu *status* como uma publicação de referência a nível nacional⁴⁸. Muitos deles eram egressos de grandes grupos jornalísticos do país e já contavam com reputações estabelecidas no mercado, como José Geraldo Couto, Eugênio Bucci, Luiz Nazário, Pepe Escobar, Rubens Ewald Filho (em participações pontuais), Fernão Dias, Ana Maria Bahiana, Amir Labaki, José Emílio Rondeau e Alex Antunes,

Lançada em um período de hiperinflação, com taxas anuais superiores a 1.000% (Munhoz, 2018, p. 64), a *SET*, como muitos produtos de consumo da época, enfrentou oscilações abruptas e exorbitantes em seus preços. A primeira edição, de junho de 1987, era vendida por Cz\$ 70,00, mas, em apenas seis meses, esse valor quase dobrou, chegando a Cz\$ 130,00 na edição de dezembro. A rápida escalada de preços continuou ao longo do ano seguinte: em junho de 1988, o preço já era Cz\$ 380,00, sendo que a última edição do ano atingiu o importe de Cz\$ 1.450,00 — vinte vezes o valor do exemplar inicial⁴⁹. Esses aumentos exponenciais do custo da *SET* refletem as adaptações exigidas dos setores editoriais e midiáticos brasileiros para lidar com as condições voláteis do mercado, que tornavam impossível a manutenção de preços estáveis para publicações periódicas, obrigando os editores a ajustes constantes a fim de acompanhar a desvalorização da moeda.

Para contextualizar o preço da *SET* no mercado editorial brasileiro dos anos 1980, conduziu-se, neste trabalho, uma análise comparativa abrangendo outras publicações relevantes do período. Entre as revistas especializadas em cinema, foram consideradas a

⁴⁸ Embora a pesquisa se concentre nas edições da *SET* publicadas durante os anos 1980, é relevante mencionar que, ao longo de sua trajetória, a revista contou com a colaboração de outros renomados profissionais do jornalismo cultural brasileiro. Entre eles, destacam-se Isabela Boscov, que atuou como redatora-chefe de 1995 a 1999, e Roberto Sadoski, editor-chefe de 1999 a 2010. Ver, nesse sentido: **Sobre Isabela Boscov**. Em *Blog da Isabela Boscov*. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Set_\(revista\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Set_(revista)).

⁴⁹ A revista *Cinemin*, assim como a *SET*, ilustra, de maneira contundente, o impacto da inflação no Brasil durante a década de 1980. Enquanto o seu primeiro exemplar era comercializado por Cr\$ 325,00 (*Cinemin*, 1ª ed. 1982, capa), o preço da quinta edição, publicada em 1983, já havia dobrado, chegando a Cr\$ 650,00 (*Cinemin*, 5ª ed., 1983, capa). Na décima edição, o valor saltou para Cr\$ 1.950,00, tornando-a seis vezes mais cara que a primeira (*Cinemin*, 10ª ed., 1984, capa).

Vídeo News e a *Cinemin*, enquanto a *Veja* foi incluída como representante das revistas não especializadas de grande circulação. A análise utilizou como referência o mês de outubro de 1989, momento em que a inflação e as constantes mudanças econômicas impactavam de forma mais expressiva os preços das publicações periódicas. A seleção da amostra baseou-se no fato de que as quatro revistas analisadas (*SET*, *Cinemin*, *Vídeo News* e *Veja*) traziam o mesmo filme, *Batman* (1989), em suas capas, um tema comum que as nivela quanto ao conteúdo e permite uma comparação relativamente mais precisa. Em outubro de 1989, os preços de capa das revistas analisadas eram: *SET* (NCz\$ 12,50)⁵⁰, *Cinemin* (NCz\$ 7,80), *Vídeo News* (NCz\$ 9,00), *Veja* (NCz\$ 15,00).

Como é possível constatar, entre as revistas especializadas em cinema, a *SET* apresentava um preço consideravelmente mais alto que a *Cinemin* e a *Vídeo News*, suas principais concorrentes. Esse fator destacava a *SET* dentro do segmento, provavelmente refletindo sua produção mais refinada, o prestígio dos seus colaboradores no jornalismo cultural e o alto investimento realizado pela *Editora Azul*. Num contexto comparativo com as publicações não especializadas, a *SET* ocupava uma posição intermediária-superior na escala de preços, situando-se relativamente próxima à *Veja*, considerada, à época, a principal revista semanal de variedades do país. Esse posicionamento permitia que a *SET* potencialmente alcançasse a classe média emergente, cada vez mais interessada em consumir produtos culturais considerados de qualidade, como o vídeo. No entanto, o preço da revista tendia a afastar os consumidores das camadas sociais mais pobres da sociedade, especialmente em um período de instabilidade econômica, como o da década de 1980.

A análise do posicionamento da *SET* no mercado editorial revela aspectos centrais de sua estratégia de comercialização. Ao direcionar-se a um público disposto a investir um pouco mais para ter acesso a um produto considerado de qualidade, a *SET* buscava consolidar sua presença dentro de um segmento específico. Embora seu público-alvo fosse relativamente restrito, excluindo parcelas da população com menor poder aquisitivo, a revista conseguia atrair consumidores da classe média que possuíam acesso à tecnologia do vídeo, a qual se tornava cada vez mais acessível para esse segmento social ao longo dos anos 80. Dessa forma,

⁵⁰ O Cruzado Novo (NCz\$) foi a moeda oficial do Brasil de 16 de janeiro de 1989 a 16 de março de 1990. Ele surgiu como resultado da reforma monetária implementada pelo Plano Verão, elaborado pelo então ministro da Fazenda, Máílson da Nóbrega, como mais uma tentativa de conter a inflação. O Cruzado Novo foi introduzido com um corte de três zeros em relação à moeda anterior, o Cruzado, ou seja, 1 Cruzado Novo equivalia a 1.000 Cruzados. Essa mudança refletia uma estratégia para facilitar transações e simplificar os valores diante da hiperinflação. Ver, nesse sentido: **Cruzado Novo**. Em Wikipédia. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Cruzado_novo.

a *SET* conseguia estabelecer uma conexão direta com o público que mais lhe interessava: os consumidores emergentes de produtos eletrônicos e culturais voltados ao entretenimento.

Em termos de comunicação com o público, a *SET* adotou uma abordagem considerada “*pop*” e acessível (Sadovski, 2022), empregando uma linguagem que, embora focada em um tema especializado, se mostrava viável para leitores de diferentes perfis, ampliando, assim, seu alcance. Ao mesmo tempo, a revista destacava sua credibilidade tal como um veículo jornalístico de alto nível e ressaltava o prestígio de seus colaboradores no cenário cultural brasileiro, atraindo, também, o público formado por cinéfilos e leitores mais exigentes, interessados em análises cinematográficas aprofundadas. Esse equilíbrio é claramente notado no editorial da primeira edição, em que a revista faz uso de uma linguagem leve e bem-humorada combinada a autorreferências que destacam as suas qualidades técnicas e editoriais.

Set é o lado de lá da câmera: é onde o diretor esbraveja, o valente pede água, a Madre Superiora passeia de calcinhas e a mulher fatal chupa o dedo. *SET* é, também, uma revista de cinema e vídeo. No Brasil, um lugar esquisito, esses dois aqui-inimigos não só convivem bem como a expansão do *video-home* criou um interesse nunca visto pelas coisas da tela grande. (...) O cinema, esse padece de vícios antigos, pequenos problemas – da produção nacional ao som das salas, pobreza de tudo... Corta. Apague a luz e esqueça as crises: diante da tela viva, a mesquinha cotidiana explode em ideias luminosas (...). Entramos armados: três escritórios internacionais (Paris, Milão, Nova York) e mais quatro correspondentes (em Los Angeles, Milão, Londres e Paris). As fotos certas para os melhores textos. Não perca esse filme (*SET*, 1ª ed., 1987, p. 04).

Nota-se que, ao se apresentar aos leitores e aos potenciais parceiros comerciais, a *SET* buscou consolidar-se como uma revista que conciliava uma abordagem descontraída com o rigor informativo característico do jornalismo de qualidade, utilizando humor e informação como pilares centrais, como destaca Sadovski (2022). Com uma linguagem mais informal, a revista aproximava-se do grande público, oferecendo conteúdos de fácil assimilação, ideais para leitores menos especializados. Ao mesmo tempo, enfatizava sua capacidade de fornecer uma cobertura aprofundada e exclusiva do universo cinematográfico, o que era comprovado pela presença de escritórios e correspondentes internacionais, elementos que lhe garantiam prestígio e credibilidade. Essa estratégia permitia que a simplicidade da linguagem não fosse confundida com simploriedade, legitimando o estilo acessível de uma publicação voltada ao cinema, enquanto preservava a qualidade analítica de suas críticas e reportagens.

Também chama atenção o destaque expresso dado pela *SET* ao *home-vídeo*, estabelecendo-o não como um mero acessório, mas como parte central de sua proposta editorial. Ao se autodefinir “uma revista de cinema e vídeo”, a *SET* deixou claro o seu compromisso com ambas as mídias, reconhecendo-as como formas de consumo cinematográfico distintas, porém complementares. Essa dualidade é reforçada quando a publicação se refere ao cinema e ao vídeo como “arqui-inimigos”, termo que logo é suavizado no momento em que o editorial esclarece que, na verdade, ambos não só coexistiam harmoniosamente como “a expansão do *vídeo-home* havia despertado um interesse nunca visto pelas coisas da tela grande” (*SET*, 1ª ed., 1987, p. 04).

Quanto à sua estrutura editorial, a *SET* permaneceu estável ao longo dos anos 1980, com a maioria das seções inaugurais mantendo-se até a trigésima edição, incluindo *Takes*, *Vídeo Lançamentos*, *Entrevista*, *Avant-Première*, *Em Cartaz*, *Ensaio* e *Cartas*. Entre junho de 1987 e dezembro de 1989, novas seções foram incorporadas, como *Matéria de Capa*, *Perfil* e *Filmoteca* (a partir da 2ª edição), *Hollywood* (a partir da 10ª edição), *Mitos* (a partir da 12ª edição), *Tempos Modernos* (a partir da 22ª edição) e *Vídeos e Equipamentos* (a partir da 30ª edição). Além das seções fixas, a revista trazia conteúdos amplamente variados, incluindo reportagens especiais, como coberturas do Oscar (*SET*, 9ª ed., 1988, p. 26-34) e de outras modalidades de mídia - a exemplo das seções *Livros* e *Trilhas* (*SET*, 1ª ed., p. 94) -, além de listas temáticas relacionadas aos lançamentos em vídeo, como *100 Vídeos Imperdíveis* (*SET* 1ª ed., p. 67-80), *69 Vídeos sobre Sexo* (*SET*, 4ª ed., p. 69) e *10 Melhores Filmes da Década de 1980* (*SET*, 30ª ed., p. 28). As seções *Homenagem*, *Obituário* e os populares *cards* destacáveis também eram espaços sempre presentes, contribuindo para um conteúdo editorial variado que atendia aos interesses diversificados do público da revista.

Sadovski (2022) observa que as páginas iniciais da *SET* eram estrategicamente organizadas para proporcionar uma leitura fluida, com notas curtas, resenhas rápidas e entrevistas de meia página que definiam o estilo da revista e capturavam a atenção dos leitores. Dentro dessa proposta, a seção *Vídeo Lançamentos* cumpria um papel de curadoria ao trazer resenhas dos filmes recém-lançados em fitas cassetes, apresentando-os ao público e garantindo uma atualização constante sobre as novidades do mercado de vídeo. Em paralelo, as seções *Takes* e *Hollywood* se destacavam ao explorar novidades sobre produções cinematográficas, revelações de bastidores e até rumores sobre a vida privada das estrelas, satisfazendo a curiosidade do leitor por informações exclusivas que, na ausência de internet, eram altamente valorizadas. Esse fator de ineditismo era possibilitado pelo prestígio dos

correspondentes internacionais, que frequentemente mantinham conexões próximas com agentes dos estúdios e produtores⁵¹, garantindo acesso direto a informações privilegiadas dos principais centros de produção cinematográfica mundial. Destacam-se, a seguir, alguns exemplos de notas publicadas na seção *Takes*:

Rambo, quem diria, está virando desenho animado. E já está sendo vendido no exterior como *home-vídeo* para a garotada. Sylvester Stallone, por sua vez, andou mudando umas *cositas* no roteiro de *Rambo III*. Depois do êxito de *Platoon*, ele quer que seu personagem seja um pouco mais realista (*SET*, 1ª ed., 1987, p. 07);

Sorry, gatinhas: Tom Cruise se casou. Numa cerimônia absolutamente secreta, o astro de *Ases Indomáveis*, *A Lenda* e *A Cor do Dinheiro* casou-se com a atriz Mimi Rogers, oito anos mais velha que ele. Que fofuquinha, hein? (*SET*, 2ª ed., 1987, p. 08);

Em seu próximo filme, *Os Bons Companheiros*, Martin Scorsese volta a dirigir seu amigo Robert De Niro. Desta vez, De Niro representará o personagem real Henry Hill, criado desde pequeno por gangsters do Brooklyn nova-iorquino. Com essa esmerada educação, dá para imaginar o que ele virou depois de adulto (*SET*, 26ª ed., 1989, p. 04);

Jonathan Demme prepara uma virada em sua carreira. Ele vai dar a guinada dirigindo *O Silêncio dos Inocentes*. O filme conta a história de uma agente do FBI que tem de descobrir uma série de assassinatos. O papel está sem dona, mas fala-se em Michelle Pfeiffer, Jodie Foster e Meg Ryan. É possível que Jack Nicholson também entre no *cast* (*SET*, 29ª ed., 1989, p. 04);

Novas notícias sobre *Batman 2*: o filme será iniciado em fevereiro e Dustin Hoffman pode ser contratado para o papel de Pinguim (inicialmente divulgado como sendo de Danny DeVito) (*SET*, 30ª ed., 1989, p. 06)⁵².

No núcleo da *SET*, as reportagens especiais traziam um rigor analítico que complementava o estilo predominantemente descontraído e objetivo da revista. A cobertura do Oscar, por exemplo, ocupava boa parte das páginas centrais e oferecia uma abordagem

⁵¹ Roberto Sadovski (2022) destaca que as conexões privilegiadas que mantinha com os produtores de Hollywood, enquanto editor-chefe da *SET*, foram fundamentais para que a revista se destacasse no mercado editorial brasileiro, "antecipando muita coisa no cinema". Ele exemplifica essa exclusividade citando a reportagem inédita sobre *Superman – O Retorno* (2006), que trouxe informações exclusivas que, segundo ele, nenhuma outra publicação possuía. Sadovski (2022) também menciona as coberturas de *X-Men 2* (2003) e *X-Men 3* (2006), que incluíram entrevistas diretas com a equipe dos filmes, sem a mediação dos estúdios, um feito possibilitado por sua amizade com o produtor da franquia. Entre as coberturas mais memoráveis de sua gestão, ele relembra a participação da equipe da *SET* na festa de encerramento de *O Senhor dos Anéis – O Retorno do Rei* (2003), realizada na Nova Zelândia. Essa experiência foi viabilizada por sua relação próxima com o empresário de Viggo Mortensen, ator que interpretou Aragorn no épico de Peter Jackson (Sadovski, 2022).

⁵² A busca incessante por exclusividade em notícias cinematográficas levou a *SET* a adotar um formato editorial ágil e adaptável, essencial para harmonizar as expectativas de seu público com o ritmo acelerado do mercado. Esse dinamismo ficava evidente na maneira como a revista tratava especulações e informações preliminares, muitas vezes sujeitas a alterações que demandavam correções ou atualizações nas edições subsequentes. Os dois últimos exemplos citados, referentes às notas da *Takes*, evidenciam como a *SET* se mantinha próxima ao pulso da indústria, ainda que enfrentasse o desafio das frequentes reviravoltas típicas do cenário cinematográfico: a especulação sobre *O Silêncio dos Inocentes* (1991), em que Jack Nicholson foi inicialmente cotado para o papel de Hannibal Lecter, posteriormente interpretado por Anthony Hopkins; e sobre *Batman 2* (1992), que cogitava Dustin Hoffman como o Pinguim, papel que acabou sendo assumido por Danny DeVito.

jornalística rica em curiosidades, informações privilegiadas e enquetes com o público⁵³. Da mesma forma, as matérias de capa, geralmente dedicadas a filmes de grande *hype* — como *Robocop* (1987), *Os Intocáveis* (1987) e *Império do Sol* (1988), que estamparam as capas da quarta, da quinta e da nona edições, respectivamente — eram elaboradas com grande detalhamento e consideradas o carro-chefe de cada exemplar. Essas matérias frequentemente incluíam entrevistas com atores e diretores, além de reportagens sobre os bastidores, oferecendo ao leitor uma visão exclusiva das produções em destaque. Além disso, biografias de astros renomados do cinema, como Jack Nicholson, Kevin Costner e Robert Redford — capas da terceira, da quinta e da décima primeira edições, respectivamente —, complementavam os espaços considerados mais nobres da revista, aproveitando a popularidade dessas personalidades para engajar o leitor.

Figura 21 e 22 - Fofocas de bastidores e cobertura completa do Oscar 1989: versatilidade de pautas e estilos para alcançar o grande público



Fontes: SET, 13ª ed., 1988, p. 04 e SET, 21ª ed., 1989, p.55, respectivamente.

⁵³A cobertura do Oscar era um dos pontos altos do calendário editorial da SET. As edições de fevereiro e março, coincidentes com o período da premiação, eram consideradas especiais e traziam reportagens detalhadas com informações sobre os indicados, suas chances de vitória e até “bolões” entre críticos e leitores. A chamada da reportagem *Os Subterrâneos e O Brilho de Oscar 88*, publicada na nona edição, exemplifica a importância dessa pauta para a revista, que buscava se posicionar de maneira diferenciada no mercado ao oferecer uma cobertura exclusiva da premiação: “Acompanhe a entrega das estatuetas com essa reportagem exclusiva nas mãos. Os prós e contras de cada um dos indicados, o quem-é-quem, como são escolhidos os vencedores e os detalhes de bastidores que, certamente, ninguém vai revelar na noite de gala” (SET, 9ª ed., 1988, p. 26-34).

As críticas de maior destaque em cada edição, geralmente voltadas para estreias iminentes nos cinemas, ocupavam um espaço privilegiado nas páginas da *SET* e se diferenciavam por um maior aprofundamento em relação às resenhas de lançamentos em vídeo. Com correspondentes internacionais, a *SET* conseguia antecipar análises de filmes ainda inéditos no Brasil, muitas vezes recém-lançados nos Estados Unidos ou na Europa. As críticas exclusivas de Ana Maria Bahiana para *Wall Street – Poder e Cobiça* (1987) e *Uma Cilada para Roger Rabbit* (1988), bem como a de José Emílio Rondeau para *O Sobrevivente* (1987), todas publicadas na seção *Avant Première*, exemplificam bem essa proposta de vanguarda da revista junto ao cenário cinematográfico global:

***Wall Street – Poder e Cobiça*:** A última história dirigida por Oliver Stone chegará ao Brasil esse fim de mês. Aqui, uma crítica em primeira mão (...) (*SET*, 8ª ed., 1988, p.44);

***Uma Cilada para Roger Rabbit*:** Spielberg se associa aos Estúdios Disney e realiza uma primazia de fantasia com efeitos especiais. A estreia brasileira será dia 22 de dezembro (...) (*SET*, 10ª ed., 1988, p. 39);

***O Sobrevivente*:** Schwarzenegger se contorce em mortíferos jogos futuristas, numa aventura que só estreia por aqui em fins de março (...) (*SET*, 8ª ed., 1988, p. 45).

A diferenciação entre as críticas voltadas aos filmes que estreavam nos cinemas, geralmente mais extensas e detalhadas, e aquelas destinadas aos lançamentos em vídeo, em regra mais sucintas e objetivas, constitui um elemento central da dinâmica editorial da *SET*. Essa diferença de abordagem traduzia a necessidade de adaptar o espaço da revista ao volume crescente de títulos disponíveis nas videolocadoras, ao mesmo tempo que buscava valorizar o material exclusivo - muitas vezes relacionados a filmes ainda inéditos no Brasil - ao qual tinha-se acesso através de correspondentes internacionais. Nesse contexto, os lançamentos cinematográficos, especialmente aqueles de maior apelo comercial, demandavam análises mais aprofundadas, que abordavam minuciosamente suas nuances narrativas, estéticas e contextuais, enquanto aqueles relacionados ao vídeo, geralmente já familiares ao público, privilegiavam um formato mais direto e funcional, alinhado ao perfil dos leitores que buscavam informações práticas e rápidas sobre as novidades no mercado de *home-vídeo*.

Sobre esse ponto, é relevante registrar que muitos dos filmes que chegavam às videolocadoras já haviam sido abordados mais detalhadamente pela *SET* durante sua passagem pelos cinemas. Significa dizer que algumas das críticas postadas nas seções de

vídeo tinham um caráter complementar, embora independente⁵⁴, em relação às aquelas anteriormente publicadas nas seções de estreias cinematográficas. O caso de *Robocop* (1987) é bastante ilustrativo. Quando foi lançado nos cinemas brasileiros, o filme, que foi capa da 4ª edição da *SET* (setembro de 1987), recebeu uma crítica extensa de três páginas inteiras na seção *Matéria de Capa*, além de uma reportagem especial de duas páginas, abordando o sucesso do filme e a possibilidade de uma continuação (*SET*, 4ª ed., 1987, p. 20-25). Contudo, nove meses depois, na 13ª edição, o lançamento do filme em vídeo foi tratado de maneira mais restrita, com uma resenha de dois parágrafos na seção *Vídeo Lançamentos* (*SET*, 13ª ed., 1988, p. 15).

Essa ressalva é especialmente importante no contexto do presente estudo, pois evidencia que algumas das resenhas mais concisas, práticas e, eventualmente, superficiais publicadas pela *SET* – algumas das quais serão aqui citadas – não devem, necessariamente, ser interpretadas como uma falta de compromisso da revista com análises críticas mais aprofundadas. Antes, elas refletem uma adaptação estratégica ao cenário editorial da época, marcado pela massificação do consumo de filmes no formato de vídeo e pela necessidade de atender a um público diversificado, demonstrando sua capacidade em oferecer diferentes níveis de reflexão crítica dependendo do momento e do público-alvo.

Complementando as páginas centrais da *SET*, as entrevistas, muitas delas exclusivas, desempenhavam um papel de aproximação do público com seus ídolos do cinema em uma época em que os meios de comunicação ainda se aprimoravam para atender a essa demanda de maneira mais assídua. A carência de outras editoras brasileiras com acesso aos grandes astros da época fazia com que a *SET* – produzida pela *Editora Azul*, uma das mais influentes do país – suprisse uma lacuna no mercado especializado ao entrevistar personalidades proeminentes do cinema nacional e internacional. A extensa lista de cineastas entrevistados durante o período analisado na amostra deste trabalho (junho de 1987 a dezembro de 1989) ilustra bem esse diferencial: Oliver Stone (*SET*, 1ª ed., p. 24-28), David Cronenberg (*SET*, 1ª ed., p. 38-42), Wim Wenders (*SET*, 2ª ed., p. 36-38), Alan Parker (*SET*, 3ª ed., p. 50-53), Brian De Palma (*SET*, 4ª ed., p. 32-34), Hector Babenco (*SET*, 4ª ed., p. 48-50), George Miller (*SET*, 5ª ed., p. 28-30), Bernardo Bertolucci (*SET*, 9ª ed., p. 46-47), José Mojica Marins (*SET*, 10ª ed., p. 50-57), Ridley Scott (*SET*, 12ª ed., p. 38-44), Louis Malle (*SET*, 11ª ed., p. 54-57),

⁵⁴ Em muitos casos, o mesmo filme era analisado por críticos diferentes quando do seu lançamento nos cinemas e no vídeo. O caso de *Robocop*, citado como exemplo, ilustra bem essa prática. A crítica do filme, quando estreou no circuito cinematográfico, foi elaborada por José Emílio Rondeau (*SET*, 4ª ed., 1987, p. 20-23), enquanto Dilson Gomes foi o autor da análise do longa quando ele chegou às videolocadoras (*SET*, 13ª ed., 1988, p. 15).

Martin Scorsese (*SET*, 16ª ed., p. 38-40), Francis Ford Coppola (*SET*, 17ª ed., p. 54-55), Roman Polanski (*SET*, 17ª ed., p. 60-64), George Lucas (*SET*, 23ª ed., p. 32-37), entre outros.

Nas páginas finais, a *SET* oferecia uma variedade de conteúdos que celebravam a história do cinema (seção *Mitos*), davam espaço para a participação de convidados especiais (seção *Filmoteca*), prestavam homenagens (seção *Obituário*) e promoviam a interação entre a revista e seus leitores, ou entre estes e seus pares (seção *Cartas*). Esses espaços de deferência e participação ativa equilibravam o conteúdo mais comercial da publicação, oferecendo um contraponto que enaltecia um aspecto mais subjetivo e nostálgico da cinefilia, criando vínculos afetivos com os leitores.

As memórias compartilhadas por João Silvério Trevisan e Caio Fernando Abreu sobre os filmes que marcaram suas vidas — *A Doce Vida* (1960) e *A Rosa Púrpura do Cairo* (1985), respectivamente —, na seção *Filmoteca*, exemplificam a conexão emocional que a *SET* proporcionava aos leitores e colaboradores eventuais ao trazer o cinema para o plano das experiências íntimas:

A Doce Vida

Todos temos nossos marcos na adolescência, quase ritos de passagem que marcam, de maneira bastante concreta, o ingresso na idade adulta. No meu caso, um dos referenciais mais importantes, quase fundamentais dessa passagem, foi *A Doce Vida* (1959), de Federico Fellini. Eu tinha então 16 anos e estudava num seminário para padres. Estudioso de cinema que era, queria muito, mas não podia ver nos cinemas esse filme rigorosamente proibido para menores de 18 anos, após ameaças de interdição da Censura, por alegadas ofensas contra a moral e a religião. (...) *A Doce Vida* me introduziu na modernidade, ainda tão estranha ao espaço ferrenhamente religioso que me envolvia. (...) O próprio conceito de Deus teria, daí por diante, que passar pelo crivo da contestação. Nada poderia me revelar tão bem o espírito do meu tempo quanto essa saga moderna de um jornalista desencantado que cruza a babilônia romana à procura de um sentido ou, quem sabe, da inocência perdida (*SET*, 4ª ed., 1987, p. 80).

A Rosa Púrpura de Cairo

Não consigo lembrar a primeira vez que fui ao cinema. Mas, certamente, faz muitos anos. Acontece que lá em Santiago, interiorzão brabo do Rio Grande do Sul, minha mãe adorava cinema. (...) Como ela era muito amiga de Dona Zezé, a mulher do dono, sempre davam um jeitinho para que pudesse entrar. (...) Numa cidadezinha onde nada acontecia, as paixões e aventuras aconteciam na telinha do cinema. Talvez tenha sido por isso que, mais de 30 anos depois, ao assistir pela primeira vez *A Rosa Púrpura do Cairo*, de Woody Allen, tudo o que eu tinha vivido nesses anos todos de cinemania estava ali contado na vidinha de Cecília, que vai obsessivamente ao cinema para viver o que a vida não dá, ou dá apenas em doses homeopáticas, simulacros. Qualquer pessoa viciada em cinema (como Cecília e eu) sabe desse pequeno segredo, tão profundo quanto inconfessável: vai-se ao cinema para viver o que a vida não dá. (*SET*, 7ª ed., 1988, p. 79).

Especificamente, quanto aos lançamentos em vídeo, a *SET* se estruturava como um

guia mensal, direcionando os leitores sobre quais filmes buscar nas videolocadoras (Sadovski, 2022). Aproveitando o crescente volume de títulos em fitas cassetes, a seção *Vídeo Lançamentos* trazia resenhas acompanhadas de breves sinopses dos filmes disponíveis no mercado, juntamente com notas classificatórias que refletiam a opinião dos críticos. No primeiro ano da revista, essa avaliação era realizada por meio de menções textuais qualitativas, com o uso de adjetivos como "imperdível" ou "decepcionante." A partir da 12ª edição, contudo, a revista introduziu um sistema de classificação mais formal, atribuindo notas de uma a cinco estrelas que indicavam se o filme era "ruim" (uma estrela), "regular" (duas estrelas), "bom" (três estrelas), "excelente" (quatro estrelas), ou uma "obra-prima" (cinco estrelas). (SET, 12ª ed., 1988, p. 13).

No editorial da edição de aniversário de um ano, a SET reforçou seu papel como guia prático dos lançamentos em vídeo, justificando a implementação do novo sistema de classificação. Na ocasião, a revista explicou que esse modelo tinha como objetivo facilitar a experiência dos frequentadores das videolocadoras, ajudando-os a “distinguir o que era bom do que era desprezível”:

Para comemorar seu aniversário de um ano, a SET resolveu presentear os leitores. Além da agenda de vídeo distribuída como brinde com esta edição, a revista está introduzindo a bolsa de cinema e vídeo do leitor, que passa a opinar sobre os filmes que vê na telinha ou no telão. A própria SET passa a atribuir de uma a cinco estrelas para os lançamentos em vídeo, facilitando a vida de quem precisa distinguir o que é bom do que é desprezível (SET, 12ª ed., 1988, p. 02).

Além das análises dos lançamentos mensais, a SET frequentemente compartilhava listas temáticas que compilavam filmes já lançados em vídeo anteriormente. O objetivo era expandir seu conteúdo como guia, oferecendo resenhas rápidas e de fácil consulta que cobrissem o vasto catálogo de filmes disponíveis nas videolocadoras. Na amostra deste estudo, que abrange as 30 edições da revista publicadas durante os anos 80, ficou evidente uma grande variedade de listas que abordavam assuntos diversos, como: *100 vídeos imperdíveis* (SET, 1ª ed., 1987, p. 68-80), *50 vídeos de guerra* (SET, 2ª ed., 1987, p. 69-75), *30 comédias malucas* (SET, 3ª ed., 1987, p. 73-77), *69 vídeos de sexo* (SET, 4ª ed., 1987, p. 69-78), *30 filmes brasileiros* (SET, 5ª ed., 1987, p. 85-90), *30 vídeos para assistir com as crianças durante as férias* (SET, 6ª ed., 1987, p. 79-83), *30 filmes políticos* (SET, 7ª ed., 1988, p. 71-77), *30 filmes sobre o mar* (SET, 8ª ed., 1988, p. 69-75), *13 filmes de horror* (SET, 9ª ed., 1988, p. 57-62), *11 vídeos sobre volta ao mundo* (SET, 10ª ed., 1988, p. 77-81), *40 melhores vídeos disponíveis nas locadoras* (SET 11ª ed., 1988, p. 73-79), *20 filmes road*

movies (SET, 12ª ed., 1988, p. 73-77), 15 filmes musicais (SET, 13ª ed., 1988, 75-79), 15 filmes sobre aviões (SET, 14ª ed., 1988, p. 77-79), 19 filmes com duelos (SET, 15ª ed., 1988, p. 77-81), 20 filmes sobre paranormalidade (SET, 16ª ed., 1988, p. 59-63), Guia do Verão (SET, 17ª ed., 1988, p. 56-60), 25 vídeos com temática “adultério” (SET, 19ª ed., 1989 p. 46-50), 24 filmes sobre dupla identidade (SET, 24ª ed., 1989, p. 60-64).

O anúncio da reportagem *O Mapa da Mina*, publicada na 11ª edição, exemplifica bem a proposta da SET em facilitar a navegação dos leitores pelos títulos selecionados, todos eles disponíveis em vídeo. Nessa ocasião específica, a revista apresentou uma lista dos “40 melhores filmes disponíveis nas videolocadoras”, subsidiando o leitor com análises especializadas que justificavam a curadoria então oferecida e filtravam as produções de acordo com seus gêneros⁵⁵:

A chapeira de uma locadora pode esconder tesouros insuspeitados. Ofuscados pelo brilho dos campeões de bilheteria e pelos clássicos incontestáveis, e escondidos às vezes por títulos infelizes, eles formam um verdadeiro universo inexplorado onde se encontra de tudo: de obras-primas incompreendidas a jóias inéditas e mal divulgadas, de curiosidades absolutas a filmes tão ruins que chegam a ser interessantes ou francamente hilários. Para ajudar os caçadores da fita perdida a separarem o trigo do joio e orientarem-se nesta selva impenetrável, a SET selecionou os quarenta melhores entre *los olvidados*. De posse desse guia, a expedição tem tudo para ser um sucesso (SET, 11ª ed., 1988, p. 73).

Além da sua atividade regular de publicação mensal, a SET preparava, semestral ou anualmente, guias atualizados que ofereciam uma visão abrangente dos principais lançamentos em vídeo ocorridos durante o período. Didaticamente organizados, eles dividiam os filmes por gênero, incluíam índices remissivos em ordem alfabética para facilitar a localização por título, ator ou diretor, atribuíam notas aos filmes e forneciam os endereços das principais distribuidoras e redes de assistência técnica para equipamentos (SET, *1000 Vídeos Especiais*, 1989, p. 69)⁵⁶. O editorial da edição especial SET 700 Melhores Vídeos

⁵⁵ Assim como a SET, a revista *Video News* oferecia aos leitores uma ferramenta interativa e prática relacionada aos lançamentos em fitas cassetes: uma planilha destacável para o registro de suas avaliações dos vídeos assistidos. À esquerda da planilha, o leitor encontrava uma lista de filmes lançados no período, enquanto as cinco colunas seguintes forneciam campos para marcação: “já assisti”, “quero rever”, “a crítica é boa”, “um amigo recomendou”, e “reservei na locadora”. No cabeçalho, uma instrução imperativa incentivava o uso da planilha nas visitas às locadoras: “Toda vez que você for à locadora, leve esta relação. Anote suas observações em cada coluna. Isso vai ajudá-lo a escolher melhor os filmes que vai assistir”. A nota de rodapé reforçava a conexão entre o conteúdo da revista e a experiência do leitor nas videolocadoras, orientando-o a consultar os comentários de Rubens Ewald Filho sobre cada título e a usar o encarte como guia, permitindo maior controle sobre os filmes que ainda desejava assistir (*Video News*, 78-Aª ed., 1989, p. 06).

⁵⁶ No Brasil, os Guias de Vídeo foram introduzidos por Rubens Ewald Filho em 1985, com o lançamento do primeiro volume de *Vídeo Filmes*, pela Sigla Editora. A publicação, que ainda incluía críticas de filmes piratas,

Disponíveis nas Videolocadoras reflete com clareza essa proposta editorial, que tinha como um de seus principais objetivos facilitar a pesquisa dos frequentadores das videolocadoras. A publicação buscava auxiliar os leitores a “chegar aos filmes dos seus astros e cineastas prediletos”, reafirmando seu papel como um guia prático e confiável:

Há seis meses, *SET* lançava a seleção dos 500 melhores vídeos disponíveis nas videolocadoras. Um sucesso absoluto, esgotado pouco tempo depois de chegar às bancas. De lá para cá, recebemos inúmeros pedidos de reedição. É o que agora apresentamos. Mas o mercado de vídeo não permaneceu estático – foram muitos lançamentos importantes no período. (...) Aperfeiçoamos ainda mais nossos índices, separando o dos títulos (originais e nacionais) das relações por diretor e elenco. Um jeito mais fácil de você chegar aos seus astros e cineastas prediletos. A divisão em gêneros também foi ampliada, com a inclusão de quatro novas seções, privilegiadas nos últimos lançamentos. Sem falar dos endereços das principais distribuidoras, para quem se interessa em adquirir as cópias, e das redes de assistência técnica para seu equipamento (*SET, 700 Melhores Vídeos Disponíveis nas Videolocadoras*, 1988, p. 03).

Nas próximas seções deste capítulo, o foco será direcionado especificamente às críticas cinematográficas publicadas pela *SET*, com o objetivo de examinar possíveis relações entre seu conteúdo, estrutura e linguagem e o modelo de cinefilia estabelecido pelo *home-vídeo*. A análise buscará compreender como as transformações culturais e tecnológicas concretizadas nos anos 1980 influenciaram a conformação dessas críticas, ao mesmo tempo refletindo e moldando os anseios, expectativas e demandas do espectador cinematográfico daquela década.

2.2 A CRÍTICA CINEMATOGRAFICA NA SET: CONTEÚDO, ESTRUTURA E LINGUAGEM

2.2.1 CONTEÚDO: A INFLUÊNCIA DA CINEMATOGRAFIA INDUSTRIAL HOLLYWOODIANA NAS CRÍTICAS DA SET

Para compreender a cinefilia brasileira dos anos 1980, é fundamental analisar o impacto da indústria cinematográfica norte-americana no país. Durante aquela década, Hollywood não apenas dominava as telas de cinema em escala global, como se consolidava como a principal fornecedora de conteúdo para o emergente mercado de vídeo doméstico.

predominantes no mercado da época, foi um grande sucesso. Seus exemplares esgotaram rapidamente, o que motivou atualizações anuais para incluir os novos títulos lançados entre uma edição e outra (*SET*, 19ª ed., 1989, p. 68).

No Brasil, a distribuição de filmes em fitas cassetes era amplamente controlada por grandes multinacionais estadunidenses, como *Warner*, *Columbia*, *Orion*, *MGM*, *Disney* e *CIC*. Essas empresas implementavam estratégias de distribuição massivas e altamente eficazes, que incluíam campanhas publicitárias impactantes e parcerias estratégicas com as videolocadoras e revistas especializadas, como a *SET*, consolidando o consumo de suas produções entre os espectadores brasileiros. Esse domínio moldava o perfil de consumo audiovisual no país, fortalecendo a preferência por produções hollywoodianas, que se tornaram a principal referência estética e cultural para o público. Em contrapartida, cinematografias de outras origens, incluindo a brasileira, eram frequentemente relegadas a um papel periférico, com menor visibilidade tanto no mercado de vídeo quanto no imaginário coletivo dos consumidores.

Na condição de revista de cinema mais influente do país, a *SET* estruturava sua agenda editorial em sintonia com as demandas do mercado, priorizando o cinema comercial norte-americano, que dominava as preferências do público⁵⁷. Essa estratégia fomentava a disseminação de um conteúdo mais popular capaz de dialogar diretamente com o consumidor característico desse tipo de produção, consolidando-se como uma ponte entre o cinema de massa e o leitor brasileiro. José Geraldo Couto (2023), ao refletir sobre sua atuação como crítico na *SET* durante os anos 1980, reconhece que o período foi marcado por uma grande ênfase no cinema hollywoodiano, muitas vezes em detrimento de outras cinematografias que lhe despertavam maior interesse pessoal. Couto (2023) observa que a exposição contínua às produções da indústria norte-americana acabou influenciando sua perspectiva crítica, a ponto de, em determinado momento, desenvolver uma certa resistência em relação a filmes considerados “alternativos” ou menos alinhados ao perfil de entretenimento predominante da época.

Eu sinto que, no meu caso na *SET*, acabei me informando mais sobre filmes hollywoodianos, sobre o dito cinema de entretenimento de um modo geral, do que sobre o cinema que me interessava mais. Aliás, hoje acho que naquela época fiquei bastante influenciado por essa visão mais hollywoodiana e seus critérios,

⁵⁷ Embora a *SET* priorizasse o cinema comercial hollywoodiano, ela também dedicava espaço a cinematografias consideradas menos tradicionais, buscando equilibrar a cobertura de filmes industriais de grande apelo popular com o chamado cinema “de autor” ou “de arte” (Couto, 2023). Essas cinematografias “alternativas” eram frequentemente destacadas em seções específicas, que as diferenciavam do cinema *mainstream*, o que conferia a elas um caráter de excepcionalidade. Entre os exemplos estão a seção *Europa*, voltada para produções e festivais do velho continente, como o de Veneza (*SET*, 4ª ed., 1987, p. 26-27) e o de Berlim (*SET*, 9ª ed., 1988, p. 22-30). Eventualmente, a *SET* também publicava reportagens especiais dedicadas a escolas cinematográficas alheias ao circuito industrial norte-americano, como a soviética (*SET*, 16ª ed., 1988, p. 46), a indiana (*SET*, 15ª ed., 1988, p. 54-59), e a brasileira (*SET*, 12ª ed., 1988, p. 56).

desenvolvendo até alguns preconceitos e resistências em relação a cinemas mais alternativos, independentes, não-hegemônicos (Couto, 2023).

O depoimento de Couto evidencia como a linha editorial da *SET* ajudou a redefinir as hierarquias culturais e a influenciar tanto o público quanto a crítica, destacando o cinema de entretenimento como um produto digno de atenção e análise durante os anos 1980. Essa elevação do *status* do cinema comercial tal qual um objeto legítimo de consumo cultural e reconhecimento crítico pode ser interpretada à luz da teoria de Pierre Bourdieu, o qual argumenta que os meios de comunicação não apenas refletem as preferências culturais existentes, como também participam ativamente na construção e reforço dessas preferências (Bourdieu, 1997, p. 20-25). No contexto concreto da *SET*, isso significa que a revista, ao valorizar critérios como sucesso de bilheteria e apelo popular como bases do que era considerado valioso ou merecedor de visibilidade, contribuiu para legitimar esses elementos como parâmetros válidos na avaliação da relevância cultural e, em certa medida, artística de uma produção, estabelecendo novos critérios de legitimação no campo da crítica cinematográfica.

2.2.1.1 – METODOLOGIA: AFERINDO O GOSTO POPULAR NAS PÁGINAS DA SET

Para mensurar a prevalência do cinema comercial hollywoodiano no mercado de vídeo e evidenciar como essa tendência influenciava a seleção de pautas pela *SET*, realizou-se uma investigação comparativa que analisou os *rankings* dos títulos mais procurados nas videolocadoras brasileiras e os principais destaques editoriais da revista ao longo dos anos 1980.

A primeira etapa da pesquisa consistiu na análise das 30 edições da seção *Parada*, da revista *SET*, presentes na amostra selecionada (junho de 1987 a dezembro de 1989). Essa seção, disponível desde o primeiro exemplar da revista, apresentava mensalmente o “Top 10” dos filmes mais alugados em vídeo no Brasil, com base em dados fornecidos por um conglomerado de videolocadoras em operação no país⁵⁸. O total das 30 listas analisadas

⁵⁸ Todas as edições analisadas da seção *Parada* traziam uma nota de rodapé indicando a fonte das informações listadas, referentes aos vídeos mais alugados no Brasil no mês anterior ao da publicação. Elas eram prestadas por um conglomerado de videolocadoras em funcionamento no país, como a *Omni*, a *2001*, a *Rentacon*, a *Real Vídeo* (SP), a *Vídeo 4 Clube*, a *Vídeo Clube Shack*, a *Omni's Stúdio* (RJ), a *Cinematoteca Ltda* (MG), a *Vídeo Hobby* (BA),

resultou em 300 filmes ranqueados (10 filmes por lista), sendo que alguns títulos apareceram em mais de um *ranking* consecutivamente⁵⁹. Para obter uma visão mais precisa das tendências de consumo, os filmes listados pela seção foram classificados em duas categorias: "filmes norte-americanos" e "filmes não norte-americanos", incluindo, nessa última, produções de todos os países fora dos Estados Unidos, como o Brasil.

Os resultados revelaram que, das 300 posições ranqueadas, 257 eram ocupadas por filmes norte-americanos (85,67%), enquanto apenas 43 correspondiam a produções de outras nacionalidades (14,33%). Acredita-se que essa expressiva preferência pela cinematografia estadunidense possa ser atribuída a três fatores principais. Em primeiro lugar, o *marketing* e a distribuição, já que esses filmes contavam com maiores investimentos para campanhas de divulgação, impulsionados pelo forte interesse das grandes distribuidoras dos EUA em promover massivamente seus produtos. Em segundo lugar, a impressão de alta qualidade técnica que esses filmes causavam globalmente, resultante dos grandes orçamentos da indústria de Hollywood. Isso permitia que as produções ostentassem inovações tecnológicas, como efeitos visuais e sonoros avançados, os quais se destacavam no mercado e atraíam a atenção dos espectadores, especialmente no Brasil, onde esses recursos eram vistos como símbolos de modernidade e excelência cinematográfica⁶⁰. Por fim, a hegemonia cultural exercida pelos EUA, a qual facilitava a assimilação desses filmes no cenário global, tornando-os mais acessíveis em termos de cultura *pop* e linguagem, o que assegurava uma aceitação

a *Videolocadora Gaúcha* (RS) e a *Vídeo Service* (DF). A seção também trazia a lista dos dez filmes mais alugados nos EUA, com base em dados fornecidos pela *Bilboard* (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 21).

⁵⁹ Optou-se por contabilizar cada aparição individual dos filmes que figuraram em mais de um *ranking* consecutivo da seção *Parada*, da revista *SET*, com o intuito de capturar com maior precisão as tendências de consumo em cada mês, proporcionando, assim, maior confiabilidade à pesquisa. Isso significa que o total de 300 filmes considerados (10 para cada uma das 30 edições) inclui múltiplas aparições de títulos que permaneceram no "Top 10" dos vídeos mais alugados no Brasil por diversos meses. Cita-se, como exemplo, o drama *O Nome da Rosa* (1986), que apareceu nas quatro primeiras edições da revista. Cada uma dessas aparições foi contabilizada separadamente, visto que o filme se manteve entre os mais alugados durante quatro meses consecutivos. Assim, das 300 posições de *ranking* analisadas, quatro são relativas especificamente ao filme *O Nome da Rosa*.

⁶⁰ No Brasil dos anos 80, alguns cineastas que buscavam modernizar o cinema nacional e torná-lo mais adequado aos "novos tempos" inauguraram uma tendência de produção cinematográfica que priorizava o apuro técnico, muitas vezes em detrimento da própria narrativa. A partir dessa perspectiva, a década de 80 viu um afastamento gradual do realismo cru e das narrativas engajadas que caracterizaram o *Cinema Novo*, em favor de uma estética mais elaborada e visualmente impactante. Filmes como *Cidade Oculta* (1986), *A Dama do Cine Shangai* (1987) e *Anjos da Noite* (1987) exemplificam essa mudança, com um foco intenso em imagens estilizadas, as quais ostentavam uma suposta capacidade de se adequarem aos padrões estrangeiros de produção. Essa transição não foi apenas estética, mas também ideológica. A valorização da imagem sobre o conteúdo refletia um desejo de criar um cinema que fosse mais alinhado com os padrões internacionais, um cinema que pudesse competir no mercado global e que fosse mais palatável para audiências acostumadas com o espetáculo visual de Hollywood. No entanto, essa mudança também gerou críticas, especialmente entre aqueles que viam o cinema como um veículo para a reflexão crítica e a denúncia social. Segundo Ab'Saber (2003, p. 38), "ao se voltarem para o mundo dos refletores as especificações técnicas, os cineastas periféricos, sentiam-se fazendo 'grande cinema', no sentido em que a indústria consagrou".

ampla e abrangente ao redor do mundo

Figura 23 – Seção Parada, da revista SET: vídeos mais alugados



Fonte: SET, 2ª ed., 1987, p. 26

Entre os filmes norte-americanos que dominaram as listas de títulos mais alugados, a grande maioria consistia em produções de forte apelo comercial, geralmente associadas aos gêneros de ação, aventura, fantasia e comédia. Essas obras, em sua maioria *blockbusters*, eram produzidas em escala industrial e voltadas para o grande público, com ênfase no entretenimento.

São exemplos de filmes comerciais elencados nas listas: *Os Caçadores da Arca Perdida* (1981); *De Volta Para o Futuro* (1985); *Falcão - o Campeão dos Campeões* (1987); *Por Favor, Matem a Minha Mulher* (1986); *Allan Quatermain e a Cidade do Ouro Perdido* (1986); *Salve-me Quem Puder* (1986); *A Garota de Rosa Shocking* (1986); *A Mosca* (1986); *De Volta às Aulas* (1986); *Perigosamente Juntos* (1986); *O Enigma da Pirâmide* (1985); *O Exterminador Implacável* (1984); *Expresso para o Inferno* (1985); *Um Espírito Baixou em Mim* (1984); *Harém* (1986); *Primavera para Hitler* (1967); *A Casa do Espanto 2* (1987); *Um Dia a Casa Cai* (1986); *Máquina Mortífera* (1987); *Top Gun - Ases Indomáveis* (1986); *Fievel – Um Conto Americano* (1986); *Asterix e a Surpresa de Cesar* (1985); *Super-Homem IV – Em Busca da Paz* (1987); *Loucademia de Polícia IV* (1987); *Hanky Panky – Uma Dupla*

em Apuros (1982); O Exterminador do Futuro (1984); Jornada nas Estrelas IV (1986); Rambo II (1985); Mulher Nota Mil (1985); Um Tira da Pesada II (1987); Stallone Cobra (1986); O Rapto do Menino Dourado (1986); O Destemido Senhor da Guerra (1983); Olhos de Tigre (1986); As Bruxas de Eastwick (1987); A Pequena Loja dos Horrores (1986); 007 Marcado Para a Morte (1987); Manequim (1987); O Segredo do Meu Sucesso (1987); Gremlins (1984); Viagem Insólita (1987); Star Trek – A Nova Geração (1987); E.T – O Extraterrestre (1982); Um Hóspede do Barulho (1987); Garotos Perdidos (1987); O Sobrevivente (1987); Assassinato nos Estados Unidos (1988); Robocop (1987); Peggy Sue – Seu Passado a Espera (1986); A Aparição (1981); Dumbo (1941); Encontro às Escuras (1987); O Amor Não Tem Sexo (1984); O Natal de Mickey Mouse (1983); Barbie – A Estrela do Rock (1987); Presente de Grego (1987); Rambo III (1988); Antes Só do que Mal Acompanhado (1987); Bradock III (1988); Desejo de Matar IV (1987); O Milagre Veio do Espaço (1987); Mary Poppins (1964); Labirinto (1986); Tocaia (1987); Três Homens e Um Bebê (1987); Atirando para Matar (1988); Splash – Uma Sereia Em Minha Vida (1984); Os Fantasma se Divertem (1988); Busca Frenética (1988); Mais Forte que o Ódio (1986); Nico, Acima da Lei (1988); Feitiço da Lua (1987); Fuga à Meia Noite (1988); Namorada de Aluguel (1987); Um Peixe Chamado Wanda (1988); Dirty Harry Na Lista Negra (1988); Cocktail (1988); Um Príncipe em Nova York (1988); A Morte Pede Carona (1986); O Grande Dragão Branco (1988); Uma Cilada Para Roger Rabbit (1988); Escorpião Vermelho (1988).

Apesar do claro domínio dos filmes norte-americanos (85,67%), a análise também revelou a presença de produções de outras nacionalidades que, embora em menor quantidade (14,33%), correspondiam a obras de elevado valor artístico e representavam uma alternativa ao cinema *mainstream* de Hollywood. Entre esses títulos, destacam-se filmes consagrados pela crítica como referências de cinema de qualidade, tais quais o italiano *Tomara que Seja Mulher* (1986); os franceses *Meu Tio* (1958), *A Bela da Tarde* (1967) e *Meu Marido de Batom* (1986); o polonês *Danton – O Processo da Revolução* (1983); o japonês *A Balada de Narayama* (1958); o soviético *Solaris* (1972); o sueco *Minha Vida de Cachorro* (1985); o alemão *A Rosa de Luxemburgo* (1986); e os dinamarqueses *A Festa de Babette* (1987) e *Pelle, o Conquistador* (1987).

Essas produções, oriundas de cinematografias marcadas por tradições culturais e estéticas distintas, sugerem a existência de um nicho de espectadores brasileiros que buscavam uma experiência cinematográfica mais diversificada, indo além dos *blockbusters*

de Hollywood. A presença desses títulos “alternativos” nas videolocadoras e nos *rankings* dos vídeos mais alugados indica que, apesar da massificação e da forte influência cultural dos Estados Unidos, havia uma demanda por filmes que apresentavam narrativas mais complexas, exploravam temáticas mais profundas e ofereciam um viés artístico diferenciado. Esse segmento de consumidores, embora não tão representativo quanto o público dos filmes comerciais, revelava uma cinefilia paralela mais exigente, interessada em produções que fugiam dos clichês do entretenimento escapista e que contribuíam para a ampliação do repertório cultural disponível no mercado de vídeo da época.

Especificamente, em relação à cinematografia nacional, os dados apontam para uma baixíssima adesão dos consumidores do vídeo. Ainda que os filmes brasileiros fossem disponibilizados nas videolocadoras com relativa frequência, impulsionados pela “Cláusula de Reserva de Mercado”⁶¹, apenas duas produções nacionais figuraram entre as 300 posições listadas pela seção *Parada* ao longo do período analisado: *Super Xuxa Contra o Baixo Astral* (1988) e *Feliz Ano Velho* (1987). Esses títulos representaram um percentual irrisório de 1% dos vídeos mais alugados no Brasil entre junho de 1987 e dezembro de 1989, evidenciando o baixo prestígio e a limitada competitividade das produções locais em comparação com as estrangeiras, especialmente as estadunidenses, ao longo da década de 1980.

Figura 24 – Vídeos mais alugados no Brasil (Jun. 1987 – Dez. 1989): amplo predomínio dos filmes hollywoodianos



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor

⁶¹ Durante o período analisado, vigorava no Brasil a chamada “Cláusula de Reserva de Mercado”, uma norma legal que determinava o lançamento em vídeo de um filme brasileiro para cada três estrangeiros. A cláusula refletia um esforço regulatório para promover a diversidade cultural e garantir visibilidade às produções locais em um mercado amplamente dominado por títulos estrangeiros, especialmente os provenientes de Hollywood.

Em resumo, a primeira etapa da pesquisa, focada na análise do mercado de vídeo brasileiro durante os anos 1980, resultou em quatro principais conclusões: 1. O cinema norte-americano exercia uma hegemonia expressiva nesse mercado, respondendo por 85,67% das produções mais buscadas, enquanto as demais cinematografias somadas representavam apenas 14,33%; 2. Dos filmes norte-americanos listados entre os mais alugados, a grande maioria se referia a produções de forte apelo comercial, pertencentes a gêneros como ação, comédia e fantasia, sugerindo a prevalência desse tipo de produção no consumo de vídeo; 3. Apesar da dominância do cinema industrial, identificou-se um nicho de espectadores que buscavam obras mais sofisticadas e de maior valor artístico entre os filmes disponíveis nas videolocadoras, sugerindo a existência de uma cinefilia paralela focada em “filmes de arte”; 4. A cinematografia brasileira teve uma adesão ínfima junto ao público, representando apenas 1% dos vídeos mais alugados entre junho de 1987 e dezembro de 1989.

Após constatar a prevalência de filmes hollywoodianos nas preferências cinematográficas brasileiras durante a década de 1980 e a predominância do cinema comercial entre os títulos mais assistidos em vídeo, a pesquisa avança para uma nova etapa. Esta fase foca na análise das capas da revista *SET* publicadas entre junho de 1987 e dezembro de 1989, com o objetivo de compreender como o cenário previamente identificado influenciou a seleção e a apresentação de conteúdos pela revista. A intenção é explorar um ponto central do estudo: identificar se e como a *SET* adaptou sua produção editorial em resposta à consolidação de um novo perfil de cinefilia nos anos 1980, caracterizado pelo impacto do vídeo no consumo audiovisual. Ao investigar as capas da revista, busca-se verificar de que maneira a demanda por produções comerciais moldou as escolhas editoriais e, em última instância, contribuiu para a transformação das práticas e estratégias das revistas especializadas brasileiras.

Utilizando-se da mesma metodologia, amostra e classificação da primeira fase da pesquisa, foram selecionadas as 30 edições da *SET* publicadas durante os anos 1980 (junho de 1987 a dezembro de 1989) para analisar o conteúdo das capas desses exemplares. Cada capa foi classificada de acordo com os seus destaques principais. Para aquelas que apresentavam como principais atrativos filmes ou personalidades relacionadas ao cinema de Hollywood, adotou-se a classificação de "capas com destaque norte-americano". Para as demais, que traziam menções em destaque para a cinematografias de outros países, utilizou-se a classificação de "capas com destaque não norte-americano". Esse levantamento visa identificar a predominância do cinema hollywoodiano nas escolhas editoriais da revista e

mostrar como esse foco moldava o perfil de cinefilia durante o período, refletindo as tendências de consumo de filmes no Brasil.

A análise revelou uma predominância quase absoluta de filmes norte-americanos nas capas da *SET*, apontando para uma clara relação entre as preferências do público cinematográfico e as pautas editoriais escolhidas pela revista. Das trinta edições examinadas, vinte e nove (97%) destacaram produções de Hollywood, enquanto apenas uma (3%) focou em uma cinematografia diferente — a italiana, com uma matéria sobre o ator Marcello Mastroianni na décima edição. Esses resultados sublinham a forte influência do cinema hollywoodiano nas decisões editoriais da *SET*, evidenciando a maneira que a revista não só acompanhava as tendências de consumo do público brasileiro, como também desempenhava um papel ativo na consolidação desse gosto, privilegiando o cinema de entretenimento produzido nos Estados Unidos ao longo do período analisado⁶².

Esses dados confirmam um grau de prevalência ainda maior do que o inicialmente esperado para filmes norte-americanos nas capas da *SET*. A única exceção sugere que, embora fosse raro, a *SET* ainda reservava algum espaço para cinematografias "alternativas" e personalidades de outros países, demonstrando um interesse, ainda que limitado, por uma cinefilia mais diversificada. A análise reforça a hipótese de que a revista ajustava sua estrutura editorial para atender à demanda predominante por filmes de Hollywood, enquanto ocasionalmente reconhecia a relevância de outras cinematografias, procurando, assim, alcançar, também, um nicho de leitores que se interessavam por escolas cinematográficas menos hegemônicas.

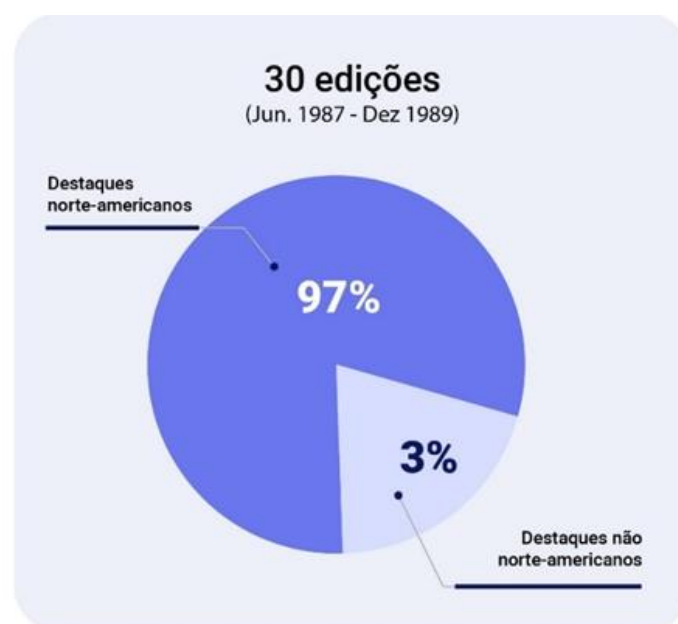
⁶² Seguindo a ordem cronológica, as capas das edições veiculadas pela *SET* durante os anos 80 tinham como principais destaques: 1. O ator Mickey Rourke, em *Coração Satânico* (1987), 2. O ator Daryl Hannah, em *Blade Runner – O Caçador de Androides* (1987), 3. O ator Jack Nicholson, em *As Bruxas de Eastwick* (1987), 4. O filme *Robocop* (1987), 5. O ator Kevin Costner, em *Os Intocáveis* (1987), 6. O filme *Viagem Insólita* (1987), 7. O filme *Nascido para Matar* (1987), 8. O ator Christopher Lambert, 9. O filme *Império do Sol* (1988), 10. O ator Marcello Mastroianni, 11. O ator Robert Redford, 12. A atriz e cantora Cher, 13. O filme *Platoon* (1987), 14. O ator Harrison Ford, em *Busca Frenética* (1988), 15. O ator Eddie Murphy, em *Um Príncipe em Nova Iorque* (1988), 16. O ator Willem Dafoe, em *A Última Tentação de Cristo* (1988), 17. O filme *Uma Cilada para Roger Rabbit* (1988), 18. O filme *Willow – Na Terra da Magia* (1988), 19. O ator Clint Eastwood, 20. Os atores Arnold Schwarzenegger e Danny DeVito, em *Irmãos Gêmeos* (1988), 21. Os atores Tom Cruise e Dustin Hoffman, em *Rain Man* (1988), 22. A atriz Jodie Foster, em *Acusados* (1988), 23. O filme *Indiana Jones e a Última Cruzada* (1989), 24. O filme *A Dama e o Vagabundo* (1955), 25. O filme *As Aventuras do Barão de Münchausen* (1989), 26. O ator Mel Gibson, em *Máquina Mortífera 2* (1989), 27. O filme *Batman* (1989), 28. O filme *O Tiro Que Não Saiu Pela Culatra* (1989), 29. O ator Michael Douglas, em *Chuva Negra* (1989), 30. O filme *Os Caça-fantasmas 2* (1989).

Figura 25: Mosaico referente às capas das 30 edições da *SET* publicadas durante os anos 1980



Fonte: *SET*, 1ª a 30ª ed., junho de 1987/dezembro de 1989.

Figura 26: Gráfico referente aos destaques de capa das edições da *SET* publicadas na década de 1980: foco quase absoluto no cinema hollywoodiano



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor.

2.2.1.2 NARRATIVAS SIMPLIFICADAS, ESCRITAS ADAPTADAS: DESDOBRAMENTOS CRÍTICOS DO CINEMA ESCAPISTA DOS ANOS 1980

Na presente seção, os resultados das pesquisas realizadas até o momento serão utilizados para investigar como os padrões de produção das críticas cinematográficas da *SET* foram ajustados para se alinharem com o modelo de cinema comercial característico da Hollywood dos anos 80. A análise buscará compreender de que maneira essas produções, marcadas por seu apelo massivo e caráter escapista, impulsionaram um modelo de crítica mais objetivo, conciso e, em algumas situações, superficial, adequando-se às demandas do mercado e às preferências do público. Também será discutido como a adoção de uma linguagem mais leve e acessível facilitou a recepção das análises críticas por parte de leitores que não necessariamente se identificavam como cinéfilos, mas que consumiam cinema como entretenimento doméstico a partir do vídeo. Por fim, a seção explorará como os clichês narrativos e a falta de complexidade de algumas produções populares da época limitavam o escopo dos críticos, dificultando a elaboração de análises mais detalhadas e reflexivas.

O cinema industrial norte-americano dos anos 1980 se notabilizou pela consolidação de um modelo de produção preponderantemente voltado para o “escapismo”⁶³, com foco em filmes que ofereciam aos espectadores uma forma de “fuga da realidade”, transportando-os para mundos fantásticos, aventuras emocionantes e histórias que capturavam sua imaginação. Como regra, eram obras narrativamente simplificadas, que focavam o entretenimento e que se voltavam, prioritariamente, para público infanto-juvenil. Durante toda aquela década, Hollywood viu o surgimento de grandes sucessos de bilheteria, como *E.T. - O Extraterrestre*, *De Volta para o Futuro*, *Indiana Jones* e *Batman*, se tornarem verdadeiros fenômenos

⁶³ No documentário *Spielberg* (2017), o ator Harrison Ford, ao comentar sobre a franquia *Indiana Jones*, da qual é protagonista, destaca que os filmes escapistas eram concebidos com o objetivo principal de proporcionar entretenimento. Contudo, Ford argumenta que essa característica não diminuía o valor dessas produções, que podiam ser emocionantes e, em determinados casos, até “inteligentes” (*Spielberg*, 2017). Complementando essa perspectiva, Steven Spielberg faz uma comparação direta entre os filmes escapistas que dirigiu e os chamados filmes “B”, sublinhando a modesta pretensão artística desses projetos: “*Os Caçadores da Arca Perdida* é um filme de ação e aventura cheio de suspense. Puro escapismo e entretenimento. Originalmente, era para ser um filme ‘B’, e filmes ‘B’ são divertidos porque não se levam a sério. São rápidos de fazer. Você usa todos os truques possíveis para economizar e não se preocupa que eles não sejam o próximo *Lawrence das Arábias*” (*Spielberg*, 2017). O crítico David Edelstein reforça essa análise ao destacar que, nos anos 80, o mercado cinematográfico demonstrava um interesse crescente por filmes escapistas e altamente lucrativos, ilustrando como essas produções desempenharam um papel central na redefinição dos padrões de consumo e produção cinematográfica, atendendo tanto ao apelo popular quanto às demandas financeiras da indústria: “Alguns viram Spielberg como uma força repressiva que trazia um escapismo vazio que levaria o cinema à outra direção. Esse modelo de cinema trazia lucro para os executivos de *marketing* que conduziam os estúdios no início dos anos 80. Estava claro que eles só queriam saber de dinheiro” (*Spielberg*, 2017).

culturais em razão de seu apelo popular e produção grandiosa. O avanço das tecnologias de efeitos especiais e sonoros durante o período desempenhou um papel crucial nesse cenário, auxiliando a indústria hollywoodiana a tornar possível a criação de cenas de ação espetaculares, aumentando ainda mais o *hype* dos filmes de grande orçamento.

Paralelamente a isso, o cinema dos anos 1980 se distanciou da complexidade moral e narrativa que havia caracterizado as produções das décadas de 1960 e 1970. Nesse período, influenciado pela contracultura, era comum que os filmes abordassem temas políticos, sociais e filosóficos por meio de personagens ambíguos e histórias vanguardistas. Contudo, no conservadorismo dos Estados Unidos sob a era Reagan, esse tipo de projeto passou a ser desencorajado, cedendo espaço a produções mais simplificadas e a personagens preponderantemente unidimensionais, que se alinhavam mais detidamente ao apelo comercial da época (Guedes, 2022, p. 59)⁶⁴.

Rodrigo Cândido da Silva (2017, p. 43) destaca que a configuração cinematográfica da década de 1980 está diretamente associada à ascensão dos *blockbusters*, cuja principal meta era gerar grandes receitas e estabelecer uma sinergia com outras áreas do entretenimento, como brinquedos, trilhas sonoras e videogames. Essas produções, também conhecidas como *rollercoaster movies* (filmes montanha-russa), adotavam uma narrativa

⁶⁴ Em sua tese de doutorado, Jefferson Gomes Teixeira Guedes (2022, p. 59) destaca uma clara mudança nas representações cinematográficas de Hollywood ao longo das décadas de 1960, 1970 e 1980. Segundo o autor, as décadas de 60 e 70 foram marcadas por movimentos da “nova esquerda”, que incluíam grupos pacifistas, negros, feministas, gays, ambientalistas e antielitistas, os quais influenciaram o cinema norte-americano, resultando em filmes-manifestos que desafiavam o sistema e o *American Way of Life* (Guedes, 2022). Nesse sentido, obras como *Um Estranho no Ninho* (1976) e *Todos os Homens do Presidente* (1976), com seus personagens anti-heróis, refletiam o cinismo e a desilusão com a sociedade. Outros exemplos de personagens que questionavam o *status quo*, transmitindo uma postura existencialista e frequentemente desafiando as normas sociais da época, são Martha (Elizabeth Taylor), em *Quem Tem Medo de Virginia Woolf* (1966); Clyde Barrow (Warren Beatty) e Bonnie Parker (Faye Dunaway), em *Bonnie & Clyde – Uma Rajada de Balas* (1967); Travis Bickle (Robert De Niro), em *Taxi Driver* (1976); Benjamin Braddock (Dustin Hoffman), em *A Primeira Noite de um Homem* (1967); Frank Serpico (Al Pacino), em *Serpico* (1974); e Johnny Boy (Robert De Niro), em *Caminhos Perigosos* (1973). Em contrapartida, os anos 80, dominados pelo conservadorismo da Era Reagan e pelos ideais neoliberalistas da “nova direita”, resultaram em filmes menos desafiadores, com personagens heroicos, movidos pelo sucesso e pelo reconhecimento pessoal. Guedes (2022) observa que o cinema dessa década passou a exaltar figuras glamourosas e assertivas, como Gordon Gekko (Michael Douglas), em *Wall Street – Poder e Cobiça* (1987); John Gray (Mickey Rourke), em *9½ Semanas de Amor* (1986); Johnny Castle (Patrick Swayze), em *Dirty Dancing – Ritmo Quente* (1987); e Peter Maverick (Tom Cruise), em *Top Gun – Ases Indomáveis* (1986). Esses personagens representavam uma nova identidade americana, valorizando o sucesso individual e a confiança, em contraste com os anti-heróis da década anterior. Além disso, Guedes (2022) aponta que essa nova conformação identitária da sociedade estadunidense também trouxe uma mudança na psicologia dos tipos que dominavam o cinema ao longo dos anos 80. Enquanto personagens sensíveis, que lidavam com suas emoções, como Ted Kramer (Dustin Hoffman), em *Kramer vs. Kramer* (1979); Billy (John Voight), em *O Campeão* (1979); e Conrad (Timothy Hutton), em *Gente como a Gente* (1980), tiveram destaque no final dos anos 70 e início dos anos 80, no decorrer da década, os protagonistas passaram a constituir personagens fortes, viris e dominantes, como John Rambo (Sylvester Stallone), em *Rambo – Programado para Matar* (1982); Michael Biehn (Kyle Reese), em *O Exterminador do Futuro* (1984); Peter Maverick (Tom Cruise), em *Top Gun – Ases Indomáveis* (1986); Indiana Jones (Harrison Ford), em *Os Caçadores da Arca Perdida* (1981); e Robocop (Peter Weller), em *Robocop* (1987), sendo todos capazes de enfrentar desafios e de impor sua vontade com força e autoridade (Guedes, 2022, p. 59).

mais condensada, com histórias de fácil e rápida assimilação para o público, facilitando o consumo imediato. Silva (2017) ressalta que esses filmes se destacavam pela capacidade de sintetizar suas tramas em formatos curtos, como comerciais de TV, videoclipes musicais e resenhas de poucas linhas, transmitindo de forma rápida e eficiente a essência da narrativa. Esse formato, ainda segundo o autor, refletia a lógica publicitária predominante, reforçando o caráter de entretenimento rápido e acessível que marcou o cinema da época, em que a comunicação direta e imediata com o público era essencial para garantir o sucesso comercial e engajar diferentes formas de mídia associadas à produção cinematográfica.

Nas páginas da *SET*, as características predominantes dos filmes comerciais norte-americanos eram frequentemente analisadas com um olhar crítico, enfatizando seu foco no entretenimento descompromissado. José Emílio Rondeau, ao analisar a comédia *Quem é essa Garota* (1987), descreve o filme como um exemplo típico do cinema de verão americano, comparando-o a uma refeição *fast-food*: "ágil, divertido, rápido e descartável" (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 73). Em seu texto, Rondeau aponta para a superficialidade e a natureza passageira do filme, caracterizando-o como parte de um fenômeno mais amplo de produções leves e despretensiosas que dominaram os cinemas da época. Nessa mesma linha, Tato Coutinho, em sua crítica sobre *Rambo – Programado para Matar* (1982), adverte que o leitor não deve esperar uma análise profunda das questões ideológicas relacionadas à Guerra do Vietnã em "filmes comerciais que não ultrapassam os limites impostos pela autopreservação" (*SET*, 7ª ed., 1988, p. 17), acrescentando que a produção se preocupava mais com o sucesso comercial do que com o engajamento em discussões ideológicas ou sociais mais intensas.

Nota-se como José Emílio Rondeau e Tato Coutinho construíram seus argumentos com base na superficialidade e na previsibilidade desses filmes. Quando Rondeau descreve *Quem é essa Garota* como "ágil, divertido, rápido e descartável", ele está sublinhando exatamente essa falta de profundidade e o apelo imediato, mas efêmero, do filme. Da mesma forma, Coutinho, ao afirmar que não se deve esperar "profundas leituras ideológicas" sobre *Rambo – Programado para Matar*, evidencia os limites narrativos da obra, típicos de produções que priorizam o apelo comercial em detrimento de conteúdos mais reflexivos. Esses exemplos, somados a outros que serão discutidos posteriormente, demonstram como o cinema de massa predominante à época, centrado no entretenimento e sustentado por clichês de fácil assimilação, originou uma safra de produções que, em sua maioria, careciam de complexidade narrativa suficiente para críticas mais elaboradas.

Sem elementos que permitissem subsidiar análises mais complexas, os críticos dos anos 1980 frequentemente eram levados a ressaltar a simplicidade e a falta de pretensão

artística de diversas produções comerciais, marcadas pelos clichês e pelo uso constante de fórmulas já testadas. Em muitos casos, o espaço tradicionalmente dedicado à narração do enredo – o “contar o filme” – tornava-se demasiado sucinto, quase protocolar, dado o limitado número de aspectos novos ou instigantes a serem explorados, resultando em críticas resumidas e centradas na previsibilidade das tramas⁶⁵. Esse padrão pode ser facilmente identificado em algumas das críticas publicadas pela *SET* durante a década de 1980, refletindo os limites criativos das produções cinematográficas da época:

O Exterminador Implacável (1987): O mais novo exemplar da filmografia dos machos violentos. Acima da lei e da ordem, destruindo carros e corpos, o personagem interpretado pelo selvagem Rutger Hauer é o primo-irmão do “Cobra” de Stallone e descendente direto do Dirty Harry, de Clint Eastwood”. (...) O filme nem é tão ruim. Seu problema é o excesso de clichês bem montados. (...) Não que falte ação e violência. Na verdade, nada que os filmes do gênero já não tenham banalizado está ausente. (...) (*SET*, 3ª ed., 1987, p. 69);

A Mulher do Chefe (1986): A tese eterna de que todo cara de classe média sonha em conquistar uma namorada e um cargo mais alto na firma do patrão ataca novamente, dessa vez com algumas variantes engraçadas. (...) (*SET*, 3ª ed., 1987, p. 58);

A Garota de Rosa Shocking (1986): (...) O que estraga o filme e o torna mais uma descartável história água-com-açúcar de amor juvenil é a sua absoluta falta de ousadia e imaginação. O enredo é batidíssimo: o garoto pobre ama garota pobre, que ama garoto rico. As evoluções desse triângulo são as mais previsíveis, até o inevitável happy-end”. (...) (*SET*, 4ª ed., 1987, p. 13);

A Ladrona (1987): (...) No mais, tudo se resume àquela velha história de achar o verdadeiro assassino a fim de provar sua própria inocência. Apenas um clichê a mais nesse filme, cuja ação se desenrola toda em São Francisco. O que é o mesmo que dizer que, é claro, há uma grande sequência de perseguição pelas ruas da cidade (*SET*, 5ª ed., 1987, p. 81);

Um Hóspede do Barulho (1987): (...) É apenas mais um filme sobre o velho tema do monstro bonzinho perseguido pelos homens. (...) (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 73);

Viagem ao Mundo dos Sonhos (1986): É mais uma daquelas histórias em que as crianças são bem mais espertas que os adultos. (...) (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 82);

⁶⁵ Em termos teóricos, esse modelo simplificado de produção está alinhado ao conceito de "economia narrativa" do cinema clássico de Hollywood, como descrito por David Bordwell (1985, p. 156-204) em *Narration in the Fiction Film*. Bordwell (1985). Bordwell argumenta que esse formato se baseia na repetição de convenções bem-sucedidas para maximizar o lucro, priorizando a compreensão do público em detrimento de inovações narrativas mais complexas. O autor ressalta como essa abordagem favorece histórias previsíveis e estruturalmente simples, desenhadas para atingir o público mais amplo possível, enquanto minimiza os riscos associados a narrativas mais experimentais ou desafiadoras (Bordwell, 1985).

Palhaços Assassinos (1987): Depois de *Alien*, *E.T.*, *Howard*, *o Pato*, *A Hora das Criaturas* e congêneres, ninguém acreditava que o espaço sideral ainda pudesse surpreender os terráqueos. Mas, para provar o contrário, vem aí *Killers Clowns From Outer Space*. É uma ficção científica de horror cujos protagonistas são aliens com cara de palhaço (SET, 13ª ed., 1988, p. 06).

Vale destacar, entretanto, que o foco no entretenimento, a repetição de clichês e a superficialidade de alguns enredos dos filmes comerciais da década de 1980 não implicavam, necessariamente, que essas produções fossem vistas como filmes ruins. Muitas vezes, elas eram elogiadas por sua habilidade de divertir e de entreter, mesmo dentro do modelo escapista típico da época. As críticas a *Uma Cilada Para Roger Rabbit* (1988) e a *Alguém Muito Especial* (1987) são exemplos de como esses filmes podiam ser apreciados por suas qualidades de inovação e entretenimento, demonstrando que, dentro dos limites do gênero, ainda havia espaço para reconhecimento crítico e criatividade:

Uma Cilada para Roger Rabbit (1988): Há quem diga que tantas trucagens e os fantásticos efeitos colocam-se a serviço de ideias pouco originais, o que não importa nem um pouco. O simples tento de levar o irrealismo do cinema ao limite dá a esta animação com gente dentro um valor histórico. O cinema – como toda forma de arte – é a expressão do desejo de outros mundos. Um desejo legítimo, que tanto credencia Pasolini como dá vida ao atarantado coelho Roger (SET, 17ª ed., 1988, p. 06);

Alguém Muito Especial (1987): Eles são jovens, bonitos e sadios. Matts ama Keith, que gosta de Amanda, que se derrete por Hardy, que transa com todo mundo. Embora a trama não seja novidade, Howard Deutch realizou um filme delicioso (SET, 6ª ed., 1987, p. 72).

Uma das estratégias mais eficazes adotadas pelo cinema hollywoodiano dos anos 80 para ampliar seu público foi a mescla de gêneros cinematográficos. Nesse período, as produções combinavam, de forma muito frequente, elementos de ação, comédia, drama, horror e ficção, buscando oferecer uma maior variedade de experiências que pudessem atrair comercialmente diferentes faixas etárias e preferências. Essa fusão de estilos ampliava a adesão aos filmes de modo geral, possibilitando que obras de maior complexidade fossem consumidas de maneira mais leve e acessível, o que, potencialmente, as tornava mais atrativas para uma audiência variada. Além disso, ao atender às demandas de um mercado cada vez mais globalizado, essa abordagem contribuía para consolidar o cinema de Hollywood, com sua linguagem universal, como uma força dominante no cenário internacional.

O advento do *high-concept*, caracterizado pela combinação de diversos gêneros em

uma única produção, ganhou força com o surgimento e com a expansão do vídeo durante os anos 80. Rodrigo Cândido da Silva (2017, p. 44) destaca que, ao longo daquela década, embora os gêneros que tradicionalmente segmentavam as prateleiras das videolocadoras continuassem existindo, eles se tornaram mais diluídos, o que permitia uma maior flexibilidade na classificação dessas obras. Essa versatilidade possibilitava que um mesmo filme fosse remanejado de uma categoria para outra, dependendo do enfoque comercial desejado, facilitando a comercialização dessas produções e ajudando a maximizar seu alcance para diferentes públicos e contextos de consumo.

Conforme apontado por pesquisa conduzida por Carolyn A. Lyn (1990, p. 79), em bairros de classe média nos Estados Unidos, a popularização do videocassete levou as famílias a passarem mais tempo juntas em casa assistindo filmes, transformando antigos hábitos e estabelecendo novas formas de consumo audiovisual. A pesquisadora notou que, de forma semelhante ao consumo de revistas e livros, os vídeos atendiam a espectadores com interesses diversos dentro de um mesmo espaço residencial, o que gerava a necessidade de uma variedade mais ampla de títulos e gêneros disponíveis. Esse novo cenário, em que diferentes membros de uma mesma casa possuíam preferências variadas, gerou uma demanda por conteúdos cinematográficos mais abrangentes, o que também contribuiu para consolidação da prática de fusão de gêneros.

Sobre o tema, Rick Altman (1998, p. 21) argumenta que os gêneros cinematográficos são dinâmicos e multifacetados, projetados para atender a um público diverso e em constante mudança. Para ele, isso ocorre porque, ao contrário do imaginado, eles não se limitam a uma única forma de expressão ou narrativa, mas se adaptam ao incorporar múltiplos códigos e discursos que dialogam com diferentes segmentos sociais. Ainda, segundo o autor, a capacidade de reinvenção dos gêneros cinematográficos busca equilibrar as expectativas variadas dos espectadores com as prioridades comerciais dos estúdios, ajustando diferentes interesses e perspectivas de acordo com as mudanças do mercado às exigências de consumo de cada época:

O desejo da indústria cinematográfica de agradar e sua necessidade de atrair consumidores eram vistos como o mecanismo pelo qual os espectadores eram realmente capazes de designar o tipo de filme que queriam ver. Ao escolher os filmes que patrocinaria, o público revelava suas preferências e crenças, induzindo assim os estúdios de Hollywood a produzir filmes que refletissem seus desejos. (...) A maioria dos gêneros passa por um período de acomodação durante o qual os desejos do público são ajustados às prioridades de Hollywood (e vice-versa). Uma vez que o público não quer saber que está sendo manipulado, o “ajuste” ritual/ideológico bem-sucedido é

quase sempre aquele que disfarça o potencial de manipulação de Hollywood enquanto enfatiza sua capacidade de entretenimento (Altman, 1998, p. 30-35).

Seguindo essa perspectiva defendida por Altman, é possível entender a maneira que a fusão de gêneros cinematográficos na década de 1980 refletia a intenção de Hollywood de dialogar com um público amplo e diversificado, em resposta às mudanças culturais, tecnológicas e econômicas da época. Nesse sentido, a crescente popularidade do vídeo doméstico e das videolocadoras permitiu que os estúdios explorassem novas estratégias de produção e distribuição, misturando elementos de diferentes subgêneros, como comédia, ação, fantasia e terror, a fim de criar produtos culturais que dialogavam simultaneamente com várias camadas da sociedade, ampliando seu alcance.

Com base nas mesmas motivações comerciais da indústria cinematográfica, as revistas de cinema dos anos 1980 se valiam da ampla repercussão dos filmes multigêneros para expandir seu alcance e popularidade. Nas críticas da *SET*, era comum que os filmes fossem classificados conforme sua habilidade de misturar diferentes gêneros, evidenciando o quanto essa característica era marcante na cinematografia dos anos 80. A crítica de *Saigon: Império da Violência* (1988) aborda essa questão de maneira explícita ao argumentar que “a intersecção de gêneros é uma constante no cinema americano dos anos 80”, para, em seguida, classificar o filme como “um *mix* de filme policial e Guerra do Vietnã” (*SET*, 12ª ed., 1988, p. 70).

Outros exemplos reforçam essa tendência, tal qual a descrição de *As Bruxas de Eastwick* (1987) como uma produção que combina “comédia, drama e horror” (*SET*, 3ª ed., 1987, p. 29), de *Robocop* (1987) como um policial que mistura “ação, comédia, ficção científica e suspense *noir*” (*SET*, 4ª ed., 1987, p. 22), de *Viagem Insólita* (1987) como “uma aventura de ficção científica” (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 27), de *Quem é Essa Garota* (1987) como uma mescla de comédia e policial (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 73), de *A História Sem Fim* (1984) como uma “aventura de ficção e reflexão” (*SET*, 7ª ed., 1988, p. 15), de *Jogos de Guerra* (1983), como uma “comédia juvenil, aventura e ficção científica” (*SET*, 13ª ed., 1988, p. 22), de *De Caso Com a Máfia* (1988), como uma “comédia policial” (*SET*, 19ª ed., 1989, p. 58), e de *Joe Contra o Vulcão* (1989), como “uma aventura romântica com um bocado de comédia” (*SET*, 24ª ed., 1989, p. 04). Mesmo filmes considerados mais sérios, como *Os Gritos do Silêncio* (1984), classificado como uma mistura de ficção, documentário, *thriller* político e suspense (*SET*, 4ª ed., 1987, p. 16) e *O Beijo da Mulher Aranha* (1985), “um drama que envolve política, moral e fantasia” (*SET*, 7ª ed., 1988, p. 74), foram analisados de acordo

com essa perspectiva.

Também, no intuito de potencializar o apelo comercial dos filmes produzidos nos anos 80, a indústria hollywoodiana aproveitava o vínculo estabelecido entre os filmes de sucesso e o espectador para produzir inúmeras continuações caça-níqueis. Sequências intermináveis eram desenvolvidas de maneira rápida e tinham como principal objetivo gerar lucro tanto nas bilheterias cinematográficas quanto nas locações de fitas cassetes. A pressa em lançá-las no circuito significava que, frequentemente, essas obras limitavam-se a reproduzir a fórmula que havia garantido o sucesso do filme original, com pouca preocupação em elaborar roteiros complexos ou em desenvolver uma pré-produção bem estruturada. Entre as sagas mais emblemáticas desse período, podemos citar os sete filmes da franquia *Sexta Feira 13*⁶⁶, que foram lançados entre maio de 1980 e julho de 1989; os cinco capítulos de *A Hora do Pesadelo*, que chegaram aos cinemas entre 1984 e 1989, com uma média próxima a um filme por ano⁶⁷; ou, ainda, os seis capítulos de *Loucademia de Polícia*, que estrearam num prazo de cinco anos, entre 1984 e 1989, o que dá a impressionante média de menos de um ano para cada continuação⁶⁸.

A produção incessante de continuações nos anos 80 moldava a crítica cinematográfica de maneira peculiar, em grande parte pela superficialidade e pela previsibilidade que esses títulos traziam. A aceleração das franquias e a busca por sucesso garantido reduziam o espaço para inovação e profundidade, o que, por consequência, limitava a capacidade analítica dos críticos. Essa lógica pode ser associada ao conceito de “reprodutibilidade técnica”, de Walter Benjamin (2018, p. 91), o qual argumenta que, quando a autenticidade da obra de arte é substituída pela sua capacidade de reprodução em massa, a relação do público com a arte também se transforma. Para Benjamin, essa mudança social é significativa, pois “quanto mais o significado de uma arte diminui, tanto mais se separam a postura crítica da postura de

⁶⁶Ver **Sexta-Feira 13 (série)**. Em *Wikipédia*. Consultado em 13/09/2024. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/SextaFeira_13_\(s%C3%A9rie\)#:~:text=Sexta%2Dfeira%2013%20\(no%20original,eletr%C3%B4nicos%20e%20produtos%20tie%2Din](https://pt.wikipedia.org/wiki/SextaFeira_13_(s%C3%A9rie)#:~:text=Sexta%2Dfeira%2013%20(no%20original,eletr%C3%B4nicos%20e%20produtos%20tie%2Din).

⁶⁷ Sobre a reprodução em série dos filmes *A Hora do Pesadelo*, ver **A Ordem Dos Filmes da Franquia A Hora do Pesadelo**. Em Blog *Tecnoblog*. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/a-ordem-dos-filmes-da-franquia-a-hora-do-pesadelo/>.

⁶⁸ As continuações de franquias de sucesso dos anos 80 eram tão previsíveis que a *SET* criou uma subseção específica intitulada “*A Seguir, Cenas dos Próximos Capítulos...*”, dedicada exclusivamente a anunciar as sequências de grandes sucessos de bilheteria, refletindo a constante reciclagem de franquias populares. Dentre outros exemplos, estão as menções à “enésima parte de *Tubarão*”, *Karatê Kid 3* (1989), *Crocódilo Dundee 2* (1988), *Alien 3* (1992) (*SET*, 2ª ed., 1987, p. 08); *Predador 2* (1990) e *Highlander 2* (1991) (*SET*, 4ª ed., 1987, p. 06); *Três Solteirões e um Bebê 2* (1990), *Robocop 2*, (1990), *Batman 2* (1992) (*SET*, 12ª ed., p. 06-07); *Rocky V* (1990) (*SET*, 13ª ed., 1988, p. 04); *Os Caça-Fantasmas 2* (1989), (*SET*, 15ª ed., 1988, p. 10); *Cocoon 2* (1989) (*SET*, 18ª ed., 1988, p. 08); *De Volta para o Futuro II* (1989) e *III* (1990), *Indiana Jones e a Última Cruzada* (1989) (*SET*, 20ª ed., 1989, p. 06), *A Mosca II* (1989) (*SET*, 21ª ed., 1989, p. 05), dentre outros.

fruição do público” (Benjamin, 2018, p. 91). Ainda, conforme o autor:

A massa é a matriz, da qual, atualmente, todo o comportamento diante de obras de arte emerge renovado. A quantidade converteu-se em qualidade. A massa substancialmente maior de participantes fez surgir um modo diferente de participação. (...) As massas procurariam distração, enquanto o amante da arte se aproximaria desta com recolhimento. Para as massas, a obra de arte seria uma oportunidade de entretenimento; para o amante da arte, ela seria objeto de sua devoção. Distração e recolhimento encontram-se em uma oposição que permite a seguinte formulação: aquele que se recolhe perante uma obra de arte submerge nela, entra nessa obra (...). Ao contrário, a massa distraída submerge em si a obra de arte, circunda-a com as batidas de suas ondas, envolve-a em sua maré cheia (Benjamin, 2018, p. 110-111).

Ao se tornarem produtos altamente reproduzíveis e acessíveis às massas, os filmes industriais norte-americanos perderam parte de sua singularidade, resultando em uma experiência de fruição mais superficial. Esse tipo de produção em larga escala, que se consolidou durante a década de 1980, impactava diretamente o trabalho dos críticos, que, "não tendo o que escrever" (Sadovski, 2022)⁶⁹, acabavam adotando uma postura menos analítica e mais descritiva. Exemplos de continuidades que, por repetirem os mesmos padrões narrativos dos filmes originais, limitavam a atuação dos críticos, podem ser observados nos seguintes trechos de críticas publicadas pela *SET*:

Sexta-Feira 13 VI (1986): (...) Tudo começou em 1980 e praticamente a cada ano ele volta a atacar. (...) Em todas as seis partes existentes (breve a sétima?), a rotina é praticamente a mesma: Jason massacra adolescentes que vão passar o fim de semana nas cabanas de *Lake Cristal*, New Jersey (*SET*, 9ª ed., p. 58);

A Mosca II (1989): (...) A sequência é praticamente a continuação do primeiro filme. Filho de Mosca, mosquinha que é ganha a cena de terror e a ficção científica de bandeja. (...) Tudo como antes (*SET*, 14ª ed., p. 16);

Cocoon II (1988): A continuação de *Cocoon* não tem nada para contar, mas muita bilheteria para recolher. (...) (*SET*, 19ª ed., 1988, p. 64);

Rocky II (1979): Depois do estrondoso sucesso de *Rocky, um Lutador*, era inevitável que o gongo soasse para dar passagem ao segundo episódio da série. (...) O clímax, é claro, é a luta final, com direito a imagens congeladas, câmera lenta e uma excessiva

⁶⁹ Roberto Sadovski (2022), ao comentar sobre as críticas cinematográficas mais concisas publicadas pela *SET*, fez uma provocação incisiva: "Você não vai escrever uma crítica de mais de 40 linhas para *Velozes e Furiosos 10*, sabe? Até porque não tem muito o que escrever ali". Essa declaração do jornalista ressalta a limitação de profundidade crítica ao abordar produções que seguem fórmulas previsíveis, reforçando a tendência da época de priorizar análises mais concisas e descritivas para filmes cujo formato se concentrava no entretenimento rápido e no retorno financeiro imediato.

dose de pieguice. (...) O filme segue a mesma fórmula do primeiro – uma fábula sobre a determinação e a vontade de vencer (SET, 20ª ed., 1989, p. 26);

Arthur, um Milionário Arruinado (1988): Sinal dos Tempos: nesta continuação do sucesso *Arthur, o Milionário Sedutor* (1981), o anti-herói do título decide constituir família e parar de beber. (...) Dudley Moore perde o dinheiro e a graça (SET, 23ª ed., p. 62);

A Hora dos Mortos Vivos 2 (1985) Sem humor nem terror, *A Hora dos Mortos Vivos 2* é plágio do primeiro. (...) Não é sequer uma continuação, mas um *remake*. (...) O esforço em resgatar o sucesso do filme anterior é evidente. (...) Utiliza a mesma história e ainda dois atores que se celebrizaram na fira original (SET, 23ª ed., 1989, p. 64);

Karatê Kid III (1989): Ralph Macchio tem 27 anos e já está mais pra lá que pra cá. Grandinho demais para o papel de garotão inseguro. Mesmo assim, olhe ele aí de volta na pele de Daniel, o Karatê Kid, revisitando o oceano que separa o bem do mal do Karatê. (...) (SET, 28ª ed., 1989, p. 64);

De Volta para o Futuro II (1989) (...) A maior parte das sequências-chave do filme original – a perseguição de skates, o baile na escola, o confronto na lanchonete – está de volta no segundo, recriadas integral ou parcialmente, modificadas ou não, em parte para ancorar essa trama confusíssima (SET, 29ª ed., 1989, p. 34);

A crítica de *A Hora do Pesadelo IV* (1988) ressalta de forma ainda mais incisiva a falta de originalidade nas continuações da franquia. Além disso, aponta a intervenção dos produtores nos argumentos originais do roteiro, visando deliberadamente deixar uma “porta aberta” para novas sequências, com o claro objetivo de maximizar os lucros. Nesse cenário, torna-se evidente que essas continuações sucessivas não se limitavam a dar continuidade à história original, mas buscavam, de forma oportunista, garantir que o público permanecesse consumindo a franquia. O resultado eram filmes previsíveis e formulaicos, que relegavam as preocupações com inovação e qualidade cinematográfica a um segundo plano:

A história já é clássica. (...) Quatro adolescentes da *Rua Elm* descobrem estar tendo o mesmo sonho com um homem desfigurado, de chapéu, roupas rasgadas, imundas, e garras de metal. Ninguém menos do que Freddy Krugger, um antigo molestador de crianças que havia sido queimado até a morte há anos naquele local. Um a um, os garotos vão sendo eliminados, vítima de pesadelos tão originais quanto asquerosos. (...) A conclusão decepçiona. Nancy, a última sobrevivente, sai da casa e encontra os amigos, vivos, num carro à sua espera. (...) De repente, o carro começa a se movimentar sozinho e Freddy irrompe pela porta da casa, agarrando a sua mãe. Cruel, cruel. É o momento mais fraco do filme, e um dos motivos principais da insônia de Craven (diretor e roteirista do filme). Não foi assim que ele idealizou o desfecho. (...) Os produtores, prevendo o sucesso que tinham nas mãos, queriam deixar uma porta aberta pra continuações. O máximo que Craven conseguiu foi impedir que Freddy

dirigisse o carro e os adolescentes ficassem gritando até os créditos começarem a passar na tela. (...) Mesmo fazendo concessões desse tipo, o filme arrecadou 24 milhões de dólares. (...) A histeria foi tanta que um novo pesadelo em Elm Street tornou-se uma atração comercial irrecusável (SET, 2ª ed., 1987, p. 40-42).

Outro fator importante na linha industrial do cinema hollywoodiano dos anos 80 foi o foco predominante no público jovem⁷⁰, que representava uma parcela significativa das bilheterias e do mercado de vídeo. Orlando Barrozo (1989, p. 103)⁷¹, observa que cerca de 80% dos frequentadores das videolocadoras naquela época eram indivíduos de até 25 anos, o que tornava natural que a indústria cinematográfica priorizasse histórias e personagens com os quais essa faixa etária pudesse se identificar. Cleber Eduardo dos Santos, no artigo *Os Jovens Estão Mandando*, também aborda esse tema, destacando pesquisas estatísticas que indicam que o público infanto-juvenil determinava 75% do destino comercial dos filmes produzidos durante os anos 80, “tanto nos EUA quanto no Brasil” (Santos, 1989, p. 36-41). O autor também destaca a importância da cultura do vídeo nesse cenário ao afirmar que a fórmula de sucesso para o cinema daquela década passava pelo entendimento das demandas do público jovem, alertando produtores e distribuidores para que observassem atentamente as preferências juvenis “caso quisessem obter retorno comercial de seus projetos” (1989, p. 37-41).

Assim como os produtores de cinema, as distribuidoras de vídeo brasileiras têm consciência do potencial representado pelo público jovem. Não é à toa que quilos de filmes para adolescentes estão sendo despejados nas locadoras. Depois do sucesso de *Porky's*, em 1981, as pornochanchadas viraram moda e lugar comum. As consequentes imitações insistiram na fórmula do garoto tímido que deseja perder a virgindade, ou a turma de colegiais que espia meninas nuas pela fechadura. São filmes que são mero passatempo de adolescente. (...) Distantes de qualquer compromisso com a realidade, os filmes de terror (e de ficção) estão sempre entre os mais consumidos pelas plateias jovens. Sustos, gritos, pesadelos com os vilões fazem a delícia da rapaziada e das mocinhas. Mas só depois do sucesso de *Sexta Feira 13* é que a fórmula para atingir com um direto a imaginação dos adolescentes começou a se institucionalizar. Assim como o personagem Jason, vários outros fizeram dos jovens seus adoradores, culminando com a série *A Hora do Pesadelo*. (...) Vítimas nos filmes, vítimas na plateia. Nada melhor para atrair a juventude que colocá-la no centro da ação. Em *Os Garotos Perdidos*, por exemplo, os vampiros que habitam uma cidade do interior americano mais parecem integrantes de banda de rock do que nosferatus cinematográficos (Santos, 1989, p. 36-41).

⁷⁰ O foco do cinema hollywoodiano no público jovem pode ser identificado em nota publicada pela SET sobre *Mestres do Universo* (1987), um filme de fantasia sobre *He-Man*, personagem de desenho animado da Mattel, que fez grande sucesso nos anos 80: “Agora que Hollywood descobriu os baixinhos, começa a produzir filmes com seus heróis encantados” (SET, 1ª ed., 1987, p. 06).

⁷¹ Rubens Ewald Filho (1990, p. 25) oferece uma perspectiva diferente sobre o perfil etário dos consumidores de cinema e vídeo nos anos 80. Baseando-se em dados de pesquisas realizadas nos Estados Unidos (porém, sem citar as fontes), ele aponta que, enquanto o público predominante nos cinemas situava-se na faixa etária entre 12 e 24 anos, a maior parte dos consumidores de vídeo era composta por pessoas entre 35 e 49 anos.

Diversos fatores além do *home-vídeo* contribuíram para moldar um estilo cinematográfico amplamente voltado para o público jovem ao longo da década de 1980. Entre eles, destaca-se a integração de produtos derivados do cinema no mercado de entretenimento, como brinquedos, games e trilhas sonoras; a popularização da TV a cabo nos Estados Unidos, com especial destaque para a influência cultural da *MTV*; a massificação da cultura *pop*, impulsionada pela hegemonia cultural norte-americana; e a transformação dos espaços de exibição, com a substituição dos cinemas de rua pelos *multiplexes* instalados em *shopping centers*. A combinação desses fatores criou um ambiente propício para o engajamento do público jovem, consolidando-o como um dos segmentos mais lucrativos da indústria cinematográfica da época. Como consequência, os estúdios de Hollywood intensificaram seus investimentos em produções direcionadas especificamente a essa faixa etária, frequentemente marcadas por "narrativas transparentes, elementos visuais chamativos e trilhas sonoras regadas a rock e pop, promovendo, também, o mercado da música" (Silva, 2017, p. 44).

Para atrair essa geração de jovens cinéfilos, os gêneros tradicionais passaram por um processo de juvenilização, que trouxe frescor e renovação a narrativas já consagradas. O objetivo era adaptar gêneros tradicionalmente associados ao público adulto, como o drama, o policial, o suspense e o terror, para alcançar um público mais amplo, possibilitando que esses filmes fossem desfrutados por grupos de amigos ou por famílias compostas por membros de diferentes faixas etárias. Nesse cenário, o vídeo desempenhou um papel crucial, ao oferecer um modelo de consumo audiovisual capaz de aproximar diferentes gerações, incorporando uma linguagem mais universal e compartilhada, capaz de dialogar com públicos diversos.

O policial, por exemplo, foi reimaginado em filmes como *Um Tira da Pesada* (1984), *Loucademia de Polícia* (1984), *K9 – Um Policial Bom Para Cachorro* (1989) e *48 Horas* (1983), em que a ação era combinada com doses generosas de humor e aventura. A ficção científica também ganhou toques de juventude em obras como *O Milagre Veio do Espaço* (1987), *A Pequena Loja dos Horrores* (1987), *Querida, Encolhi as Crianças* (1989) e *Wolf – O Garoto do Futuro* (1985), explorando fantasias que ressoavam com o espírito jovem da época. A aventura e a comédia, pilares do cinema popular dos anos 80, ganharam destaque com produções como *Os Goonies* (1985), *De Volta Para o Futuro* (1985) e *Máquina Mortífera* (1987), no primeiro gênero; e *Porky's* (1981), *Curtindo a Vida Adoidado* (1986) e

Namorada de Aluguel (1986) no segundo, proporcionando diversão leve e histórias com as quais os jovens se identificavam. Os musicais, geralmente associados ao cinema clássico, ganharam ares de modernidade com *hits* como *Footloose – Ritmo Louco* (1984), *Flashdance* (1982) e *Dirty Dancing* (1987), misturando dança, música e narrativas de amadurecimento. O drama também passou a abordar questões próprias da juventude em filmes como *Conta Comigo* (1986), *Sobre Ontem à Noite* (1986) e *Vidas Sem Rumo* (1983), levando uma abordagem mais séria e emocional ao público jovem. Mesmo o horror, tradicionalmente desaconselhado para crianças, ganhou nova roupagem, assustando e entretendo na mesma medida, como se percebe em *Gremlins* (1984), *Os Fantemas de Divertem* (1988), *A Hora do Espanto* (1985) e *Os Garotos Perdidos* (1987).

Em sua edição de dezembro de 1987, a *SET* destacou a tendência crescente no cinema dos anos 80 de produzir e de promover filmes que pudessem entreter tanto pais quanto filhos, despertando o interesse de diferentes gerações. Na reportagem, a revista listava os “melhores vídeos” disponíveis nas videolocadoras, recomendados para serem assistidos em família durante as férias escolares. O texto brincava com a ideia das tradicionais dificuldades de conciliar programas para crianças e adultos, sugerindo que, em vez de mandar as crianças para um acampamento, os pais poderiam optar por alugar filmes que agradassem a todos. Como a *SET* sugeria, o cinema tinha o poder de oferecer uma “saída conciliatória” para aparentes conflitos de interesse, com títulos recomendáveis “tanto para as pessoas com menos de dez quanto para aquelas com mais de onze anos” (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 79). A seleção organizada pela revista propunha uma experiência compartilhada, em que as crianças poderiam alimentar sua imaginação e os pais apreciar não apenas os filmes, como também a diversão dos filhos. A matéria ressaltava, por fim, que esses títulos ofereciam “uma aula de cinema para a criançada”, garantindo “diversão, risadas e um momento de conexão familiar” (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 79).

Algumas das críticas listadas pela *SET* na matéria em questão ilustram como a busca pela audiência do público jovem frequentemente culminava em produções cinematográficas de narrativa simplificada, concebidas para uma assimilação rápida e direta por esses espectadores. Reflexo dessa tendência, as críticas publicadas pela revista, em certas ocasiões, adotavam formatos que espelhavam essa lógica, priorizando uma linguagem ágil e descomplicada, pensada para dialogar com o público que consumia esse tipo de cinema. Esse estilo editorial reforçava a conexão da revista com seus leitores de faixas etárias mais jovens, ao traduzir de maneira clara e lúdica o apelo dessas produções populares.

E.T – O Extraterrestre (1982): Crianças encontram uma criatura de outro planeta perdida na Terra e tentam ajudá-la a voltar para casa, evitando que seja capturada pelos adultos. Esta ficção sentimental, embalada numa parábola de amizade, tornou-se a maior bilheteria do cinema. O grande mérito, sem dúvida, se deve a E.T, o adorável alienígena concebido por Spielberg – sua performance enche este conto de fadas da era da informativa com emoções mágicas (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 79);

Apertem os Cintos! O Piloto Sumiu (1980): Não há quem resista ao bom humor de *Apertem os Cintos...* Com sátiras que lembram muito as feitas pela revista *Mad*, o filme conta a história de um piloto de guerra que embarca em um avião atrás de sua noiva e é obrigado a assumir o comando da aeronave. (...) Com piadas e *gags* do início ao fim, o filme é uma boa pedida para todas as idades (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 80);

Os Lobos Não Choram (1984): Produzido pelos estúdios de *Walt Disney*, *Os Lobos Não Choram* é uma verdadeira declaração de amor à natureza. Em imagens belíssimas, o filme conta a história real do pesquisador Tyler, que vai até o Ártico estudar os lobos, pois o governo suspeita que eles estão acabando com as renas da região. Contudo, o que Tyler descobre é que os lobos são animais fiéis, que se alimentam basicamente de pequenos ratos, e que só matam para comer outros animais que estão doentes. Inteiramente rodado no Alaska, o filme mostra a exuberante paisagem da região e prova que, ao contrário do que dizem as fábulas, o lobo não é tão mau assim. Irresistível e comovente (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 81);

Viagem ao Mundo dos Sonhos (1986): Repleto de referências a filmes antigos e recentes de ficção científica, *Viagem...* é mais uma daquelas histórias em que as crianças são bem mais espertas que os adultos. Três adolescentes descobrem, a partir de sonhos, um campo de força que pode atingir velocidades incríveis. Juntos, eles constroem uma nave e partem rumo ao desconhecido. O filme (...) tem momentos preciosos como (...) o encontro com alienígenas fanáticos por programas de auditório na Terra (*SET*, 6ª ed., 1987, p. 79).

Essa simplificação narrativa, destacada por Woody Allen ao afirmar que "o cinema americano dos anos 80 era feito para crianças" (Allen, 1987, *apud SET*, 1ª ed., 1987, p. 28), impactava diretamente o teor das críticas cinematográficas da época, já que os filmes produzidos com base em tramas leves e pouco complexas limitavam as possibilidades de análises mais profundas. A superficialidade das histórias, alinhada à prioridade dada ao entretenimento imediato, orientava os críticos a abordarem essas produções num contexto mais objetivo e prático, refletindo o caráter comercial predominante.

As críticas de *Os Caça-fantasmas II* (1989), de José Emílio Rondeau; de *De Volta para o Futuro II* (1989), de Ana Maria Bahiana; e de *O Segredo do Abismo* (1989), de Eugênio Bucci, *blockbusters* que dividiram a capa da 29ª edição da *SET*, exemplificam bem essa questão. Embora escritas por autores distintos, as três análises seguem uma estrutura bastante similar, concentrando-se em questões técnicas, curiosidades dos bastidores e dados de bilheteria, enquanto destinam pouca atenção aos elementos narrativos ou a uma análise

mais detalhada dos personagens:

Os Caça-fantasmas II (1989): O espetacular desempenho de *Caça-fantasmas* na bilheteria deu ao filme a glória de ser a comédia mais rentável da história do cinema e tentou a *Colúmbia Pictures* o suficiente para realizar uma continuação. (...) *Caça-fantasmas II* não apenas chegou ao fim do páreo comercial do verão passado numa colocação desapontadora como demonstrou que a bola do elenco principal estava bem mais murcha do que se poderia imaginar (*SET*, 29ª ed., 1989, p. 30);

De Volta Pra o Futuro II (1989): 350 milhões de dólares em ingresso parecem motivo suficiente para qualquer um ser tentado a explorar as possibilidades da viagem no tempo. (...) Pela primeira vez na história do cinema, *Zemicks* rodaria dois filmes, um atrás do outro, sem interrupções, aproveitando o mesmo elenco e a mesma equipe em *De Volta Para o Futuro II e III* (*SET*, 29ª ed., 1989, p. 32);

O Segredo Do Abismo (1989): Na cidadezinha de Gaffney, duas turbinas construídas e jamais utilizadas foram alagadas com mais de 35 milhões de galões de água – não sem antes receber, no fundo, os cenários ultradetalhistas das bases submarinas, naves e batiscafos, que são os protagonistas do filme. (...) O filme verdadeiramente merece o fracasso que vem erguendo a duras penas (*SET*, 29ª ed., 1989, p. 38).

2.2.1.3 – INFLUÊNCIAS GLOBAIS, NARRATIVAS LOCAIS: A CRISE DE IDENTIDADE DO CINEMA BRASILEIRO DOS ANOS 1980

Como destacado anteriormente, compreender a cinefilia brasileira dos anos 80 exige uma análise obrigatória da cinematografia norte-americana daquela década. Essa conexão transcende as preferências do público e os modos de consumo, alcançando diretamente a tradição da própria produção cinematográfica nacional. Durante esse período, o cinema brasileiro passou por uma série de transformações estéticas e identitárias expressivas que visavam alinhar suas produções ao modelo industrial de Hollywood, tornando-as mais comerciais e supostamente mais atraentes para o grande público. Assim, características amplamente discutidas nesta pesquisa — como a simplificação narrativa, a ênfase no entretenimento e o foco no tecnicismo — também foram incorporadas às produções brasileiras da época. Esse processo revela uma convergência entre as cinematografias brasileira e norte-americana, não apenas em termos de estilo, mas também no compartilhamento de objetivos relacionados à ampliação de audiências e ao fortalecimento da indústria cinematográfica num contexto industrial.

Essa estratégia foi bastante criticada à época por implicar um afastamento das questões políticas e sociais que tradicionalmente marcavam o contexto brasileiro, em prol de uma abordagem mais genérica, moldada segundo os padrões estrangeiros. José Mario Ortiz

Ramos (1995, p. 43) ressalta essa mudança ao apontar para uma crise no cinema nacional a partir da segunda metade dos anos 1980, quando muitos cineastas começaram a incorporar as tendências inerentes à industrialização hollywoodiana. Tales A. M. Ab'Sáber segue esse mesmo raciocínio ao afirmar que os filmes brasileiros dessa época aderiram a uma "cultura grosseiramente mercadorizada", influenciada pelo exterior e focada em narrativas com maior aceitação popular, o que gerou uma "forte impressão de escapismo" (Ab'Sáber, 2003, p. 37). Roberto Gervitz (1988, p. 25), diretor de *Feliz Ano Velho*, foi mais um a criticar esse movimento, classificando o cinema brasileiro dos anos 80 como "apolítico", por evitar representar, em qualquer instância, a realidade social, cultural ou política do país. Ele também destacou o foco excessivo na imitação estética do cinema americano, priorizando o que chamou de "aspecto exterior" dos filmes (Gervitz, 1988, p. 25).

Sobre o tema, Cleber Eduardo dos Santos (1989) destaca a tendência do cinema brasileiro a reproduzir os mesmos clichês hollywoodianos que visavam a captura do público jovem. Citando como exemplo a filmografia de Lael Rodrigues, diretor de *Bete Balanço*, *Rock Estrela* e *Rádio Pirata*, o autor aponta que, "à base de muito rock e pouca pretensão", seus filmes se apropriavam da linguagem do videoclipe sem se importar com quem o considerava superficial, "ganhando a simpatia de uma parcela do público que já andava cansada dos filmes engajados que haviam herdado as bases do 'tudo pelo social' propagadas pelo *Cinema Novo*" (Santos, 1989, p. 36-41). Por sua vez, Renato Luiz Pucci Jr., embora rejeite algumas das críticas generalizadas feitas ao cinema brasileiro dos anos 80, reconhece que a reprodução de estereótipos alinhados ao industrialismo hollywoodiano contribuiu para o surgimento de rótulos depreciativos que serviram para responsabilizar os filmes brasileiros da época por se afastarem de suas tradições.

Diante do panorama histórico do cinema brasileiro, (...) há um contingente de realizações cuja caracterização não parece se ajustar a nenhuma das precedentes. (...) Sua composição audiovisual e narrativa diverge rigorosamente do que se fez no Brasil pelo menos até a década de 70. (...) Salta aos olhos o profundo irrealismo, como se os filmes renunciassem tanto à verossimilhança do cinema clássico (isto é, a preocupação com o parecer real), quanto ao realismo poético que marcou a mais aclamada parcela do cinema nacional. (...) Diz-se que eles se definem pela ausência de originalidade, irrealismo, falta de profundidade e ausência de engajamento político, o que geralmente se expressa através de termos com conotação negativa, como pastiche, simulacro, apolítico, superficialidade, nostalgia, escapismo (Pucci Jr., 2008, p. 10).

A crítica veiculada pela *SET* sobre *Anjos da Noite* (1987) ressalta o alinhamento do filme com o modelo de produção de Hollywood e seu contraponto ao realismo social

característico do *Cinema Novo*, fazendo uma crítica à sua "fotografia fantasista", que resultava em uma "ficção de mentirinha" (*SET*, 5ª ed., 1987, p. 92). A análise da revista sobre *A Ópera do Malandro* (1985) segue uma linha similar, destacando que os números musicais da produção, embora "inspirados em filmes norte-americanos", não alcançavam o nível desejado em termos de cenografia (*SET*, 5ª ed., 1987, p. 90). A crítica de *Os Heróis Trapalhães* (1988) vai no mesmo sentido e observa como o filme parodia incessantemente personagens e elementos de filmes norte-americanos, classificando o Cicatriz (interpretado por Carlos Koppa) como "um híbrido de Stallone, Schwarzenegger e do vilão de *O Massacre da Serra Elétrica*", apontando que o patriarca que dá superpoderes ao Didi lembra Yoda, de *Guerra nas Estrelas* (1977), e que o próprio Didi voa como o *Super-Homem* (*SET*, 13ª ed., 1988, p. 65). Outra crítica de teor semelhante, a de *Mistério no Colégio Brasil* (1988), destaca a incursão do cinema brasileiro no gênero dos *teen movies*, propagados à exaustão pelo cinema norte americano da época, apontando que, "à base de confusões adolescentes, namoros, correrias, *rock'n'roll*", aquele tipo de produção tinha se tornado uma constante no cinema brasileiro, "em geral com sucesso de bilheteria" (*SET*, 17ª ed., 1988, p. 74). A análise de *A Dama do Cine Shanghai* (1987), por sua vez, destaca a inspiração da produção nas fórmulas de sucesso do cinema *noir* hollywoodiano, o comparando com *Pacto de Sangue* (1944), de Billy Wilder, e *Corpos Ardentes* (1982), de Lawrence Kasdan, além de ressaltar os elementos característicos do gênero no filme, como a *femme fatale* vivida por Maitê Proença (*SET*, 14ª ed., 1988, p. 72).

Essas influências mostram um esforço consciente de adaptação e de diálogo com os gostos e expectativas de um público que estava cada vez mais exposto aos produtos culturais norte-americanos. A estratégia de simular clichês hollywoodianos no cinema brasileiro visava torná-lo supostamente mais atrativo e competitivo, buscando um equilíbrio entre suas tradições e as tendências globais do mercado cinematográfico. No entanto, essa estratégia resultou em críticas contundentes sobre a originalidade e profundidade das produções da época, levantando questões sobre a possível perda de autenticidade em favor de um apelo mais raso e genérico. Como destaca Marson (2006, p. 34), esse contexto gerou um desinteresse crescente do público pelos filmes nacionais, que perderam espaço nas bilheterias ao longo da década de 1980⁷². Ana Julia Cury Cabral (2014, p. 45) acrescenta que, durante o

⁷² Apesar da queda geral de interesse do público, o cinema brasileiro conseguiu registrar sucessos expressivos de bilheteria durante os anos 1980, especialmente no segmento infantil. Produções estreladas pelo grupo Os Trapalhães e por Xuxa Meneghel conquistaram uma ampla audiência, consolidando-se como fenômenos populares que ajudaram a sustentar o mercado nacional.

período, houve uma migração dos espectadores brasileiros para o cinema estrangeiro, especialmente o norte-americano, que dominava as telas⁷³. Esse movimento, segundo a autora, foi impulsionado pela entrada de grandes conglomerados de Hollywood no Brasil, que começaram a ocupar os espaços deixados pela enfraquecida indústria cinematográfica do país⁷⁴ (Cabral, 2014, p. 45).

De modo geral, a crítica cinematográfica brasileira reduziu drasticamente as atenções dedicadas às produções nacionais, o que acompanhou o afastamento progressivo do público dessas obras. Jean-Claude Bernardet observa que, durante a década de 1980, houve um “desaparecimento” da crítica cinematográfica, tanto como conceito quanto pela ausência de espaços destinados a ela, que se tornaram demasiadamente restritos (Bernardet, 1985, *apud* Ab’Sáber, 2003, p. 31). Ele sugere que essa ausência de crítica e reflexão teórica estava diretamente ligada ao cenário político e cultural da época, caracterizado por uma visão anti-intelectual dominante (Bernardet, 1985, *apud* Ab’Sáber, 2003, p. 31). Thales A. M. Ab’Sáber (2003, p. 23) também aborda o tema e caracteriza a falta de textos críticos, nos anos 80, como um “vazio teórico” e uma “ausência de história” na cinematografia nacional. Ele aponta que essa lacuna simboliza uma crise profunda na conexão entre a produção cinematográfica e seu público, contribuindo para a desvalorização das produções do país, diminuindo seu prestígio e relevância no mercado.

Alguns textos publicados pela *SET* refletiam uma visão crítica, e por vezes severa, sobre o cinema brasileiro dos anos 80, evidenciando uma relação complexa entre a mídia especializada e a produção cinematográfica nacional. Um exemplo disso pode ser encontrado no editorial da edição nº 5, em que a revista declara de maneira sentencial que “as plateias que debandavam do cinema brasileiro quase sempre tinham razão” (*SET*, 5ª ed., 1987, p. 10). Essa crítica contundente à qualidade das produções nacionais não era incomum nas páginas da *SET*. Em uma nota sobre *Ironweed* (1987), o primeiro trabalho de Hector Babenco em Hollywood, a publicação apoiou abertamente a “migração” do cineasta brasileiro para o exterior, sugerindo que Babenco estava decidido a romper com o “subdesenvolvimento” e a “mesquinha ideológica” que, segundo a publicação, caracterizavam o cinema nacional na

⁷³ Em 1987, dos 330 filmes lançados nos cinemas brasileiros, 300 eram estrangeiros, com uma esmagadora predominância de produções norte-americanas, enquanto apenas 30 títulos eram nacionais (*SET*, 7ª ed., 1988, p. 40). A supremacia hollywoodiana também se refletia nas preferências do público. Das dez maiores bilheterias daquele ano no Brasil - *Platoon*, *O Predador*, *Os Trapalhões no Alto da Compadecida*, *Poltergeist II*, *Eu, Robocop*, *Os Intocáveis*, *Loucademia de Polícia IV*, *Máquina Mortífera*, *Crocódilo Dundee* -, sete eram de filmes norte-americanos – dois eram brasileiros e um australiano (*SET*, 9ª ed., 1988, p. 06).

⁷⁴ A crise da Embrafilme, instituição central na produção e na distribuição de filmes nacionais, exacerbou essa situação, contribuindo para o declínio da cinematografia brasileira nas preferências do público, que se voltava, cada vez mais, para o entretenimento oferecido por Hollywood.

época (*SET*, 1ª ed., 1987, p. 08).

A ausência de um diálogo crítico mais aprofundado sobre a cinematografia nacional não apenas se fazia evidente nas páginas da *SET*, mas também era reconhecida pela própria revista como uma de suas fragilidades estruturais. Esse reconhecimento veio à tona de maneira explícita no editorial da 24ª edição, que celebrava os dois anos de circulação da publicação. Na ocasião, a *SET* fez um *mea-culpa* categórico, admitindo a lacuna em sua cobertura crítica sobre o cinema brasileiro. A reflexão revelou a autoconsciência editorial da revista em relação às limitações de seu enfoque, ao mesmo tempo em que apontava para a necessidade de uma revisão que incluísse um olhar mais atento e abrangente sobre as produções nacionais:

O balanço do primeiro biênio não pode deixar de ser positivo. Com uma circulação cada vez maior e uma carteira de assinantes que, aberta há apenas quatro meses, já ultrapassa a casa dos 15 mil, a *SET* solidificou-se como o veículo mais importante, o preferido dos leitores e, de longe, o mais influente. (...) Até parece que *SET* é uma publicação perfeita. A verdade, porém, não é essa. Há pequenos ajustes a se fazer para melhor informar os amantes de cinema e vídeo e há, sobretudo, um espaço que até hoje não foi preenchido a contento: a cobertura do cinema nacional. Não se trata de um problema quantitativo, de dar mais ou menos páginas aos filmes que fazemos por aqui. Trata-se da qualidade do acompanhamento jornalístico que fazemos. É inacreditável, mas tem sido mais fácil ver em primeira mão as produções em Hollywood do que saber, em São Paulo ou no Rio de Janeiro, que títulos brasileiros estarão nas telas o mês que vem. Sem dúvida, existe aí o fator da lentidão e da falta de planejamento que acomete o cinema nacional como um todo. Mas não se pode negar que existe também uma inadequação da própria *SET* em relação a esta realidade confusa (*SET*, 24ª ed., 1989, p. 03).

A baixa atenção destinada pela mídia especializada ao cinema brasileiro refletia uma preocupante realidade de marginalização das produções locais, reforçando a hegemonia das influências estrangeiras no consumo cinematográfico no país. Essa questão era frequentemente levantada pelos leitores na seção *Cartas*, da *SET*, revelando uma inquietação crescente entre o público. Marcos Aranha, do Pará, ao notar a ausência de qualquer menção ao cinema brasileiro nas duas primeiras edições da revista, ironizou a situação ao questionar se apenas o que era produzido no exterior era digno de nota (*SET*, 3ª ed., 1987, p. 81). Ezequiel Campos Dias, de Contagem - MG, também expressou sua frustração, enfatizando que muitos leitores baseavam suas escolhas cinematográficas nas críticas publicadas pela revista e sugeriu que a *SET* deveria dedicar mais atenção ao cinema nacional, o que poderia influenciar positivamente a audiência brasileira (*SET*, 3ª ed., 1987, p. 81). Da mesma forma, Pedro Arial, de Salvador - BA, manifestou sua decepção, observando que a falta de cobertura sobre filmes brasileiros contribuía para afastar o público dessas produções, ao invés de

despertar seu interesse (*SET*, 7ª ed., 1988, p. 81). Esses depoimentos dos leitores demonstram que a ausência de um olhar mais cuidadoso sobre o cinema brasileiro não só era percebida, como também impactava diretamente a relação do público com o produto nacional, contribuindo para sua marginalização no mercado cinematográfico dominado por produções estrangeiras.

2.2.1.4 – BREVES REFLEXÕES SOBRE A AUTONOMIA CRÍTICA EM UM CONTEXTO COMERCIAL

Ao aprofundar a análise das críticas especializadas veiculadas pela *SET*, é possível constatar a presença de um tema complexo, delicado e altamente relevante: a relação próxima estabelecida entre a revista e seus anunciantes, compostos, em grande parte, por distribuidoras que lançavam filmes avaliados pela própria publicação. Não é objetivo deste estudo esgotar este assunto agora, pois isso demandaria uma investigação muito mais aprofundada, específica e detalhada. Contudo, ao trazer este tema à tona, com metodologia clara e resultados de pesquisa, busca-se incitar uma reflexão crucial para a identificação do funcionamento da *SET* e do mercado editorial cinematográfico dos anos 1980 como um todo: até que ponto a estreita ligação entre as revistas de cinema e seus anunciantes poderia ter influenciado a seleção dos filmes criticados e o tom adotado nas análises? Essa questão, embora não completamente resolvida aqui, lança luz sobre uma possível interseção entre o conteúdo editorial e as pressões comerciais da época, provocando debates sobre a autonomia crítica e o papel da mídia especializada em um período de grandes transformações na indústria cinematográfica.

Como visto, com a ascensão do vídeo, a *SET* passou a identificar e a explorar novos nichos, adaptando seu conteúdo para atender às demandas emergentes dos consumidores e para capturar novas oportunidades de publicidade. Sob essa ótica, a *SET* beneficiou-se da sua relação com anunciantes do setor de vídeo e entretenimento, que viam na revista uma plataforma eficaz para atingir um público-alvo ansioso por novidades e por produtos relacionados ao tema cinematográfico. Essa sinergia entre conteúdo editorial e oportunidades publicitárias foi crucial para o sucesso e a longevidade da revista, ainda que essa proximidade pudesse, eventualmente, levantar suspeitas acerca de possíveis influências dos anunciantes sobre o seu conteúdo crítico.

Tentando compreender melhor essa equação que colocava a *SET* na condição de uma

importante vitrine de divulgação para as distribuidoras de vídeo e para as videolocadoras, o quantitativo e os tipos de anúncios prevalecentes na amostra selecionada (junho de 1987 a dezembro de 1989) foram analisados neste estudo. Os dados coletados são bastante elucidativos e corroboram a importância da *SET* junto ao mercado audiovisual da época, evidenciando sua forte conexão com o setor. Dentre as 30 edições analisadas, verificou-se a existência de 614 anúncios no total. Destes, 542 (88%) se referiam a marcas relacionadas a produtos ou serviços voltados ao vídeo ou a equipamentos eletrônicos, como a *Philips*, a *Philco Hitachi* e a *Warner Home-Vídeo*, enquanto 72 (12%) se relacionavam a todos os demais tipos de produtos. Considerando a média de páginas de cada publicação, 81 (2.420 no somatório das trinta edições), foi possível identificar a existência de 20,47 anúncios por revista, ou um a cada 4,05 páginas⁷⁵.

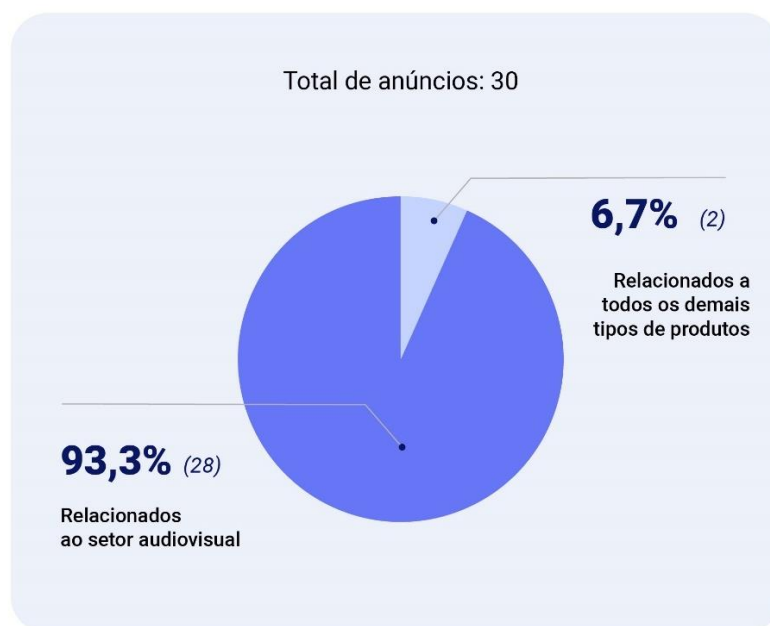
De imediato, o número expressivo de publicidades por edição ajuda a contextualizar a popularidade da *SET* e sua relevância junto ao mercado editorial da época, indicando uma base relativamente volumosa de leitores. Além disso, os números sugerem a existência de uma fonte significativa de receitas da revista, contribuindo para a sua sustentabilidade financeira em um período histórico marcado por instabilidade econômica. A alta quantidade de anúncios ligados ao mercado audiovisual também reflete a confiança que as empresas do setor depositavam na *SET* como um canal eficaz de publicidade, reforçando seu papel como uma plataforma vital para a divulgação e o *marketing* desse tipo de produto. Outrossim, os números indicam a prevalência de um público-alvo bem definido, composto, majoritariamente, por consumidores interessados em cinema, vídeos e produtos associados. Ao mesmo tempo, a presença de anúncios de outras linhas de produtos indica que a *SET* também era vista como um veículo capaz de atingir uma gama mais ampla e genérica de consumidores, abrangendo espectadores que não necessariamente se interessavam em acompanhar as novidades relacionadas ao cinema, mas que podiam buscar na revista tópicos de interesse mais geral.

Também, constatou-se que, dentre os anúncios relacionados a bens ou serviços originários do segmento audiovisual, a grande maioria era especificamente relacionada ao vídeo. A fim de estimar o grau de relevância dado pela *SET* a empresas do setor audiovisual, foram analisados os anúncios considerados mais nobres de cada edição, aqueles localizados

⁷⁵ Para estimar o número médio de anúncios por edição da *SET*, de início, considerou-se o total de publicidades presentes na amostra, que é de 614. Esse total foi dividido pelo número de exemplares analisados, que foram 30, obtendo uma média de 20,47 por edição. Em seguida, para determinar a frequência de anúncios em relação ao número de páginas, dividiu-se o número médio de páginas por exemplar, que é 81, pelo número médio de anúncios por edição. Esse cálculo resultou em, aproximadamente, um anúncio a cada 4,05 páginas da revista.

nas duas primeiras páginas da revista. Na ocasião, eles foram classificados entre duas variáveis: 1. anúncios relacionados ao vídeo e 2. anúncios não relacionados ao vídeo⁷⁶. Dos 30 anúncios analisados, 28 (93,3%) foram promovidos por empresas inerentes ao segmento audiovisual. Destes, 23 (82,14%) se referiam especificamente a marcas relacionadas ao mercado de fitas cassetes - *BASF Fitas Cassetes* (3 edições), *Warner Home-Vídeo* (4 edições), *Tec Home-Vídeo* (5 edições), *Vídeo Ban*, *JF Lucas Vídeo*, *Verbatim Videolife* (3 edições), *Vídeo Network* (2 edições), *VTI-Home Vídeo* e *América Vídeo* (3 edições) –, enquanto 4 (17,86%) foram relacionados a marcas inespecíficas do setor - *Philips* (3 edições) e *Philco Hitachi*. Apenas duas publicidades (6,7%) foram relacionadas a marcas estranhas à indústria audiovisual: *Johnnie Walker* (Whisky) e *Artex* (produtos de mesa e banho).

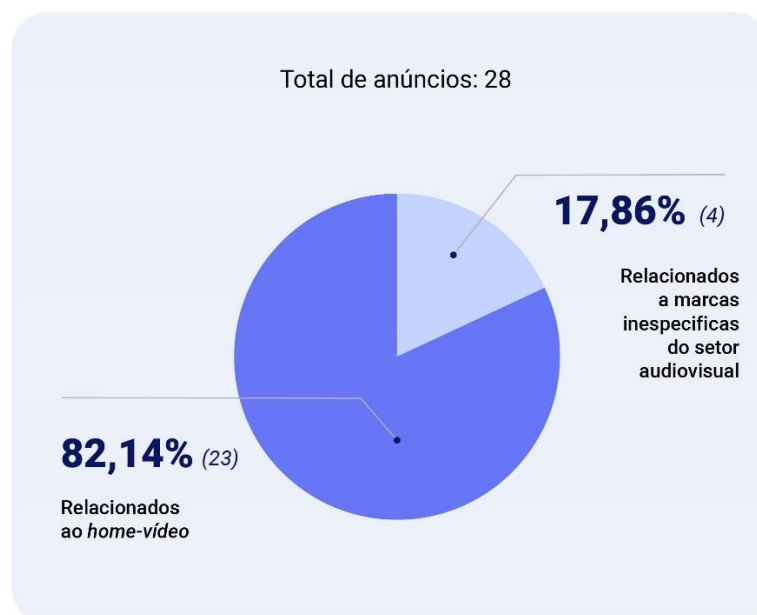
Figura 27 - Anúncios publicitários da SET – Análise quantitativa dos anúncios de maior destaque de cada edição



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor

⁷⁶ As duas primeiras páginas da *SET* eram dedicadas, exclusivamente, a anúncios comerciais. Posicionadas logo no início da publicação, elas capturavam imediatamente a atenção do leitor, oferecendo às empresas anunciantes um espaço de grande destaque. Essa estratégia revela as preferências da *SET* em termos de parcerias comerciais e sugere como a revista utilizava esse espaço privilegiado para promover produtos e serviços de maior relevância e apelo para seu público.

Figura 28 - Anúncios publicitários da SET – Proporção de anúncios relacionados ao *home-vídeo* dentre os ligados ao setor audiovisual



Fonte: Gráfico elaborado pelo pesquisador

O domínio de marcas atreladas ao vídeo revela uma grande correspondência entre os consumidores da *SET* e os do mercado de aluguel de fitas cassetes. Essa equivalência de interesses pode ser interpretada como resultado de uma estratégia editorial e comercial bem-sucedida da revista, que visava captar e manter um público-alvo engajado com esse segmento, especialmente no contexto da crescente popularidade das videolocadoras. Ademais, o fato reforça a ideia de que a *SET* não apenas refletia as tendências de consumo da época, como também desempenhava um papel ativo na promoção e na sustentação desse mercado, criando um ciclo de *feedback* positivo entre a revista, os leitores e os anunciantes do setor.

A relação estreita que a *SET* mantinha com seus anunciantes, especialmente empresas ligadas à distribuição de fitas cassetes, é um aspecto que merece atenção, pois oferece *insights* importantes sobre os vínculos estabelecidos entre a mídia especializada e as revistas de cinema nos anos 80⁷⁷. Essa proximidade levanta questões pertinentes sobre uma possível influência dos anunciantes no conteúdo editorial da revista, especialmente nas críticas

⁷⁷ Além da divulgação das videolocadoras nas páginas das revistas de cinema, ocasionalmente ocorria o movimento inverso. Em outras palavras, as videolocadoras também divulgavam as revistas de cinema em seus estabelecimentos comerciais, evidenciando a relação simbiótica entre esses setores. Na seção *Clube do Leitor*, da revista *Vídeo News*, por exemplo, foi publicado um anúncio autopromocional com a seguinte mensagem destinada aos leitores: “Além das bancas de jornais, também os videoclubes e as locadoras abaixo relacionados já estão vendendo a Revista *Vídeo News* e suas edições especiais. Procure o local mais próximo da sua residência e corra para comprar o seu exemplar” (*Vídeo News*, 66ª ed., 1987, p. 136).

cinematográficas, o que poderia, em tese, comprometer a autonomia e a imparcialidade dos críticos. Tal cenário, acaso confirmado, indica uma mudança significativa no paradigma da crítica cinematográfica brasileira, sinalizando uma adaptação da atividade às demandas do mercado e às pressões comerciais, em detrimento de uma abordagem mais independente e analítica.

Embora a presente pesquisa não tenha explorado esse aspecto com a profundidade necessária para permitir conclusões definitivas, carecendo, portanto, de maior confiabilidade, alguns indícios emergentes das análises sugerem a necessidade de estudos futuros mais aprofundados sobre o tema. Durante a investigação de questões mais diretamente relacionadas ao objeto de estudo, observou-se que certas edições da *SET* apresentavam críticas posicionadas em localidades muito próximas aos anúncios que promoviam os filmes respectivamente criticados. Ainda que esse fato não indique necessariamente uma conexão material entre as críticas e os anúncios - afinal, os lançamentos das distribuidoras faziam parte da agenda editorial regular da *SET* - é válido considerar que a proximidade física entre a publicidade dos filmes e as críticas relacionadas a eles poderia, ainda que de forma subliminar, influenciar a percepção do leitor acerca da qualidade dessas produções.

Para ilustrar de forma mais clara o ponto a ser abordado, as críticas dos filmes *Quero Ser Grande* (1988) e *Duro de Matar* (1988), cujas análises estavam posicionadas em estreita proximidade com os anúncios que promoviam seus lançamentos, foram selecionadas como amostras para a discussão. No caso da comédia estrelada por Tom Hanks, a publicidade do filme, veiculada pela *20th Century Fox* (*SET*, 15^a ed., 1988, p. 69), apresentou a produção como "uma comédia encantadora... um daqueles raros filmes que fazem cócegas de rir, mas tocam o coração". A crítica correspondente, escrita por Eugênio Bucci, foi inserida pelos editores, talvez por descuido, imediatamente na página anterior (*SET*, 15^a ed., 1988, p. 68), proporcionando ao leitor uma interação visual simultânea entre a análise crítica e o material promocional.

Figura 29 - Crítica da SET sobre *Quero ser Grande*: filme “delicioso”. Na página ao lado, anúncio promovido pela distribuidora: “comédia encantadora”.

EM CARTAZ

TRAQUINHAS TEMPORÃO

Tom Hanks faz papel de moleque no delicioso *Quero ser Grande*

Tal Pai, Tal Filho, com Dudley Moore, *Vice Versa*, com Judge Reinhold (ainda sem data para estrear no Brasil) e agora *Quero Ser Grande*, com Tom Hanks — a comédia americana de 1988 repisa como um sapateado monocórdico a piada de criança em corpos de adulto. As situações hilárias são óbvias, mas interpretadas por bons comediantes são eficientes. Por trás da frugalidade, corre uma certa acidez contra a sociedade de *yuppies* imaturos, na qual a alma infantil tem todas as características para sobressair-se como um estágio mais sensato e humano do que o espírito adulto.

O roteiro de Anne Spielberg (irmã de Steven) e Gary Ross se anuncia original. Todos os outros com a mesma ideia teriam vindo depois. “Eu não sabia de outros projetos nessa linha”, argumentou o produtor James L. Brooks

(Nos Bestiões da Notícia), que aceitou o roteiro de Big em questão de dias.

Brooks convidou a diretora Penny Marshall, 44 anos, que fez fama e fortuna dirigindo a série *Laverne and Shirley* durante oito anos para a rede americana ABC. As filmagens começaram em agosto de 1987. Agora, em junho, o filme entrou em cartaz nos EUA. É uma das 5 maiores bilheterias, com 80 milhões de dólares arrecadados até agosto.

Josh é um garoto de 12 anos (vivido por David Moscow) que, numa noite, vai ao parque e encontra a garota de seus sonhos, uns 20 centímetros mais alta que ele. Quando o “bacinho” tenta entrar na montanha-russa, em que sua amada vai dar uma volta-rinha com o namorado grandão, é barrado. Não tem altura suficiente, diz o bilheteiro. Frustrado, vexado, derrotado, Josh perambula no leu até dar de cara com uma engenhoca, onde um mago mecânico, Zoltar, pela módica quantia de 25 centes, promete realizar desejos. “Quero ser grande”, Josh balbucia, e recebe o cartão da máquina: “Seu desejo foi atendido”. Quando se afasta, o menino percebe que a máquina não estava ligada à tomada. Coisa mais estranha.

No dia seguinte, ele acorda adulto. É um homem com um corpo de 35 anos (Tom Hanks, que na verdade tem 31, de *Splash* e *Uma Street em Minha Vida* e *Um Show de Dragões*), com a cabeça de 12. Começa o show do comediante. Josh tem de fugir de casa porque sua mãe o ameaça com uma faca, certa de que aquele marmão desengonçado é o seqüestrador de seu filho.

Com a ajuda de seu melhor amigo, Billy (o excelente roteirista Jared Rushton, de 14 anos), Josh vai procurar emprego em Nova York, abandonando sua pacata ruzinha em New Jersey. Ele é aceito como digitador numa imensa fábrica de brinquedos e lá pretende ficar até voltar, de alguma maneira, ao seu tamanho anterior. Mas es-

sa vida dá voltas e Josh se torna não só mais cômico do que a MacMillan (Robert Loggia), que descobre no funcionário um autêntico amante dos brinquedos. Vira vice-presidente da fábrica pronto: está montada a trama.

As cenas de Hanks brincando com seu amiguinho Rushton são não só mais cômicas do que a convivência do mesmo Hanks com o mundo dos *yuppies* e com Susan (Elizabeth Perkins, 27 anos), que se apaixona por ele. Tão imaginoso quanto Hanks e seu patrão Loggia tocando com os pés um piano luminoso gigante na F.A.O. Schwarz, a gigantesca loja de brinquedos de Nova York, é o momento que Hanks convida Elizabeth Perkins para dar uns pulos na cama elástica que mantém no seu loft.

A música, despretensiosa e adequada, dá o clima certo. É obra de Howard Shore, que também cuidou do som em *Peggy Sue* e em *Critter Club*. A fotografia de Barry Sonnenfeld (o mesmo de *Gostin de Sangue* e *Ariston* *Nunca Mais*, dos tempos de críticas. Embora conte a história direitinho, ele não dá conta de extrair mais de situações que ficam desperdiçadas: Josh, como seqüestrador de si mesmo, por exemplo, poderia dar pano para manga de uma bela encenação, mas não passa de uma inofensiva encenação de uma mãe aflita. A plateia, no entanto, sai satisfeita e contente. Todo garoto já quis ser grande. Embora nem todos preferissem ser Tom Hanks, todo garoto gostaria de namorar Elizabeth Perkins. Para ela, o Tom Hanks é grande na medida.

Eugênio Bucci

Big, EUA, 1988. DIREÇÃO: Penny Marshall. Elenco: Tom Hanks, Elizabeth Perkins, David Moscow, Jared Rushton, Judge Reinhold, Dudley Moore, Judge Reinhold. MÚSICA: Howard Shore. FOTOGRAFIA: Barry Sonnenfeld. EDIÇÃO: David Rosen. PRODUÇÃO: James L. Brooks. Distribuição: DISTRIBUIÇÃO FOX.

OBRA-PRIMA MINIMA

Estranhos no Paraíso revela a concisão e a leveza de Jarmusch

Cada um tem a sua própria ideia de paraíso. O do húngaro Bela Mulnar (John Lurie), que vive de um bairro pobre americano, onde se come “dinner-TV”, alimento básico para quem assiste televisão. O paraíso de Willie — como ele gosta de ser chamado — tremer bastante nos seus andames celestes com a chegada de uma espécie de anjo familiar, a prima Ava (Susan Sarandon). O problema de Willie são os ratos da distante Hungria, subitamente encarnadas naquela jovem de 16 anos e maneiras antiquadas. Ainda pendendo entre os dois lados acha-se Eddie, amigo do primo e de certa forma simpático à prima.

Quem viu *Danúbio*, o outro filme de Jim Jarmusch, exibido no Brasil ainda este ano, talvez sinta falta do comediante Roberto Benigni, alter extraordinário que empresta à fita uma graça inocente e espietada. No caso deste *Stranger than Paradise* (EUA, 1983), a ação fica por conta do próprio filme, um retratado econômico sobre três personagens que não têm nada de especial, numa história que de especial tem menos ainda. Mas é a simplicidade do argumento — a chegada do parente e o quase nada que houve então, posto que tudo é contado com delicadas imagens

em branco e preto, que faz de *Stranger* uma pequena obra-prima de concisão: uma espécie de filme B sem aventura e morte.

Pede-se atenção especial para a forma engenhosa que Jarmusch escolheu (mais por necessidade — colheu (mais por necessidade — colheu a mela da invenção) para dividir os planos, encarecendo as passagens. Para os diálogos, sempre malevolentes mas pertinentes. Para a música que vem do rádio de Ava, a estranha no Paraíso: o blues a corte de navalha de Screamin’ Jay Hawkins.

Como em *Danúbio*, a marca do cinema mudo em *Stranger* é indelével. Claro, um mistério embaldado por uma ginga toda especial, uma espécie de Chaplin flutuante. Mas os encontros e desencontros dos três personagens lembram também um certo neo-realismo italiano despojado de sofrimento.

O cuidado fundamental para com a expertise de um filme como este é a facilidade com que virou objeto de culto no Brasil — por parte especialmente desta gente esperta que tenta mostrar o seu valor, vulgo cineastas do assim chamado “Cinema Paulista”. Seus estardantes são Wenders e Jarmusch.

Jarmusch vale por estes dois filmes exibidos no Brasil. Todo o carnaval em volta tende a colocá-lo num pedestal inapropriado. O de um estético de toda uma geração.

Carlo Volpato

Tom Hanks QUERO ser grande UMA COMÉDIA ENCANTADORA

BIG

AQUELES BASTOS FILMES QUE FAZEM CÓCEGAS DE RIR MAS TOCAM O CORAÇÃO.

LANÇAMENTO NACIONAL 29/SETEMBRO

Fonte: SET, 15ª ed., 1988, p. 88-89.

Em relação ao conteúdo, embora a crítica de Bucci comece classificando o filme como “delicioso”, alinhando-se inicialmente ao tom da publicidade, que o descreve como “uma comédia encantadora”, o texto não se limita a essa perspectiva enaltecadora. Entre outros elogios direcionados à produção, o crítico também aponta restrições contundentes ao roteiro, chamando atenção para elementos que comprometem a profundidade narrativa:

Quero ser Grande repisa como um sapateado monocórdico a piada de criança em corpos de adulto. As situações hilárias são óbvias, mas interpretadas por bons comediantes, são eficientes. Por traz da frugalidade, corre uma certa acidez contra uma sociedade de *yuppies* imaturos, na qual a alma infantil tem todas as características para sobressair-se como um estágio mais sensato e humano do que o espírito adulto. (...) A música, despretensiosa e adequada, dá o clima certo. (...) A fotografia de Barry Sonnenfeld não poderia ser mais competente, flagrando as engraçadíssimas expressões de Hanks. (...) Apenas o roteiro seria merecedor de críticas. Embora conte a estória direitinho, ele não dá conta de extrair mais de situações que ficam desperdiçadas. (...) A plateia, no entanto, sai satisfeita e contente. (SET, 15ª ed., 1988 p. 68-69).

Nota-se que, apesar da proximidade com a publicidade promovida pela 20th Century Fox, a crítica de Eugênio Bucci não apresenta indícios claros ou explícitos de interferências

externas em sua análise. Isso evidencia um aparente compromisso com a imparcialidade e uma resistência a possíveis pressões publicitárias por parte da *SET*. Embora essa proximidade pudesse levar o leitor a se interessar pelo filme, não se identificaram, no contexto específico deste exemplo, influências ostensivas que afetassem significativamente as observações técnicas de Bucci. Seu tom elogioso em relação ao filme é complementado por uma análise objetiva que não hesita em apontar os clichês e as falhas de roteiro.

Situação semelhante ocorre com o outro exemplo selecionado. A crítica de *Duro de Matar* (1988), também assinada por Eugênio Bucci (*SET*, 16ª ed., 1988, p. 54), tampouco parece sofrer influência direta do anúncio patrocinado pela *20th Century Fox*, presente no mesmo exemplar (*SET*, 16ª ed., 1988, p. 65). Embora Bucci classifique o filme como uma “produção impecável”, ele salienta os seus clichês repetitivos, assim como as “ideias vulgares” do argumento:

Duro de Matar (...) mistura o cinema catástrofe (se assemelhando cada vez mais a *Inferno na Torre*, com explosões e incêndios localizados), o gênero policial deixa-que-eu-mato (com Bruce Willis, mais invencível que o Rambo) e o *love story* lacrimoso. (...) O argumento parece que é assinado pelo radialista de assuntos policiais Afanazio Jazadji. Avacalha com os bandidos, com as regras de conduta policial que respeitam os direitos humanos (Bruce Willis resolve tudo na pancada), com a independência feminina (mulher que escolhe a profissão em vez do marido e se dá mal), com a liberdade de imprensa (o repórter leva um soco na cara “merecido”) e, por fim, faz a apoteose do assassinato justiceiro. Uma ressalva apenas: todo o filme é extremamente bem realizado. A notória marmelada das proezas do mocinho se dilui dentro da fotografia primorosa e do ritmo hipnótico. (...) Pena que tanto primor técnico esteja a serviço de ideias tão vulgares. (*SET*, 16ª ed., 1988, p. 54-65).

Como é possível observar, a crítica de Bucci desperta impressões negativas acerca do filme, embora ressalve as suas qualidades técnicas consideradas primorosas. Dentro dessa pequena amostra, de apenas duas críticas analisadas, a capacidade de equilibrar elogios e críticas construtivas depõe a favor de uma aparente independência crítica da *SET*, apesar das possíveis pressões comerciais em um contexto em que a proximidade existente entre a crítica e o *marketing* era inevitável. Por ora, isso leva à reflexão de que havia um aparente balanceamento entre as responsabilidades comerciais da *SET* com seu compromisso em fornecer críticas honestas e informativas aos leitores.

De qualquer forma, a análise da presença massiva de anúncios cinematográficos nas revistas especializadas dos anos 1980 é essencial para compreender o contexto no qual a crítica operava naquele período. Essa situação se torna relevante porque a dependência econômica dessas publicações em relação aos anunciantes que promoviam os próprios filmes

criticados criava, ainda que potencialmente, um ambiente onde a imparcialidade da crítica poderia ser questionada, como já mencionado. Sob essa perspectiva, a investigação sobre a relação entre os interesses comerciais das revistas e o conteúdo editorial que produziam pode oferecer informações valiosas sobre a evolução da crítica cinematográfica no Brasil. Além disso, essa reflexão pode contribuir para a compreensão das práticas críticas contemporâneas, que continuam a lidar com desafios semelhantes em um cenário midiático muito mais estruturado e atuante⁷⁸.

Essa reflexão sobre a influência dos meios de comunicação na crítica cinematográfica dos anos 1980, fundamentada na teoria de Marshall McLuhan (1969, p. 15), oferece uma análise rica de potenciais transformações no discurso crítico da época. A máxima de McLuhan, "o meio é a mensagem", sugere que não apenas o conteúdo das críticas, mas também a estrutura editorial e o formato das revistas especializadas, podem ter sido profundamente moldados pelas demandas comerciais e tecnológicas daquele período. Essa perspectiva suscita importantes questionamentos sobre a possível apropriação da crítica cinematográfica pela indústria cultural, em que o objetivo principal teria se deslocado da análise detalhada e reflexiva dos filmes para avaliações mais concisas, projetadas para recomendar títulos de forma ágil e prática. Essa adaptação, por sua vez, parece ter sido uma estratégia editorial voltada para garantir a relevância e a competitividade das publicações em um mercado dinâmico, marcado pela expansão do vídeo e pela multiplicidade de opções de consumo audiovisual.

2.2.2 ESTRUTURA: COMPACTANDO IDEIAS - A FORMA CONCISA DE PRODUZIR CRÍTICAS EM SÉRIE NA ERA DO VÍDEO

Desde que se estabeleceram no mercado editorial brasileiro até o início da década de 1980, as revistas de cinema operaram em um contexto marcado por um número relativamente modesto de lançamentos cinematográficos mensais. Durante esse período, as opções de filmes disponíveis ao público limitavam-se às estreias nas salas de cinema e à programação

⁷⁸ Atualmente, críticos que atuam em plataformas digitais e influenciadores de redes sociais frequentemente enfrentam desafios semelhantes aos vivenciados pelos críticos na década de 1980. Baseando-se no alcance de suas audiências ou no número de seguidores, esses agentes são regularmente convidados por distribuidoras para participar de eventos promocionais, pré-estreias e sessões exclusivas, com o intuito de gerar engajamento e aumentar as expectativas positivas em torno de lançamentos cinematográficos. Essa proximidade, embora potencialmente vantajosa para o acesso a conteúdos inéditos, pode, em teoria, contribuir para uma uniformidade nas críticas, que acabam funcionando como extensões das estratégias de *marketing* das distribuidoras, priorizando a publicidade positiva em detrimento de uma análise mais independente ou crítica.

televisiva. Esta última, em geral, era abordada nos cadernos culturais dos jornais, que dedicavam seções específicas à TV, sem estabelecer um vínculo direto com a crítica típica das publicações especializadas.

Diante desse cenário, as revistas de cinema dispunham de um espaço generoso para desenvolver análises extensas e detalhadas dos poucos filmes em cartaz, o que permitia aos críticos explorar minuciosamente aspectos narrativos, estéticos e artísticos dessas produções. Essa liberdade editorial favorecia, portanto, uma crítica cinematográfica mais elaborada, voltada para um público que buscava não apenas informações gerais sobre os lançamentos, mas também reflexões aprofundadas sobre suas qualidades e seus significados.

Entretanto, com a massificação do *home-vídeo*, em meados dos anos 80, esse cenário foi radicalmente alterado. Além dos lançamentos tradicionais nos cinemas, as revistas especializadas passaram a lidar com uma variedade crescente de títulos distribuídos em fitas cassetes, que chegaram a quintuplicar a quantidade de filmes passíveis de análises por parte dos críticos, como será visto adiante. Muitas dessas produções, como clássicos antigos e produções "de arte" que não haviam encontrado espaço no circuito comercial, permaneciam desconhecidas do público, e, por isso, eram tratadas como lançamentos inéditos, recebendo atenção especial por parte dessas publicações. Essa nova realidade de consumo desencadeou uma reestruturação sem precedentes no mercado editorial cinematográfico brasileiro, provocando uma redução no espaço dedicado a cada crítica para acomodar a crescente quantidade de lançamentos.

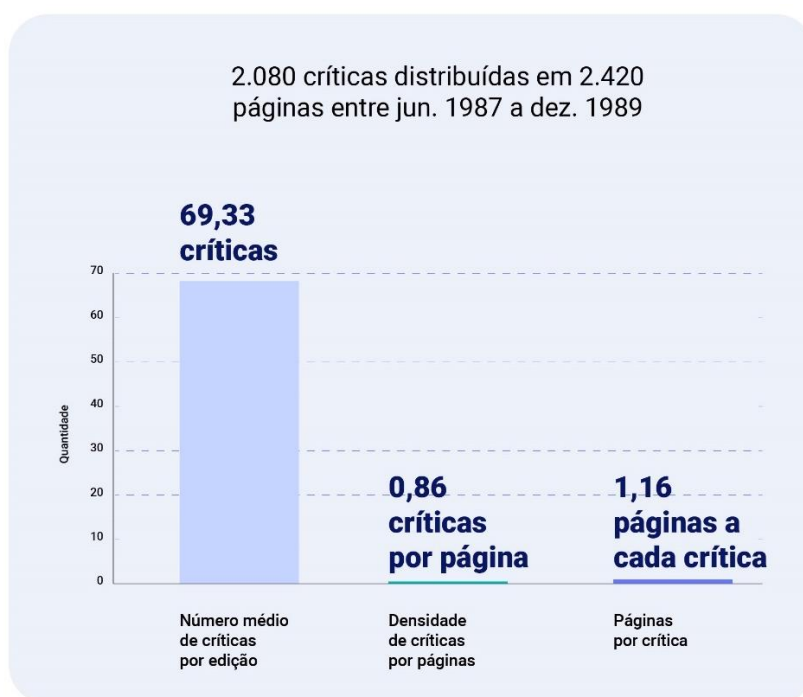
2.2.2.1 METODOLOGIA: ANÁLISE EM ESCALA - COMO A *SET* REPERCUTIU A ECLOSÃO MASSIVA DE LANÇAMENTOS EM VÍDEO

Para mensurar o impacto da indústria do vídeo no conteúdo veiculado pela *SET* durante os anos 80, será proposta uma pesquisa que integra métodos quantitativos e qualitativos, utilizando como amostra as 30 edições publicadas pela revista durante aquela década, entre junho de 1987 e dezembro de 1989. O objetivo principal é analisar como a introdução massiva de lançamentos em fitas cassetes influenciou a estrutura editorial da publicação, considerando tanto o volume total de críticas publicadas quanto a forma como essas análises foram distribuídas nas edições. A pesquisa busca compreender de que maneira a *SET* se adaptou a essa nova realidade, marcada pela democratização do acesso ao cinema, e como isso moldou seu papel no mercado editorial cinematográfico da época.

O primeiro passo da análise consistiu em contabilizar o número total de críticas

publicadas pela *SET* ao longo das 30 edições que compõem a amostra. Com base nesse levantamento, foram calculadas tanto a média de críticas por edição quanto a densidade de críticas em relação ao número total de páginas da revista. Os dados revelaram um total de 2.080 críticas, distribuídas pelas 2.420 páginas somadas das 30 edições analisadas. Esses números indicam uma média de 69,33 críticas por edição e uma densidade de 0,86 críticas por página, o que significa, na prática, aproximadamente uma crítica a cada 1,16 páginas⁷⁹.

Figura 30 - Densidade da SET – Média de Críticas por Edição



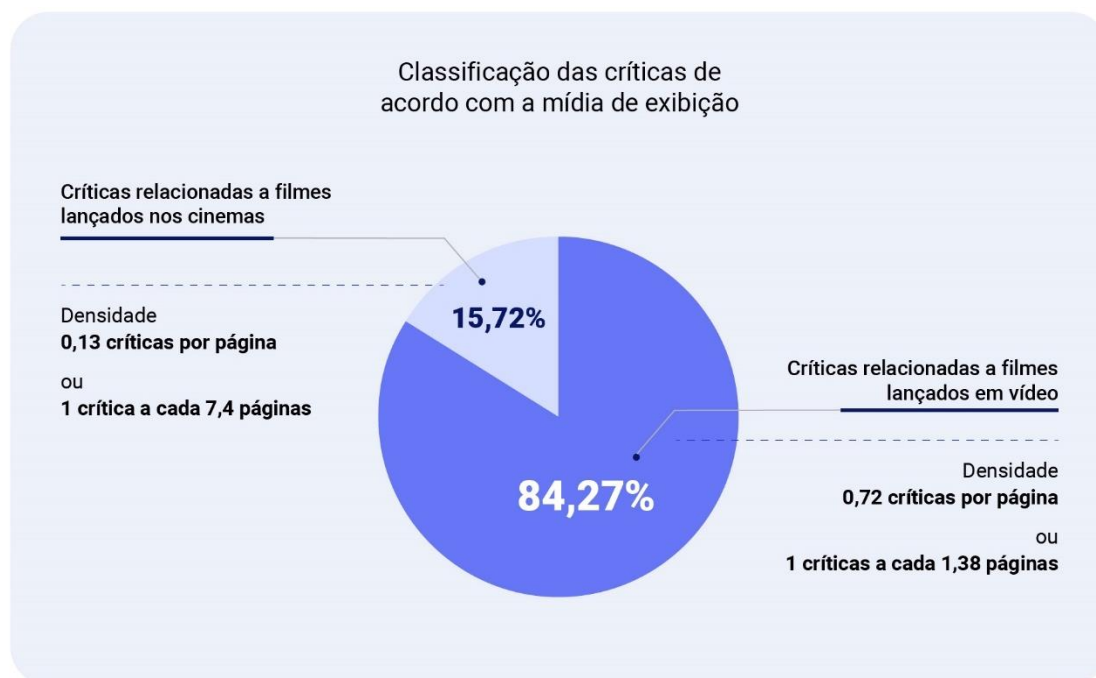
Fonte: Gráfico elaborado pelo autor

Em um segundo momento, cada uma das críticas selecionadas na etapa anterior foi categorizada de acordo com a mídia de exibição dos filmes analisados, classificando-as como "críticas relacionadas a filmes lançados nos cinemas" e "críticas relacionadas a filmes lançados em vídeo". Do somatório de 2.080 críticas publicadas pela *SET* durante a década de 1980, foi constatado que 1.753 (84,27%) referiam-se a filmes lançados em vídeo, com uma densidade de 0,72 críticas por página, ou uma crítica a cada 1,38 páginas. Em

⁷⁹ Para determinar a média de críticas por edição, considerou-se o somatório de críticas presentes nos exemplares analisados na amostra (2.080) e dividiu-se esse valor pelo número de edições (30), resultando em um quantitativo médio de 69,33. Já para calcular a densidade de críticas por página, dividiu-se o número total de críticas (2.080) pelo somatório de páginas das 30 edições consideradas (2.420), obtendo-se o resultado de 0,86 críticas por página. Por fim, para descobrir quantas páginas havia, em média, para cada crítica publicada, fez-se o inverso do cálculo anterior: dividiu-se o número 1 (referente a uma crítica) pelo número de críticas por página (0,86), resultando em uma média de 1,16 páginas a cada crítica.

contrapartida, 327 críticas (15,72%) estavam relacionadas a filmes que haviam estreado nas salas de cinema, com uma densidade média de 0,13 críticas por página, o que corresponde a uma crítica a cada 7,41 páginas.

Figura 31 - Distribuição das críticas da *SET* de acordo com a média de exibição



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor

A análise dos números identificados pela pesquisa revela fatores fundamentais para a compreensão da cinefilia brasileira dos anos 1980. O elevado volume de lançamentos mensais, evidenciado pelo expressivo quantitativo médio de 69,33 análises publicadas em cada edição da *SET*, demonstra como o público brasileiro expandia suas referências e repertórios cinematográficos de forma contínua e abrangente durante o período⁸⁰. Ademais, a constatação de que o montante de filmes lançados em fitas cassetes e criticados pela *SET* foi aproximadamente 5,3 vezes maior do que as análises relacionadas a produções exibidas nos cinemas, reflete a popularidade da tecnologia do vídeo e sua crescente adesão por parte

⁸⁰ A rigor, as críticas publicadas pela *SET* concentravam-se nos filmes lançados no mês da edição, tanto nas salas de cinema (seções *Em Cartaz*, *Avant Premiere*, *Filme do Mês*) quanto nas videolocadoras (seção *Vídeo Lançamentos*). No entanto, especialmente durante o primeiro ano de circulação, a revista também incluía listas temáticas que abrangiam filmes lançados em vídeo nos meses anteriores, muitas vezes cobrindo títulos que já estavam disponíveis antes do lançamento da revista, em junho de 1987. Essa estratégia permitia a *SET* ampliar o seu escopo e oferecer uma cobertura mais completa dos filmes existentes nas videolocadoras, proporcionando aos leitores uma ampla visão do acervo disponível. Desse modo, o número de críticas por edição não correspondia, necessariamente, ao volume total de lançamentos do mês, já que parte dos filmes analisados já havia sido lançada anteriormente, enquanto outra não recebia a atenção dos críticos devido à falta de visibilidade dos filmes referidos, à inexistência de possibilidade prática de cobertura, ou à ausência de interesse editorial em abordá-los.

da população, consolidando o ambiente doméstico como o principal espaço de fruição cinematográfica no país.

Os dados também apontam para um aumento expressivo na demanda por críticas cinematográficas pela população brasileira, o que pode ser corroborado pelo alto índice de vendas do primeiro exemplar da *SET* - mais de 100 mil cópias vendidas, um número bastante expressivo para uma revista estreante voltada a um público segmentado - e pela proliferação de revistas cinematográficas no curso dos anos 1980, conforme apontado anteriormente⁸¹. Nesse contexto, é possível especular com uma margem considerável de cientificidade que a popularização do vídeo e a consequente multiplicação de títulos disponíveis em fitas cassetes contribuíram decisivamente para fomentar o interesse do público por pautas cinematográficas, incentivando a formação de uma cultura cinéfila mais intensa e engajada no país.

Para compreender o significado da pesquisa em um panorama mais amplo, abrangendo os períodos anterior e posterior à massificação do *home-vídeo* no Brasil, realizou-se uma análise comparativa entre as 10 primeiras edições da *SET*, publicadas entre junho de 1987 e abril de 1988 - período em que o mercado de vídeo atingia o auge de seu amadurecimento no país -, e as 10 primeiras edições da revista *Cinemin*⁸², que circularam de novembro de 1982 a junho de 1984 - quando a indústria do vídeo ainda vivia uma fase bastante incipiente. O estudo busca evidenciar as diferenças no volume de críticas publicadas por essas duas revistas em cada um dos momentos históricos referidos, com o objetivo de entender como a multiplicação de lançamentos em fitas cassetes influenciou as práticas editoriais das publicações de cinema no Brasil.

Embora se reconheça que, para garantir maior confiabilidade à pesquisa, o ideal seria realizar a comparação no âmbito de uma mesma publicação, analisando o número de críticas publicadas em períodos anteriores e posteriores à expansão do vídeo, mantendo um único paradigma de análise, essa abordagem revelou-se inviável no presente caso. Isso se deve ao fato de que a *SET*, principal objeto de estudo deste trabalho, foi lançada apenas em 1987, quando o mercado de vídeo já estava em fase de consolidação no país. Ainda assim, acredita-

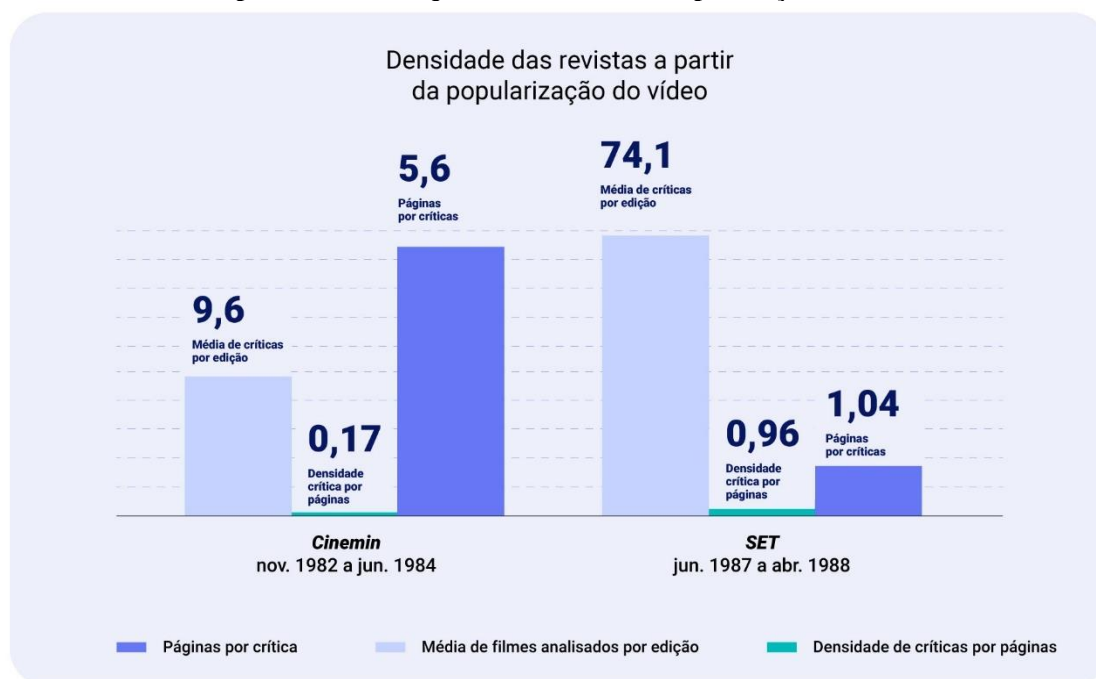
⁸¹ Vide referências na seção anterior deste capítulo.

⁸² A *Cinemin* foi uma revista de cinema de destaque no Brasil, publicada pela *Editora Brasil-América (EBAL)* entre novembro de 1982 e outubro de 1993, com a valorização da cinefilia como seu principal ideal. Editada por Fernando Albagli, a revista se autointitulava "a revista da sétima arte" e dedicava grande parte de seu conteúdo às críticas de filmes lançados a cada mês. Para esta pesquisa, a *Cinemin* foi escolhida por seu papel pioneiro entre as publicações cinematográficas que ganharam popularidade na década de 1980. Durante suas dez primeiras edições (de novembro de 1982 a junho de 1984), a revista operava em um contexto em que o mercado de vídeo no Brasil ainda estava em fase inicial, o que permite traçar um panorama comparativo de "antes e depois" desse marco, especialmente ao contrastá-la com a revista *SET*.

se que a comparação entre as duas revistas – *SET* e *Cinemin* – pode oferecer achados importante sobre o modelo de produção de críticas cinematográficas nas publicações especializadas durante os anos 80, uma vez que ambas compartilhavam uma natureza editorial semelhante, particularmente no que se refere à cobertura de lançamentos cinematográficos.

Das 10 edições da *Cinemin* presentes na amostra coletada, detectou-se um total de 96 críticas cinematográficas no âmbito de 540 páginas, o que resulta uma média de 9,6 críticas por edição, ou uma densidade média de 0,17 críticas por página, ou de uma crítica a cada 5,6 páginas. Já no caso da *SET*, identificou-se a presença de 741 críticas no âmbito das 770 páginas relacionadas às suas 10 primeiras edições, o que resulta em um expressivo quantitativo de 74 críticas por edição e a uma densidade de 0,96 críticas por página, o que corresponde, em média, a uma crítica a cada 1,04 páginas.

Figura 32 - Gráfico comparativo entre o quantitativo de críticas por edição das revistas *SET* e *Cinemin*



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor

Ao analisar os dados, com a devida ênfase nas ressalvas relacionadas às particularidades de cada publicação, constatou-se que o número médio de críticas publicadas por edição da *SET* entre 1987 e 1988 foi 7,7 vezes maior do que o registrado pela *Cinemin* entre 1982 e 1984. Dado que ambas as revistas tinham como um de seus principais objetivos a cobertura dos lançamentos cinematográficos mensais, e considerando que o principal fator diferenciador entre os períodos analisados foi a disseminação do vídeo, não é demasiado

constatar que o crescimento do consumo cinematográfico doméstico provocou uma transformação significativa no modelo e no volume de críticas publicadas por revistas especializadas ao longo dos anos 1980.

Ainda assim, vale enfatizar mais uma vez que a metodologia empregada – análise comparativa de publicações distintas (apesar de semelhantes), no contexto de uma linha temporal – apresenta limitações quanto à precisão dos dados e impõe cautela na mensuração exata da intensidade da transformação promovida pelo vídeo junto ao modelo crítico brasileiro. Isso ocorre porque as diferenciações nos formatos editoriais e nos critérios de seleção dos filmes analisados podem ter influenciado os resultados, de modo que qualquer comparação direta entre os números das revistas deve ser feita com reservas. A despeito disso, o alto quantitativo de críticas publicadas pela *SET*, quando comparado com as da *Cinemín*, aponta para um impacto considerável do vídeo na ampliação do mercado editorial cinematográfico brasileiro, revelando uma mudança na dinâmica da crítica de cinema e no próprio consumo cultural da época.

2.2.2.2 REDEFININDO O FORMATO CRÍTICO NO CENÁRIO EDITORIAL DOS ANOS 1980

A necessidade de acomodar um grande volume de críticas em um espaço físico limitado levou a *SET* a adaptar seu modelo editorial para atender a essa demanda. Com as páginas da revista também dedicadas a reportagens, entrevistas, ensaios e outros conteúdos, além de uma quantidade significativa de anúncios, tornou-se imprescindível otimizar o espaço reservado para cada crítica. Esse cenário resultou no desenvolvimento de um formato mais enxuto e direto de análise cinematográfica, que permitia a *SET* cobrir um amplo número de títulos sem comprometer a diversidade de temas abordados.

Roberto Sadoski (2022) salienta um posicionamento importante sobre esse fato:

A gente tem que aprender a sintetizar, porque o mundo nos empurra para isso. Na época da *SET*, se a gente tinha 60 lançamentos em vídeo por mês, eu sabia que teríamos 5 textos de página inteira, alguns textos com destaque maior e outros mais enxutos. A gente tinha que colocar tudo, afinal, era um guia para o público, com estrelinha para os filmes e tudo mais. (...) Tinha muita gente e pouco espaço para escrever (Sadoski, 2022).

Conforme descrito por Sadoski (2022), as críticas publicadas pela *SET* variavam em tamanho, a depender da visibilidade do filme e do seu potencial engajamento junto ao leitor.

De modo geral, os lançamentos mais aguardados nos cinemas, destacados nas seções *Em Cartaz*, *Avant-Premiere*, *Em Filmagem e Filme do Mês*, recebiam críticas mais extensas e detalhadas, muitas vezes ocupando várias páginas inteiras, refletindo o ineditismo dessas produções e o interesse que elas despertavam no público. É possível citar como exemplo as 7 páginas dedicadas à crítica de *Império do Sol* (1988) (*SET*, 9ª ed., 1988, p. 20-25), as 5 páginas dedicadas à avaliação de *Máquina Mortífera 2* (1989) (*SET*, 26ª ed., 1989, p. 34-38), ou as 7 páginas reservadas para a análise de *Batman* (1989) (*SET*, 27ª ed., 1989, p. 40-46), filmes que então estreavam no circuito cinematográfico sob alta expectativa. Essas produções, que também estamparam as capas das edições mencionadas, ilustram como a *SET* eventualmente reservava espaços amplos para o desenvolvimento de críticas referentes às obras que considerava mais relevantes.

Por outro lado, os filmes lançados em vídeo, abordados na seção *Vídeo Lançamentos*, geralmente recebiam resenhas mais curtas, devido, em parte, ao grande volume de títulos disponíveis e ao formato de guia que a *SET* se propunha a desempenhar, “com estrelinhas para os filmes e tudo mais”. Para que essa proposta funcionasse, era essencial que as críticas oferecessem uma leitura fluida e dinâmica, permitindo que o leitor rapidamente absorvesse os aspectos fundamentais dos filmes antes de seguir adiante. Embora algumas resenhas de grandes clássicos ocasionalmente demandassem uma análise mais aprofundada – como visto nas 2 páginas dedicadas a *Cidadão Kane* (1941) (*SET*, 8ª ed., 1988, p. 10-11), a *Amarcord* (1973) (*SET*, 25ª ed., 1989, p. 10-11) e a *A Felicidade Não se Compra* (1946) (*SET*, 28ª ed., 1989, p. 20-21) – a regra geral era que as críticas de filmes lançados em fitas cassetes fossem de fato mais sucintas, evitando discussões prolongadas que pudessem interromper o ritmo da leitura.

As resenhas relacionadas aos lançamentos em vídeo dos filmes *O Homem Elefante* (1980), *Platoon* (1987) e *9½ Semanas de Amor* (1986), transcritas na íntegra abaixo, são exemplos categóricos do modelo de crítica mais enxuta adotado pela *SET*, conforme destacado:

***O Homem Elefante* (1980):** Londres, 1884. John Merrick (Hurt), um sujeito deformado por uma rara doença é “adotado” pelo doutor de um circo de aberrações, onde se torna a nova atração e enfim é negociado com um hospital. A luta de Merrick para manter a dignidade e conviver socialmente, apesar de sua figura bizarra, é dirigida de modo sentimental por Lynch. O melhor é a impecável fotografia em preto e branco. (*SET*, 1ª ed., 1987, p. 53);

***Platoon* (1987):** O grande vencedor do Oscar 86 é uma combinação de vários clichês do gênero: o sargento bonzinho, o sargento sem caráter, o oficial inexperiente, a guerra

sob o ponto de vista de um soldado novato. A ação se passa no Vietnã, mas também poderia transcorrer em qualquer ilha do Pacífico durante a Segunda Guerra. Politicamente, como questionamento do conflito, o filme é nulo. Como aventura, é emocionante. O típico filme que reúne a família ao redor das pipocas. (*SET*, 2ª ed., 1987, p. 70);

9 ½ Semanas de Amor (1986): Variação *yuppie* da trama de *Um Último Tango em Paris*. Uma executiva se entrega aos desejos de um elegante desconhecido, em jogos eróticos bem fotografados. Alguns deles já viraram publicidade na TV. Ainda assim, a cena em que Kim Basinger é untada com frutinhas e caldas pelo *gourmet* Mickey Rourke resiste deliciosa para os paladares românticos. (*SET*, 3ª ed., 1987, p. 70).

Em casos mais extremos, o espaço destinado às resenhas era tão reduzido que mal ultrapassava duas frases. Geralmente, elas se resumiam a uma sinopse muito breve, seguida de uma adjetivação conclusiva que, de forma sucinta e muitas vezes desprovida de justificativa, refletia a opinião dos críticos. Esse formato pode ser observado nas resenhas de *Mulher Nota 1000* (1985) e *Loucademia de Polícia III – De Volta ao Treinamento* (1986), que ilustram bem essa abordagem minimalista:

***Mulher Nota Mil* (1985):** Dois adolescentes do tipo rejeitados pelas garotas e humilhados pelos colegas resolvem fabricar uma mulher perfeita com a ajuda de um supercomputador. REGULAR. (*SET*, 9ª ed., 1988, p. 18).

***Loucademia de Polícia III – De Volta ao Treinamento* (1986):** Os antigos formandos são recrutados para salvar a Loucademia do fechamento iminente. Velhas fórmulas de humor bem utilizadas. REGULAR. (*SET*, 9ª ed., 1988, p. 18).

Na reportagem *Quem são os nossos críticos?*, publicada em sua 98ª edição, a *SET* traçou um panorama das características e desafios enfrentados pelos críticos de cinema no Brasil, com base em entrevistas exclusivas concedidas por diversos profissionais da área. Um dos principais pontos discutidos na ocasião foi o espaço reduzido que as revistas especializadas dedicavam às análises cinematográficas, que precisavam frequentemente se adequar às diretrizes editoriais e às restrições impostas pela diagramação. Rubens Ewald Filho foi um dos entrevistados que expressou frustração com a falta de espaço para desenvolver seu trabalho, referindo-se a si mesmo como “uma vítima do sintetismo.” Particularmente, ele lamentou essa situação ao compará-la com a liberdade intelectual proporcionada por veículos editoriais consagrados no passado, recordando épocas em que podia escrever “críticas de páginas inteiras” para jornais e revistas (*SET*, 98ª ed., 1995, p. 53-54). Outro entrevistado, Adalberto Meireles, também criticou a limitação de espaço,

respondendo aos que reclamavam da superficialidade de algumas de suas críticas. “Corro o risco de ser superficial, mas o que eu posso fazer?”, disse ele, demonstrando resignação diante da impossibilidade de aprofundar ideias “em, no máximo, 20 linhas” (*SET*, 98ª ed., 1995, p. 53-54).

Jean-Claude Bernardet (2019, p. 11) abordou as limitações editoriais impostas à atuação do crítico de cinema em veículos jornalísticos por meio de uma “anedota”. Ele conta que, certa vez, foi convidado a escrever críticas para o extinto *Jornal da Tarde*, mas os editores estabeleceram diretrizes rígidas para a sua atuação: o texto deveria ter um limite mínimo e máximo de caracteres, com um terço do espaço dedicado ao resumo do enredo, visando “orientar um casal na escolha de um filme para uma sexta ou sábado à noite”. Frustrado com essas restrições, Bernardet recusou a proposta, “embora precisasse do emprego”. Apesar de reconhecer que o modelo proposto pelo jornal “ainda configurava uma forma de crítica cinematográfica”, ele lamentou sua superficialidade, destacando que a perda substancial de espaço nos veículos jornalísticos inviabilizava cada vez mais o desenvolvimento de críticas aprofundadas, como as que eram publicadas na *Revista de Cinema*, na *Revista Cinematográfica*, e em publicações com um enfoque mais acadêmico.

Na entrevista a José Geraldo Couto (Couto, 2023) realizada para este trabalho, perguntou-se expressamente se, em sua opinião, o formato de guia adotado pela *SET* e por outras revistas de cinema nos anos 80 contribuiu para consolidar um novo modelo de crítica no Brasil, caracterizado por ser mais conciso e objetivo. Em sua resposta, Couto (2023) sugeriu que a limitação do espaço para as críticas se tornou inevitável na época, especialmente diante do grande volume de lançamentos, o que, embora frustrante em alguns casos, refletia as condições do mercado. Ele destacou que essa tendência de condensar as análises fazia parte de um movimento mais amplo da imprensa, que passou a tratar as críticas quase como “guias de serviços”, priorizando uma orientação imediata ao leitor com o uso de classificações visuais, como estrelinhas, bonequinhos e outros símbolos de avaliação. Couto (2023) também ressaltou que esse formato era adequado para um público de massa, composto por leitores com interesses variados e que buscavam uma leitura rápida e prática. Ele argumentou que, ao contrário das publicações acadêmicas, que permitiam um aprofundamento maior, a crítica de cinema voltada ao grande público precisava ser acessível e direta, atendendo a uma demanda por informações objetivas em meio a uma oferta crescente de filmes:

Lembro que era um sufoco reduzir a poucas linhas a apreciação de um filme, e isso causava uma certa frustração em alguns casos, mas era inevitável. (...) De um modo geral, os veículos da grande imprensa passaram a destinar espaços cada vez menores para a crítica, que se tornou quase um guia de serviço, uma orientação imediata do leitor/espectador, com as estrelinhas, bonequinhos etc., sem espaço para uma reflexão mais ampla. O Rubens veio de uma época em que o Paulo Emilio escrevia uma página sobre um filme numa semana e na semana seguinte, eventualmente, voltava ao mesmo filme, revendo ideias, acrescentando aspectos, analisando o filme sob outro ângulo. Isso, nos anos 1990, já tinha ficado impensável. Eu não me sentia cerceado quando escrevia na *Folha* porque nunca vi meu trabalho como uma criação artística ou intelectual, mas como uma escrita mais ou menos superficial e descartável, embora eu tentasse fazer da melhor maneira possível. Eu sabia que precisava dar conta de determinados assuntos num determinado espaço para atingir um certo público leitor. Era uma equação que tentávamos resolver a cada texto sem nos preocupar muito com o estatuto intelectual do que estávamos fazendo. (...) Naquela época, tínhamos que pensar que estávamos falando com dezenas de milhares de pessoas, dos mais variados repertórios e interesses, e que essa conversa tinha que ser rápida, objetiva. Não era como uma revista universitária, cujos textos podem se aprofundar num assunto cujas bases factuais e teóricas são conhecidas do público leitor, e que supõe um tempo de leitura menos imediato, mais demorado (Couto, 2023).

Os depoimentos de Roberto Sadoski, Rubens Ewald Filho, Adalberto Meireles, Jean-Claude Bernardet e José Geraldo Couto evidenciam as dificuldades enfrentadas pela crítica cinematográfica para preservar a profundidade em um cenário de crescente demanda por concisão. Especialmente no caso da *SET* e de outras revistas especializadas que se difundiram durante os anos 80, a pressão para produzir críticas em série, dentro de prazos curtos estabelecidos pelas editoras, cobrindo uma grande variedade de títulos lançados nos cinemas, em particular, nas videolocadoras, refletia a alta competitividade e a busca por visibilidade no mercado de entretenimento. Nesse contexto, a agilidade e a concisão na escrita tornaram-se essenciais para atrair a atenção dos leitores e garantir a circulação rápida das análises, moldando um novo padrão na crítica de cinema que privilegiava a eficiência comunicativa e a capacidade de síntese.

No caso da *SET*, a maioria dos críticos que atuavam na revista vinha dos cadernos culturais de grandes jornais, como Luiz Nazário e José Geraldo Couto, os quais atuavam na *Folha de São Paulo*, ou de outras publicações voltadas para a área cultural, como Ana Maria Bahiana e José Emílio Rondeau, os quais escreviam para a *BIZZ*. Nessas plataformas, o espaço para desenvolver uma crítica era geralmente limitado, restrito a breves parágrafos, o que resultou na estabilização de uma tendência em condensar as análises por parte da *SET*. Essa experiência prévia dos colaboradores de trabalhar com textos curtos e objetivos influenciou diretamente o estilo adotado pela revista, o qual se destacava por críticas compactas, mas eficazes, adequadas ao ritmo acelerado do jornalismo cultural da época.

Esse formato de concisão jornalística, amplamente adotado pela *SET* para a análise crítica dos lançamentos em fitas cassetes, permitia que a revista contemplasse o maior número possível de títulos disponibilizados nas videolocadoras. Sob uma perspectiva inversa e complementar, essa amplitude de cobertura levava à redução da extensão das análises veiculadas, configurando um ciclo de causa e efeito que atendia duplamente às demandas comerciais da revista, focadas na abrangência de conteúdo e de público. O resultado dessa estratégia editorial foi a consolidação de um estilo de críticas mais enxutas e práticas, que se adequavam ao espaço físico limitado da publicação.

A adoção dessa conformação editorial, embora eficiente, também trouxe alguns desafios. A limitação de espaço para as análises dos filmes, por vezes, resultava em críticas superficiais, sacrificando a profundidade em prol da abrangência e resumindo ideias complexas em poucas linhas. Arthur Dapieve (2014, p. 111) faz uma distinção entre a “grande crítica”, que se aprofundava em análises detalhadas e contribuições teóricas, e a “pequena crítica”, voltada para uma abordagem mais pragmática e informativa. O autor sugere que a crítica jornalística contemporânea poderia ser mais apropriadamente definida como “resenha crítica”, um formato que, embora buscasse oferecer uma visão analítica das obras, se alinhava mais à prática jornalística do que à produção acadêmica de conhecimento (Dapieve, 2014, p. 111).

Esse modelo descrito por Dapieve como “resenha crítica” parece se adequar ao enfoque editorial pretendido pela *SET* de servir como guia consumo, orientando o público em suas escolhas cinematográficas, oferecendo listas, resumos e avaliações dos filmes disponíveis nos cinemas e, especialmente, nas videolocadoras. Para viabilizar esse formato, era necessário, em certa medida, renunciar a debates aprofundados e à exploração detalhada de nuances narrativas, técnicas ou estéticas relacionadas às produções cinematográficas analisadas. Em seu lugar, priorizava-se uma abordagem textual mais fluida e pragmática, adaptada a um estilo dinâmico e objetivo de análises. A ênfase nas sinopses enxutas e nas classificações dos filmes, fosse por meio de estrelas, notas ou adjetivações categóricas, atendia a essa demanda por rapidez e clareza, fornecendo um modelo de comunicação instantânea, que se alinhava ao consumo ágil estabelecido pelo mercado de vídeo.

No decorrer da pesquisa, observou-se que as críticas que eram desenvolvidas em espaços reduzidos, geralmente no formato de resenhas, seguiam uma estrutura que se organizava a partir da conjunção de três pilares principais. Na introdução, era comum encontrar uma breve sinopse do filme, que relatava ao leitor um panorama geral sobre o enredo e o gênero, oferecendo uma visão superficial do que esperar da narrativa, sem aprofundar em questões

técnicas ou temáticas complexas. Isso ajudava a contextualizar o filme de maneira rápida, permitindo que o leitor compreendesse o básico da trama em poucas linhas. Na segunda parte, as críticas traziam considerações técnicas ou de bastidores, com foco em curiosidades, números de bilheteria, descrição de cenas específicas, ou prêmios concedidos, especialmente o Oscar. Essas informações serviam para conectar o leitor com o filme de maneira mais engajante, muitas vezes utilizando fatos que despertavam interesse e faziam a obra parecer mais atraente. Finalmente, o desfecho das críticas frequentemente utilizava expressões de forte impacto — como “imperdível”, “obra-prima” ou “fiasco” — que classificavam os filmes de maneira categórica. Essas avaliações diretas eram complementadas pelas tradicionais estrelas ou notas atribuídas às produções, as quais funcionavam como uma síntese visual do julgamento crítico, e serviam para recomendar ou reprovar os filmes aos leitores, reforçando o papel da *SET* como um guia de consumo cultural.

Nos exemplos a seguir, extraídos do guia *SET 700 Melhores Vídeos Disponíveis nas Videolocadoras*, é possível identificar os parâmetros estruturais mencionados que eram utilizados pela *SET* para a elaboração de suas resenhas de vídeo:

***Gremlins (1984)*:** É Natal. Billy ganha de seu pai um pequeno duende – conhecido por *mogway* – com aquela carinha de cachorro servil que arranca suspiros da plateia. Comprado de um velho chinês em *Chinatown*, recebe recomendações expressas: mantenha-o longe da água e nunca o alimente depois da meia-noite. É claro que o bichinho vai se molhar e comer durante a madrugada, e aqui se arma o circo. Ao custo de 1,3 milhões de dólares, Chris Wallas criou o pequeno exército de anjinhos e monstros de borracha. (...) A sequência da invasão do bar, onde todos se embebedam numa paródia aos velhos clichês do cinema, é memorável. (...) Diversão garantida (*SET 700 Melhores Vídeos Disponíveis nas Videolocadoras*, 1988, p. 72);

***Hannah e Suas Irmãs (1986)*:** Hannah, ex-mulher de Mickey, é casada com Eliot, que coteja Lee, que é mulher de Frederick e irmã de Hannah. Do entrelaçamento dos afetos e neuroses no interior dessa complicada família, Allen compõe uma fina tapeçaria, em que o humor e a emoção compõem medidas igualmente generosas. Seu personagem, Mickey, é um homem atormentado pelo medo da morte e pelos mistérios da existência. As sequências em que ele se acredita mortalmente doente e suas tentativas de engajar-se em alguma religião são impagáveis. (...) O inspirado roteiro de Allen – com um final brilhante e surpreendente – foi devidamente premiado com o Oscar. Outras merecidas estatuetas foram para Michael Caine e Diane Wiest, coadjuvantes preciosos. (...) Não tenha dúvida, este é um legítimo Woody Allen. Vale dizer, uma pequena obra-prima (*SET 700 Melhores Vídeos Disponíveis nas Videolocadoras*, 1988, p. 36);

***Marcas do Destino (1985)*:** Uma mãe drogada e promíscua e um bando de motoqueiros são a turma de um garoto de rosto deformado. Seu nome é Rocky Dennis, 16 anos, inteligente, dono de um agudo senso de humor e um crânio que cresce sem parar. (...) “ei, marciano!”, dizem, “Por que você não tira essa máscara horrível do rosto?”. As garotas riem amarelo, complacentes. (...) O que poderia ser um filme lacrimoso corre com perfeita desenvoltura. Ponto maior para Cher, que faz a mãe. Sua interpretação encantou Cannes e valeu-lhe o prêmio. (...) Assistiam (*SET 700 Melhores Vídeos Disponíveis nas Videolocadoras*, 1988, p. 62);

Amor Estranho Amor (1982): (...) O filme narra a estória de um senhor já idoso que, voltando ao casarão vazio da sua infância, começa a rememorar os dias passados no bordel de luxo onde sua mãe trabalhava. Xuxa faz uma suposta menina virgem que vai ser entregue a um figurão político dentro de um bolo-surpresa. A cena antológica e muito divertida é aquela em que Xuxa, nua, seduz um “baixinho” de modo bem explícito, fazendo com que ele beije o bico de seus seios. Ultimamente, a atriz andou tentando recolher o filme alegando ser prejudicial à sua carreira. Aproveite enquanto existe (*SET 700 Melhores Vídeos Disponíveis nas Videolocadoras*, 1988, p. 104).

Essa transformação no fazer crítico brasileiro é abordada com destaque por Arthur Dapieve (2014, p. 111) que aponta que as expectativas de peso e de aprofundamento que tradicionalmente acompanhavam a crítica cinematográfica “cada vez mais raramente” conseguiam se concretizar através dos jornais e das revistas. O autor destaca que o aumento exponencial dos lançamentos e dos anúncios — “que não só garantiam a viabilidade econômica das publicações, mas também expulsavam o material propriamente jornalístico de suas páginas” — inviabilizou a prática da crítica nos moldes mais clássicos consagrados nas décadas anteriores, quando os textos eram longos e abordavam detalhadamente as obras.

Dapieve (2014, p. 112) acrescenta que a concentração das estreias de cinema em um único dia da semana, às sextas-feiras, restringiu ainda mais o espaço para que os críticos pudessem se expressar, a ponto de ser surpreendente que a crítica brasileira ainda não tivesse alcançado um limite de extensão tão curto quanto um *haikai* de três linhas. Por fim, o autor sugere que esse modelo mais prático e comercial da crítica promoveu uma mudança no foco da sua função: se antes o objetivo era estabelecer um diálogo com o criador da obra, a partir da consolidação de um formato voltado para o consumo rápido, ela passou a focar na “orientação de uma massa indistinta de leitores”, adaptando-se, tal como defendido na hipótese do presente estudo, às demandas de um público mais genérico e heterogêneo.

Seguindo essa linha, José Luiz Braga (2006, p. 2010) observa que a forte vinculação da crítica aos lançamentos em massa estabeleceu um novo modelo de análise e produção de textos, que se caracterizava por uma abordagem centrada no “contar o filme”. Esse elemento, conforme a leitura proposta neste estudo, tornou-se fundamental durante os anos 80, quando a alta demanda por títulos lançados em vídeo exigia que o crítico compartilhasse com o leitor os elementos essenciais e a substância narrativa das produções que chegavam em série às videolocadoras. Braga acrescenta que o “contar o filme”, nesse caso, partia do pressuposto de que o leitor ainda não havia visto a obra, funcionando como um filtro para sua decisão de assisti-la ou não:

Indo agora para a estrutura do texto, um componente de forte presença é o “contar o filme”. É preciso oferecer ao leitor alguns elementos mínimos e substância do objeto para que se saiba do que se trata. (...) A necessidade do contar tem alguma relação com o componente “atualidade” da crítica. (...) A suposição básica é que o leitor ainda não viu o filme e a própria crítica é um processo de filtragem para sua decisão de ver. (...) Já na crítica acadêmica, menos constrangida pela imposição da atualidade, o crítico pode supor a obra já lida, o que o dispensa da necessidade de contar, e por outro lado, autoriza referir trechos mais resguardados da obra (Braga, 2006, p. 211)

Os elementos destacados por Arthur Dapieve e por José Luiz Braga são evidentes em várias das críticas publicadas pela *SET* durante os anos 1980. De modo geral, a revista adotava um formato mais conciso, com análises voltadas para o consumo (indicando, ou não, o filme para o leitor) e para um público mais amplo e heterogêneo, composto tanto por cinéfilos quanto por espectadores casuais. Esse modelo de crítica estava em sintonia com as tendências do mercado editorial da época, caracterizado pela necessidade de rentabilidade das publicações, muitas vezes dependentes de anunciantes, conforme observa Dapieve (2014, p. 111). Além disso, a abordagem adotada pela *SET* frequentemente refletia o que Braga (2006, p. 211) descreve como “contar o filme”. Em meio ao elevado volume de lançamentos, as análises cinematográficas da revista se preocupavam em apresentar o enredo básico das produções e fornecer informações essenciais ao leitor, como é possível observar nos exemplos que se seguem:

Robocop (1987): No futuro, para tentar uma solução eficaz no combate à criminalidade, a polícia de Detroit desenvolve protótipos de policiais-androides que substituirão dos homens. Isso porque o Departamento de Segurança virou empresa privada e precisa, além de dar lucros, preservar o contingente humano. (...) Despudoramente violento, este é o segundo filme americano do diretor holandês Verhoeven e seu mais refinado produto de massa. Um filme de mocinho (em forma de robô) e bandidos (na forma humana) montado com a mesma força visual e o humor das melhores histórias em quadrinho (*SET*, 13ª ed., 1988, p. 77);

Bye Bye Brasil (1979): Um grupo de artistas ambulantes vaga pelo Brasil em busca de um país que pouco a pouco deixa de existir. O universo de circo, dos saltimbancos, tem pouco espaço diante da invasão crescente da televisão e das estradas de rodagem. Um mosaico do Brasil moderno em contraste com a sua parcela ainda arcaica, que encontra dificuldades em se inserir na nova realidade. Um certo tom saudosista percorre a fita, que tem uma bela trilha sonora de Chico Buarque e Dominginhos (*SET*, 5ª ed., 1987, p. 89);

Rain Man (1988): Charlie é um negociante de carros de luxo autocentrado e com sérios problemas financeiros. Descobre que o pai deixara ao morrer uma fortuna para um beneficiário misterioso. Passa a odiar o sujeito quando o encontra – é um irmão mais velho que ele desconhecia, internado há 25 anos num sanatório para autistas. Charlie rapta Raymond, dizendo aos médicos que só o trará de volta quando recuperar metade da herança. No caminho, Charlie é obrigado a abrir mão dos seus interesses

imediatos. A princípio irascível, se torna paciente com a incapacidade do irmão de se comunicar com o mundo, descobre que é até capaz de admirar sua habilidade com números, e, por fim, amá-lo. (...) Com humor e sensibilidade, *Rain Man* é uma excelente opção para uma sessão doméstica de cinema (*SET*, 30ª ed., 1989, p. 66);

Um Peixe Chamado Wanda (1988): Na tradicional e contemporânea Inglaterra, quatro ladrões trapalhões bolam um plano infalível: roubar algumas joias caríssimas, inclusive um raro diamante. A quadrilha é composta pela sensual Wanda (Jamie Lee Curtis) e seu falso irmão Otto (Kevin Kline, perfeito no papel de brutamontes que lê Nietzsche), pelo gago ecológico Ken (Michael Palin), sempre pronto a servir de capacho para o líder do bando George (Tom Georgeson), um autêntico escroque inglês. (...) Com a verve característica do grupo Monty Python, *Um Peixe* é uma sátira do mundo pomposo e arrogante dos ingleses, face ao *american way of life* representado por Wanda e Otto. Cheio de tiradas perfeitas, o filme tem acima de tudo um roteiro de tirar o chapéu (*SET*, 28ª ed., 1989, p. 36).

Conforme observado, as circunstâncias que moldaram a cinefilia brasileira nos anos 1980 provocaram transformações profundas na estrutura e na finalidade das críticas cinematográficas, impulsionadas por uma série de adaptações interconectadas. O aumento expressivo de lançamentos promovido pelo mercado de vídeo levou as revistas especializadas a ampliarem drasticamente o número de críticas em cada edição, com o objetivo de contemplar a maior parcela possível desse amplo universo de títulos. Consequentemente, isso resultou em uma redução substancial do espaço destinado a cada análise individual, o que exigiu adaptações tanto na estrutura das críticas, que passaram a privilegiar o formato de resenhas, quanto na linguagem, que se tornou mais prática e popular. As referidas mudanças, por sua vez, expandiram o alcance dessas publicações, permitindo que as revistas atingissem um número maior de leitores e, dessa forma, atendendo aos interesses comerciais das editoras responsáveis por sua produção e publicação.

Figura 33 - Seção Vídeo Lançamentos da SET: resenhas breves para guiar o consumo do leitor



Fonte: SET, 26ª ed., 1989, p. 14

2.2.3 LINGUAGEM: SET, DO CULT AO POP: DEMOCRATIZANDO A CRÍTICA DE CINEMA BRASILEIRA

2.2.3.1 ASPECTOS PRELIMINARES: A TRADIÇÃO DA LINGUAGEM CRÍTICA NO BRASIL: ERUDIÇÃO, PRIVILÉGIOS E DESAFIOS

Ao longo de grande parte do século XX, a crítica cinematográfica brasileira consolidou-se por meio de uma linguagem erudita e altamente especializada, que, em virtude de sua densidade e tecnicidade, frequentemente se distanciava do leitor médio. Esse estilo, permeado por jargões e por referências da cultura e da história do cinema, fazia com que a crítica, por vezes, deixasse de ser uma ponte acessível entre o espectador e os filmes, para se tornar um espaço de reflexão exclusiva, voltado a um público culturalmente preparado para enfrentar suas exigências. Nesse sentido, a escrita sofisticada das revistas de cinema refletia o padrão tradicional da cinefilia da época, em que o debate crítico frequentemente era limitado a círculos intelectuais e acadêmicos que viam o cinema como uma forma de arte elevada e digna de análises complexas e profundas.

Durante esse período, era comum que as críticas fossem tratadas tais quais um campo de elaboração artística, manifestando-se como verdadeiros ensaios cinematográficos

produzidos não necessariamente por jornalistas, mas por um leque diverso de membros da intelectualidade que contemplava acadêmicos, artistas e literatos, o que acentuava, ainda mais, o caráter erudito dessas produções. No prefácio de *Cinema com Palavras*, José Zuba Junior (1995, p. 22)⁸³ observa que, nas primeiras décadas do século XX, o formato das críticas era moldado por crônicas e por pequenos ensaios de tom lúdico, frequentemente escritos sob pseudônimos de escritores e poetas. Em *Crítica de Cinema no Suplemento Literário*, Paulo Emílio Salles Gomes também destacou o tom erudito prevalecente na crítica de cinema brasileira clássica, descrevendo-a como uma prática "hermética e distante do público médio" (Gomes, 1982, *apud* Silva, 2019, p. 196). Essa perspectiva é corroborada por Cláudio Henrique (2014, p. 138), o qual enfatiza que as primeiras revistas cinematográficas brasileiras eram verdadeiros "manifestos de erudição", comparáveis aos livros da época em termos de profundidade e complexidade.

A *Revista de Cinema* (1954-1964) representa bem a perspectiva relacionada à linguagem da crítica cinematográfica predominante em sua época: tanto em relação à forma quanto ao conteúdo, seus textos lembravam artigos acadêmicos, com foco quase exclusivo em questões abstratas do cinema, como o estudo de técnicas e evoluções históricas, raramente se detendo na análise de filmes específicos. Além disso, os desfechos desses ensaios eram frequentemente acompanhados de referências bibliográficas, sugerindo um aprofundamento ainda maior nos temas abordados. A linguagem utilizada era rebuscada e intelectualizada, assim como é possível observar no ensaio *Imagem e Palavra*, de Cyro Siqueira, publicado na segunda edição da revista (*Revista de Cinema*, 2ª ed., 1954, p. 18), cuja complexidade reflete o distanciamento dessa crítica em relação ao público não especializado.

O cinema é a arte da imagem. E a imagem, ao contrário da palavra, escrita ou oral, não é um símbolo em si - mas se encontra, ela própria, esgotando, ao mesmo tempo, o sinal e a coisa simbolizada. A imagem se oferece ao espectador como um elemento artístico já elaborado, que terá de ser aceito ou recusado, sem que se o meça por um sistema comparativo, à maneira do que se faz, normalmente, na literatura. (...) A esse respeito, voltando-se às leis físicas que determinam a ilusão de movimento dada pelos fotogramas estáticos que formam um filme, se descobrirão as raízes dessa qualidade da arte cinematográfica (*Revista de Cinema*, 2ª ed., 1954, p. 18).

⁸³ Carlos Drummond de Andrade, que abordava o cinema em suas crônicas de forma recorrente, é um exemplo emblemático. Curiosamente, seu primeiro texto publicado em um jornal (*Diana, a Caçadora* – 1916 –, de Charles W. Allen, em 15 de abril de 1920), quando ele tinha apenas 17 anos, foi uma crítica sobre uma produção cinematográfica (Silva, 2019, p. 199).

Nesse mesmo formato, outras publicações cinematográficas de diferentes épocas também direcionavam seus conteúdos a nichos da intelectualidade brasileira, adotando uma abordagem densa que não se preocupava em estabelecer um diálogo com o público casual, ou com aqueles que viam o cinema como forma de entretenimento. Nas décadas de 1920 e 1930, a revista *O Fan* (1928-1930) era constituída quase exclusivamente de artigos ensaísticos, nos quais predominava uma crítica avançada, frequentemente acompanhada de reflexões teóricas. (Lourenço, 2011, p. 59). Paralelamente, a *Cinearte* (1926-1942), mesmo tendo sido idealizada por Ademar Gonzaga e Mário Behring com um enfoque mais comercial, representava o esforço de um grupo de intelectuais para profissionalizar o cinema no país, destacando-se pelo seu papel na consolidação de uma cinefilia emergente (Lourenço, 2011, p. 55). Já nos anos 1940, a revista *Clima* também se firmou como uma publicação de cunho acadêmico voltada para “intelectuais dotados de uma expressiva cultura cinematográfica” (Butruce, 2003, p. 117). Segundo Guilherme Rabelo Fernandes (2019), sua tendência à erudição era tão acentuada que Oswald de Andrade teria apelidado seus críticos de “chato boys”, uma referência irônica e bem-humorada aos “pedantismos e vícios” da abordagem excessivamente intelectualizada da publicação.

Figura 34 - Críticos da Revista *Clima* posam para fotografia nos anos 1940: Linguagem erudita



Fonte: Blog da BBM – USP⁸⁴

Nas décadas de 1950 e 1960, a crítica brasileira manteve-se alinhada a um modelo predominantemente culto, tentando reproduzir o estilo de debate promovido pela prestigiada *Cahiers du Cinéma*. Antoine De Baecque (2010, p.185) observa que a influência de François

⁸⁴ Da esquerda para direita, em pé: Antonio Branco Lefèvre, Decio de Almeida Prado, Paulo Emilio Salles Gomes e Roberto Pinto Souza. Sentados: Alfredo Mesquita, Antonio Candido e Lourival Gomes Machado. Acervo: Decio de Almeida Prado. Disponível em: <https://blog.bbm.usp.br/2019/formacao-de-uma-geracao-de-criticos-revista-clima-1941-44/>.

Truffaut, um dos maiores expoentes da publicação francesa à época, foi fundamental para elevar o *status* do crítico a uma posição hierárquica de autoridade, tornando-o uma “figura temida” no meio cultural. Nesse contexto, Baecque (2010, p. 184) observa que Truffaut, ao “definir e pôr em prática uma estratégia de escrita que carregou sua marca e influenciou toda uma geração”, contribuiu para cristalizar a percepção de que havia um abismo intelectual insuperável entre o crítico e seu leitor, reforçando a noção de que a crítica deveria ser uma prática reservada a um público altamente especializado.

Criada a partir dos debates promovidos pelo Centro de Estudos Cinematográficos de Minas Gerais (CEC), cineclube belo-horizontino o qual foi fundado em 1951 por Cyro Siqueira, Jacques do Prado Brandão e Fritz Teixeira de Salles, a *Revista de Cinema* foi lançada em abril de 1954, três anos após a estreia da *Cahiers du Cinéma* na França, publicação que serviu de inspiração para o projeto brasileiro. Como principal referência de um movimento que buscava consolidar a crítica como um espaço de reflexão intelectualizada⁸⁵, a revista logo se destacou no cenário cultural do país. Num ensaio extenso, de 11 páginas, denominado *Problemas Estéticos do Cinema*, Siqueira acusou uma omissão da crítica em debater questões teóricas mais profundas, repudiando a adoção de uma vertente mais simplista por parte dos críticos brasileiros em atuação nas mídias jornalísticas:

Faltando uma base, digamos, filosófica, sobre o método crítico, os debates cedo perderam em profundidade para ganhar em intensidade polêmica, sem que em nada se enriquecesse a literatura cinematográfica nacional. A carência de revistas sérias e verticalmente dirigidas reduz o trabalho da crítica cinematográfica à ligeireza obrigatória do jornalismo diário, ou a alguns ensaios mais demorados, mas ainda esporádicos. E desse vácuo se ressentia fortemente o movimento crítico no Brasil (*Revista de Cinema*, 1ª ed., 1954, p. 03-13).

⁸⁵Diversos intelectuais exaltaram as qualidades da *Revista de Cinema* e sua importância para o debate cinematográfico em alto nível durante as décadas de 1950 e 1960. Glauber Rocha, leitor assíduo da publicação, chegou a convidar os críticos da revista para participarem da fundação do *Cinema Novo* no final da década de 1950, destacando a relevância da publicação para o movimento (Silva, 2019, p. 194). A admiração de Glauber era tamanha que, em sua obra *Revolução do Cinema Novo*, ele a classificou como “a melhor revista de cinema do terceiro mundo, tão boa quanto as melhores revistas mundiais” (Rocha, 2004, p. 319). Paulo Emílio Salles Gomes também reconheceu a importância da *Revista de Cinema*. Em seu artigo *Primazia Mineira*, publicado no *Suplemento Literário do Estado de São Paulo*, em 1957, defendeu que a revista fosse reconhecida como um órgão oficial da cultura cinematográfica brasileira, ressaltando que “dar à *Revista de Cinema* a estabilidade de que necessita e o prestígio que merece significaria o início de uma etapa superior na vida cultural cinematográfica brasileira” (Gomes, 1957). Ismail Xavier, por sua vez, destacou a forte inclinação da revista para o ensaio teórico, mencionando o protagonismo dos seus fundadores: Cyro Siqueira, Jacques do Prado Brandão e Fritz Teixeira de Salles, na criação do *Centro de Estudos Cinematográficos de Minas Gerais - CEC*. (Xavier, 2014, p. 16). Além deles, Paulo Henrique Silva dimensionou o impacto da *Revista de Cinema* na cinefilia brasileira, enfatizando sua influência nos principais polos culturais do país. Ele ressaltou que as gerações seguintes de críticos mineiros assumiram a responsabilidade de perpetuar esse legado, consolidando uma vocação natural para pensar o cinema de maneira crítica e aprofundada (Silva, 2019, p. 196).

Essa defesa feita pela *Revista de Cinema* a um estilo de crítica mais denso, em contraste com a metodologia jornalística de viés mais objetivo e informativo, é emblemática porque, em 1964, dez anos após propor uma "revisão do método crítico brasileiro" (1954), emergiu no âmbito da própria publicação um debate que desafiava suas práticas tradicionais. Esse movimento tinha como objetivo refletir sobre a simplificação da linguagem crítica, com a intenção de reduzir o distanciamento entre o crítico e o leitor comum, ampliando o alcance das discussões cinematográficas para além dos círculos acadêmicos e intelectuais.

Impulsionados pela expansão dos cineclubes brasileiros durante a década de 1960⁸⁶, críticos notórios que escreviam para a revista, como Antônio Lima, Carlos Prates Correia, Cyro Siqueira, Flávio Werneck, Geraldo Veloso, Haroldo Pereira, Ronaldo Brandão e Ronaldo Noronha, reuniram-se para refletir sobre o impacto negativo que o excesso de tecnicismo e formalismo poderia ter na recepção das críticas, afastando o público e limitando o diálogo sobre cinema. Na ocasião, eles indagaram se o rigor excessivo na prática da escrita cinematográfica poderia alienar potenciais leitores e desencorajar uma audiência mais ampla no debate sobre os filmes, impactando o alcance e a influência de seus textos.

Haroldo Pereira (1964) levantou a hipótese de que a expansão dos cineclubes havia despertado um interesse crescente pelo cinema, especialmente entre os estudantes. No entanto, segundo ele, esse entusiasmo não foi acompanhado pelo desenvolvimento da crítica, que permanecia "estagnada", presa aos cânones que a exaltavam como uma atividade restrita a elites intelectuais. Pereira (1964) argumentou que, enquanto a paixão pelo cinema florescia entre os jovens, a crítica brasileira continuava apegada a um estilo literário que não dialogava com esse novo público. Ele sugeriu que essa desconexão entre a crítica e os cinéfilos emergentes poderia ser superada por meio de uma abordagem mais acessível e didática, capaz de facilitar a compreensão e o engajamento de um público mais abrangente:

A crítica mineira está marginalizada até da própria cultura cinematográfica, que se manifesta em grande parte através dos cineclubes. Em 1954 só havia praticamente o Centro de Estudos Cinematográficos funcionando em Belo Horizonte. Hoje temos mais de vinte cineclubes na cidade, quase todos funcionando em colégios; escolas de nível superior também fazem, periodicamente, exhibições de filmes escolhidos, assim como as associações culturais de representações estrangeiras. No entanto, tudo isso ocorreu sem que a crítica tomasse conhecimento sequer. Talvez se dedicássemos mais tempo à nossa função a gente pudesse ter participado desse processo e feito mais pela causa que ele simboliza (Pereira, 1964, p. 03).

⁸⁶ Embora a propagação dos cineclubes tenha se intensificado a partir da década de 1960, eles já existiam no Brasil desde 1928, com a fundação do *Chaplin Club*, a primeira agremiação cinéfila do país (Lourenço, 2011, p. 23).

Na sequência, o debate se desenvolveu da seguinte maneira:

Geraldo Veloso: Seria bom que a crítica fosse mais didática ou mais jornalística, fosse mais desenvolvida para o público. (...) A crítica podia reconciliar-se com o público se ela resolvesse amenizar um pouco a sua linguagem. (...) A crítica diária só pode chamar a atenção, tanto do jornal como do público, se ela é feita numa linguagem "atraente". Por exemplo: aviso prévio sobre filmes a serem lançados, apreciação geral dos filmes em cartaz, fotos, cotações. São artifícios perfeitamente válidos e não significam, em absoluto, concessões da parte da crítica. Ela só pode ganhar com isso, porque um crítico é tanto mais útil quanto melhor for, mas também quanto mais leitores tenha.

Ronaldo Brandão: Pode haver, sim, uma conciliação. Escrevendo para um dos jornais mais lidos de São Paulo, Jean-Claude Bernadet fazia uma crítica excelente e que todo o mundo entendia, realmente um modelo de crítica.

Carlos Prates Correia: Concorde, o leitor tem mais facilidade de se acostumar com quem usa uma linguagem mais acessível. Quando o crítico se faz entender facilmente, ele "pesca" leitores. (...) Os críticos poderiam, também, se esforçar para ficar encarregados de toda a página de cinema, inclusive a programação e as notícias.

Ronaldo Brandão: O dono do jornal está pensando sempre em termos de empresa, seu objetivo é fazer com que o produto venda. Até hoje ele tem considerado o crítico como um "intelectual", que escreve coisas esotéricas. Com uma linguagem mais acessível ele pode muito bem passar a ver a coluna de cinema como um setor importante do jornal, um setor que faz parte do corpo do jornal (*Revista de Cinema*, 28ª ed., 1964, p. 18).

Feita essa digressão sobre a tradição da crítica brasileira no que tange ao uso da linguagem, o debate será retomado no próximo tópico sob uma perspectiva renovada. Nele, será explorado um paradigma que acredita-se ter exercido um impacto ainda mais profundo na atuação dos críticos do que a expansão dos cineclubes nos anos 1960: a popularização do *home-vídeo* ao longo da década de 1980, elemento central da presente pesquisa. Com base na análise do conteúdo produzido pela *SET*, investigar-se-á como o fenômeno do vídeo ampliou o debate cinematográfico para além dos limites do nicho tradicional de cinefilia, promovendo uma democratização do discurso crítico e incentivando o uso de uma linguagem mais acessível, que dialogava diretamente com os espectadores eventuais.

Adicionalmente, será analisado como a consolidação de uma proposta editorial mais voltada ao jornalismo contribuiu para esse processo, à medida que atributos característicos da prática jornalística, como concisão, clareza e objetividade, foram incorporados e adaptados às críticas veiculadas pelas revistas de cinema, atendendo às demandas de um novo público e às exigências de um mercado em transformação.

2.2.3.2 A CONTRIBUIÇÃO DA SET PARA A LEGITIMAÇÃO DE UM DISCURSO CRÍTICO POPULAR

Quando o *home-vídeo* se disseminou no Brasil, o cinema passou a alcançar com maior frequência a rotina de uma audiência cada vez mais ampla e genérica, formada “não necessariamente por cinéfilos, mas por espectadores passivos, que, quando muito, se informavam sobre o *star-system* em que os filmes de grande público estavam envolvidos” (Couto, 2023). Como regra, esses novos consumidores não estavam propriamente interessados em debates teóricos sobre teorias gerais do cinema, movimentos de vanguarda ou mesmo análises mais aprofundadas de grandes clássicos, mas em recomendações práticas sobre quais filmes escolher nas videolocadoras. Em resposta a esse cenário, as revistas de cinema que emergiram durante os anos 1980 adaptaram suas propostas editoriais para atender às novas demandas desse público em expansão, incorporando espectadores interessados em entretenimento ao seu público-alvo.

Diante desse contexto, a crítica cinematográfica dos anos 1980 passou por uma importante transformação em seus processos de produção e consumo, refletindo as mudanças na cinefilia da época. Como grande parte desse novo público não possuía familiaridade com os termos técnicos da linguagem cinematográfica, os críticos precisaram adaptar seu estilo de escrita para torná-lo mais acessível a esses leitores, que, embora tivessem maior acesso aos filmes devido à popularização do *home-vídeo*, não eram necessariamente habituados a análises especializadas. Esse processo levou a uma simplificação da linguagem crítica, moldada para atender ao chamado “leitor comum”, resultando na ampliação do alcance das discussões cinematográficas, tornando-as mais inclusivas.

Antes de prosseguir, cabe aqui um adendo: ao mencionar a expressão “simplificação da linguagem crítica”, busca-se conceituá-la como um modelo de escrita que, sempre que possível, tem como objetivo facilitar a compreensão de conceitos técnicos do cinema para um público menos experiente. Isso não implica, contudo, o abandono de termos específicos da linguagem cinematográfica, sobretudo daqueles indispensáveis ao exercício crítico e essenciais para a abordagem de aspectos fundamentais das obras analisadas. Esse modelo comunicativo reflete um estilo redacional informativo, típico do jornalismo, no qual exemplos práticos são frequentemente empregados para esclarecer pontos mais complexos, enquanto expressões técnicas, quando utilizadas, são acompanhadas de explicações didáticas. Além disso, essa

abordagem busca ser simpática e acessível ao público, utilizando recursos como humor e referências culturais populares para tornar a leitura mais leve e envolvente, mesmo ao tratar de questões técnicas ou conceitualmente desafiadoras.

Um exemplo claro desse formato pode ser observado na crítica de *Arizona Nunca Mais* (1987), escrita por Pepe Escobar para a segunda edição da *SET*. No texto, aspectos técnicos relacionados ao filme, como enquadramentos, angulações de câmera e *mise en scène*, são tratados como pilares centrais da análise. Não obstante, sua proposta comunicacional busca facilitar a compreensão dos elementos retratados, ou, ao menos, apresentá-los em um estilo menos professoral, viabilizando uma imersão relativamente acessível sem comprometer a densidade da análise:

Arizona Nunca Mais (1987): Há filmes que já nascem com seu certificado *cult* impresso em celuloide. No que se refere ao cinema americano, safra 86-87, esse é o caso, entre outros, de *Dainbalió*, *Totalmente Selvagem*, *Veludo Azul*, e, indispensável, *Arizona Nunca Mais*. Na aparência, trata-se de uma vertiginosa blague *high-tech*, um mix de melodrama carcerário, novela familiar, *road movie*, desenho animado, farsa popular estilo *Os Três Patetas*, *western-spaghetti* e fábula sentimental à la Frank Capra. Seu ritmo de história em quadrinhos intima ao prazer a cada ângulo inédito, cada *travelling* vertiginoso, cada panorâmica, cada *rush* alucinado de *steadycam* (uma câmera com um sistema de contrapeso que evita trepidações, mesmo nos movimentos mais abruptos). (...) Os irmãos Coen e seu super diretor de fotografia, Sonnenfeld, reinventam a perseguição automobilística suburbana, o arquétipo do motoqueiro apocalíptico (ecos de *Mad Max* e Sergio Leone), multiplicam as cenas hilariantes e arrasam definitivamente com uma alucinante corrida de *steadycam* – durante a qual o bebê vai trocando de mãos, *extra-cool*, como se nada estivesse acontecendo (*SET*, 2ª ed., 1987, p. 58-60).

A crítica de *Blade Runner – O Caçador de Androides* (1982), escrita por Alex Antunes para a sétima edição da *SET*, segue uma proposta similar. Antunes aborda de maneira apropriada os aspectos obscuros da trama, como as motivações filosóficas dos personagens, fundamentais para compreendê-los em suas nuances mais intrincadas, além de explorar aspectos técnicos do filme, incluindo as intenções do diretor Ridley Scott ao tomar determinadas decisões criativas. Essa análise se mostra relativamente aprofundada, o que é condizente com a complexidade do filme. No entanto, para tornar esses pontos mais didáticos, Antunes insere explicações ao longo do texto, fazendo uso de ressalvas entre parênteses e citando exemplos notórios e emblemáticos do cinema para facilitar a assimilação e promover o engajamento do leitor:

Blade Runner – O Caçador de Androides (1982): O *cult-movie* dos anos 80. (...) O encanto do filme é inegável: o diretor (inglês) Ridley Scott combina futurismo, o mito de *Frankenstein*, boa música e excelentes imagens – sem falar no elenco afiado – e tempera o coquetel com algumas obsessões pessoais suas, filtradas desde *Os Duelistas* e *Alien*. (...) O futuro, para Scott, é pano de fundo (como em *Alien*, o diretor situou a ação no início do próximo século para dar credibilidade aos elementos mais fantásticos do enredo). O que importa, na verdade, é o clima do filme, apropriado do cinema *noir*, o policial americano de quatro décadas atrás – e não à frente. É nesse contexto que se defrontam policiais e rebeldes, as duas margens de qualquer sistema contemporâneo. (...) Em sua ação (greve?), os androides não hesitam em eliminar os humanos, que não têm respostas para os seus anseios físicos (longevidade), quanto mais para os metafísicos (identidade). (...) Embalado em tons sombrios e música melancólica, o que o protagonista Deckard investiga é a condição humana, espelhada nos androides. (...) Na sequência final, uma curiosidade: as exuberantes tomadas aéreas do *happy end* são sobras de filmagens de Stanley Kubrick, rejeitadas na montagem da abertura de *O Iluminado* (SET, 7ª ed., 1988, p. 16).

As escolhas relacionadas ao estilo de linguagem são moldadas por diversas variáveis ligadas ao contexto em que ela é criada. No caso da crítica dos anos 80, um dos fatores decisivos foi o aumento dos lançamentos em fitas cassetes, o que levou a uma expansão considerável do número de filmes abordados. Esse volume substancial demandava dos críticos uma resposta rápida e eficiente, forçando-os a equilibrar a qualidade das análises com a alta produtividade necessária para atender às demandas do mercado. As grandes editoras, por sua vez, buscando maximizar o alcance e o impacto de suas publicações, impunham prazos rigorosos, criando um ambiente no qual "o volume de trabalho do crítico, encarregado de assistir a um número considerável de filmes em tempo limitado, levaria a uma redução natural do desenvolvimento de cada texto" (Carmelo, 2019, p. 424).

Fábio Leite (2019, p. 83) destaca que essa dinâmica impôs aos críticos a necessidade de adotar uma abordagem mais ágil e concisa em suas análises, permitindo-lhes ajustar-se à velocidade com que o mercado de vídeo se expandia:

Com o *boom* do mercado de vídeo, em meados dos anos 80, e da efervescência de cinematografias antes tidas como “exóticas”, a discussão sobre cinema foi alentada. (...) Tínhamos pouco tempo para elaborar um texto: aprendemos, então, a lidar com a síntese, a evidenciar dois ou três aspectos fundamentais do filme, no lugar de tentar abarcar um mundo em 30 linhas. (Leite, 2019, p. 83).

A produção textual mais ágil, impulsionada pelo ritmo acelerado do mercado, impactou diretamente o tom da linguagem utilizada pelos críticos, que precisou se adequar ao nível de profundidade que cada análise era capaz de alcançar. A pressão por prazos curtos e pela

crescente demanda por conteúdo resultou em textos mais objetivos, os quais privilegiavam uma linguagem prática e direta, em detrimento de críticas mais densas, que exigiam maior tempo de reflexão e elaboração. Nesse novo cenário, o crítico, antes atuando como mediador para um público que experienciava o cinema de forma mais esporádica — limitado às programações do circuito exibidor ou das redes de televisão —, foi desafiado a estabelecer um diálogo com uma audiência que, com o advento do vídeo, tinha acesso muito mais amplo, frequente e instantâneo às produções audiovisuais.

Essa realidade demandou uma reconfiguração do discurso crítico, revelando a interdependência entre as novas mídias e as modalidades emergentes de consumo cultural. Sobre o tema, José Geraldo Couto (2023) ressalta que o estilo do texto e as referências que ele evoca estão diretamente ligados ao público-alvo ou à percepção que o crítico tem desse público. O jornalista ainda observa que é comum o crítico, ao escrever para uma publicação específica, basear-se em outros textos do mesmo veículo para encontrar o tom adequado, buscando uma "embocadura" que dialogue melhor com os leitores. Além disso, ele entende que "a publicação, ou seu público presumido, de certa forma molda o estilo do crítico, ou estabelece algumas balizas para a sua atuação" (Couto, 2023). Essas observações sugerem que, para Couto, o exercício da crítica não necessariamente ocorre em um vácuo criativo, mas sim em um espaço condicionado por expectativas editoriais e pelas características do público-alvo. A "embocadura" mencionada por ele remete a um esforço de adaptação, no qual o crítico ajusta sua linguagem e abordagem para alcançar uma sintonia com os leitores, reforçando a ideia de que a prática crítica não é apenas uma atividade de expressão individual, mas também um ato de comunicação mediado pelo contexto sociocultural e editorial no qual está inserida.

Seguindo essa interpretação, é plausível relacionar as declarações de Couto ao período em que ele escreveu para a *SET*. Embora a revista apresentasse uma abordagem eclética, seu formato "*pop*"⁸⁷ tinha a manifesta intenção de torná-la acessível e atrativa ao grande público, alinhando-se às diretrizes da *Editora Azul* para expandir o alcance de sua audiência. Essa proposta, provavelmente, demandou não apenas de Couto, mas de todos os críticos da revista,

⁸⁷ O termo cultura *pop* foi concebido durante o século XIX para se referir à cultura popular característica das camadas sociais mais desfavorecidas, fazendo um contraponto à chamada "alta cultura", típica das elites, a qual girava em torno de obras feitas por artistas renomados, contratados pela aristocracia. A partir do final da Segunda Guerra Mundial, a cultura popular passou a ser conectada à ideia de cultura de massa, cultura do consumo, cultura da imagem e cultura da mídia. A forma abreviada com o uso do "*pop*" no lugar de "popular" começou a ser utilizada no final dos anos 50 e se tornou comum nos anos 80, sendo aplicada para descrever produtos culturais que tinham caído na graça do público. Ver **Portal Educa mais Brasil**, 2022. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/o-que-e-cultura-pop>.

uma postura alinhada ao estilo de comunicação e à imagem que a *SET* almejava consolidar no mercado. Quando Couto afirma que, durante sua atuação na *SET*, acabou dedicando maior atenção a filmes hollywoodianos — priorizados pela revista — em detrimento do cinema que mais lhe interessava pessoalmente (Couto, 2023), ele está indicando uma flexibilização de suas escolhas individuais em favor das preferências do público e das demandas comerciais da publicação. Tal dinâmica reflete um aspecto essencial do exercício da crítica, que frequentemente exige um equilíbrio entre a visão particular do autor e as exigências institucionais do veículo em que atua, especialmente no caso de publicações de grande circulação, como a *SET*.

Dito isso, pode-se especular que o direcionamento editorial da *SET* demandava, ainda que de forma implícita, textos capazes de dialogar com um amplo espectro de leitores. Essa abordagem possivelmente influenciava, em algum grau, a atuação dos críticos da revista, que, embora desfrutassem de considerável liberdade criativa para desenvolver suas análises e argumentos (Sadovski, 2022), procuravam evitar que seus textos ultrapassassem certos limites, tornando-se excessivamente herméticos ou voltados a nichos restritos. Essa tendência pode ser observada nos exemplos a seguir:

***Os Intocáveis (1987)*:** Um clássico dos anos 80. Depois de se exercitar no terror e no suspense e de se especializar nas paródias e citações de Hitchcock, De Palma chega à maturidade recriando com requintes de superprodução e segurança de mestre um dos gêneros mais caros à velha Hollywood: O filme de gângster. Ao contrário de Coppola, que subverteu os clichês do gênero na saga de *O Poderoso Chefão*, ele volta ao maniqueísmo otimista e espetacular. Na guerra entre o agente federal Eliot Ness e o arquivilão Al Capone (De Niro, em performance deliberadamente exagerada), os bons são imaculadamente bons e os maus são terrivelmente maus. (...) O roteiro — escrito por David Mamet a partir das memórias do próprio Ness — não deixa o pique cair em nenhum momento, e a música de Ennio Morricone é eletrizante desde a apresentação dos letreiros. Para completar, o elenco é perfeito — Connery levou o Oscar de coadjuvante por sua interpretação do intocável Malone. Imperdível (*SET*, 13ª ed., 1988, p. 16);

***O Ano Em Que Vivemos Em Perigo (1982)*:** O clima quente da Indonésia em 1965 pode ser a melhor história da vida do jornalista australiano vivido por Mel Gibson. O governo de Sukarno está em colapso, os comunistas avançam e a direita planeja um golpe nos bastidores. O que não impede nosso anti-herói de se envolver com a diplomata inglesa interpretada por Sigourney Weaver. Por trás de tudo, como um mestre de marionetes, a figura do anão idealista interpretado shakespearianamente por Linda Hunt (Oscar de melhor atriz coadjuvante por sua performance imbatível). Mais ao fundo, ainda, o choque cultural tão precioso à filmografia do australiano Weir. Visão oposta à de *Salvador* (de Oliver Stone), sem super-herói, panfletagem ou atos de bravura. Um filme de verdade, o melhor dos inúmeros que colocam jornalistas em perigo durante anos críticos. Uma coronhada na cara (*SET*, 1ª ed., 1987, p. 72);

***O Iluminado (1980)*:** A apavorante história do escritor que aceita emprego de zelador em um hotel enorme e isolado, daqueles que fecham no inverno. La, alguns

fenômenos inexplicáveis começam a mexer com sua cabeça... Azar da mulher e do filhinho paranormal, que foram junto. Kubrick, genial e perfeccionista, compôs o ambiente do hotel com cenários de estúdio e locações em dois continentes. Para Nicholson, pediu uma interpretação exagerada, babando mesmo. O ator, que vinha de várias interpretações de psicopatas (inclusive o aclamado louco consciente de *O Estranho no Ninho*), abusou o quanto pôde, irritando a crítica especializada. Stephen King, autor da história, repudiou o filme. Azar deles, é uma obra-prima (SET, 1ª ed., 1987, p. 74).

A análise dos exemplos selecionados, que abrangem filmes de diferentes gêneros — um policial (*Os Intocáveis*), um drama político (*O Ano em que Vivemos em Perigo*) e um terror (*O Iluminado*) —, todos com um certo grau de complexidade narrativa, demonstra o uso de uma linguagem versátil, capaz de informar e de entreter na mesma medida. Levando em conta que o perfil dos leitores da SET, as críticas se esforçavam para equilibrar, dentro do espaço limitado que tinham, a análise de aspectos técnicos e narrativos de forma mais abrangente, favorecendo um nível maior de engajamento perante parte do público que poderia repelir aprofundamentos mais especializados.

A crítica de *Os Intocáveis*, por exemplo, utiliza uma linguagem compatível ao estilo comercial do filme, mesmo ao abordar questões técnicas, como o estilo de direção de Brian De Palma. A expressão "requintes de superprodução" é usada para destacar a maturidade do cineasta, assim como o maniqueísmo intencional dos personagens, descrito como "otimista e espetacular". Já na análise de *O Ano em que Vivemos em Perigo*, há uma conexão entre o romance dos protagonistas e o cenário político da Indonésia, simplificando de forma engenhosa a complexa situação política do país durante o golpe militar. A crítica recorre a expressões carregadas de simbolismo, elogiando o filme por fugir dos clichês de "super-heroísmo, panfletagem ou atos de bravura", características comuns do gênero, e o descreve como "um filme de verdade", chegando a classificá-lo como "uma coronhada na cara". Já a crítica de *O Iluminado* ameniza o impacto das sensações perturbadoras provocadas pelo filme ao adotar um tom bem-humorado, como na expressão "azar da mulher e do filhinho que foram junto". Além disso, trata com leveza e humor a atuação deliberadamente exagerada de Jack Nicholson, descrevendo seu personagem como um louco "babando".

2.2.3.3 CRÍTICA JORNALÍSTICA OU JORNALISMO CRÍTICO? A FUNÇÃO INFORMATIVA DA SET

Um ponto marcante na estruturação da linguagem da SET é o seu caráter essencialmente jornalístico, o qual, como destaca Sadovski (2022), combinava uma leitura leve com

informações de qualidade⁸⁸. A análise das 30 edições publicadas entre junho de 1987 e dezembro de 1989 revela que os críticos mais atuantes da revista durante os anos 80 - Alex Antunes, Marcel Plasse, Eugênio Bucci, José Geraldo Couto, Walter Silva, Dilson Gomes, Carlos Volpato, Deborah Peleias e Mario Nery Amir Labaki, Ana Maria Bahiana, Antônio Querino Neto, José Emílio Rondeau, Leon Cakoff, Luiz Nazário e Paulo Capuzzo – eram jornalistas de formação⁸⁹. Com base nessa composição, é possível considerar que o conteúdo veiculado pela *SET* seguia critérios próprios de produção textual, mais alinhados às práticas jornalísticas do que àqueles priorizados por algumas das revistas de cinema mais tradicionais do passado, que contavam com cineastas, cronistas, poetas e intelectuais entre seus colaboradores⁹⁰.

A configuração editorial da *SET*, especialmente devido à sua ligação com a *Editora Azul*, vinculada à *Editora Abril*, era norteada por normas explícitas e implícitas que orientavam a atuação de seus críticos. Entre essas diretrizes, destacava-se o *Manual de Redação da Editora Abril: Como Escrever Bem Para As Nossas Revistas*⁹¹, que condensava grande parte das regras comunicacionais da editora. O manual estabelecia orientações didáticas e imperativas,

⁸⁸ Sobre o caráter jornalístico da *SET*, Roberto Sadowski aponta: “A *SET* nunca foi revista de crítica, não é? A crítica era uma parte pequena da revista. A revista era de reportagens, de jornalismo mesmo. (...) Existia uma pauta ali. E dentro dessa pauta, existia a crítica do filme. A crítica era apenas uma parte do todo” (Sadowski, 2022).

⁸⁹ Os nomes dos redatores e críticos que atuaram na *SET* durante os anos 80 foram extraídos de uma lista elaborada pela própria revista, publicada em sua última edição daquela década, em dezembro de 1989. Na reportagem “*Os Melhores da Década*”, os críticos mais atuantes da publicação durante o referido período, os mesmos citados neste trabalho, votaram e participaram da escolha dos 10 melhores filmes produzidos nos anos 80. Os títulos eleitos foram: 1º *Asas do Desejo* (1987), 2º *Os Eleitos* (1983), 3º *Fanny e Alexander* (1982), 4º *Touro Indomável* (1980), 5º *Ran* (1985), 6º *Os Intocáveis* (1987), 7º *Cabra Marcado Para Morrer* (1984), 8º *Uma Cilada Para Roger Rabbit* (1988), 9º *Casanova e a Revolução* (1982) e 10º *Mulheres à Beira de Um Ataque de Nervos* (1988) (*SET*, 30ª ed., 1989, p. 40-43).

⁹⁰ A tendência de elaboração de críticas cinematográficas por artistas e intelectuais nas revistas especializadas brasileiras pode ser bem identificada por meio da análise do conteúdo veiculado pela *Revista de Cinema*. Levando em consideração, por amostragem, os dois primeiros exemplares da publicação, é possível notar a contribuição de figuras renomadas do cenário artístico mundial, como John Grierson, considerado o pai do documentário moderno, com seu artigo *Os Três Princípios Básicos do Documentário* (*Revista de Cinema*, 1ª ed., 1954, p. 14), e Vittorio de Sica, um dos maiores expoentes do neorealismo italiano, que contribuiu com o texto *O Maravilhoso Meio de Expressão* (*Revista de Cinema*, 2ª ed., 1954, p. 24-25). Além de cineastas internacionais, a revista também contava com colaborações de importantes intelectuais brasileiros, como o poeta e historiador mineiro Fritz Teixeira de Salles, que escreveu o ensaio *Ligeiras Notas Sobre o Cinema Francês* (*Revista de Cinema*, 1ª ed., 1954, p. 15-18); o roteirista Maurício Gomes Leite, autor do texto *O Filme Musical* (*Revista de Cinema*, 2ª ed., 1954, p. 29-34); e o também poeta e ensaísta Jacques do Prado Brandão, que escreveu o ensaio *Augusto Lumière* (*Revista de Cinema*, 2ª ed., p. 35-36).

⁹¹ Embora o *Manual de Redação da Editora Abril: Como Escrever Bem Para As Nossas Revistas* tenha sido originariamente publicado em 1990, acredita-se que suas diretrizes já faziam parte do repertório institucional da *Editora Abril* entre os anos de 1987 e 1989, período no qual a *SET* circulou durante a década de 1980. Essa suposição justifica-se pela evidente padronização editorial observada em publicações vinculadas à *Editora Abril*, como a *Veja*, *Contigo*, *Boa Forma*, *Terra*, *Viagem e Turismo*, *Saúde*, *AnaMaria* e *Bizz*, que se adequavam a essas orientações, priorizando uma escrita objetiva, clara e acessível, alinhada às práticas editoriais que viriam a ser formalizadas no manual.

posicionando-se, de forma autoproclamada, como um recurso indispensável para todos os profissionais que lidam com a escrita — não apenas jornalistas, mas também escritores em geral (1990, contracapa). Ademais, ele incentivava a adoção de um estilo textual focado em elementos como objetividade e concisão, além de oferecer "dicas para redigir com clareza, bom gosto e precisão" (1990, contracapa). Posicionando-se como um padrão a ser seguido, o manual buscava uniformizar a comunicação editorial das revistas da *Editora Abril*, incluindo a *SET*, o que decerto contribuiu para consolidar a identidade da revista, influenciando diretamente o tom e a abordagem dos seus textos críticos.

Trata-se de um manual prático de redação para jornalistas, escritores, editores, estudantes, profissionais ou amadores. (...) Criado pela Editora que publica as melhores e mais bem escritas revistas do país, entre as quais VEJA, PLAYBOY, EXAME, QUATRO RODAS, SUPERINTERESSANTE... Aqui você encontrará todas as dicas para redigir com clareza, bom gosto e precisão. As técnicas de estilo e edição. Como eliminar as pragas do seu texto. As dúvidas mais comuns, da ortografia à crase. Tabelas de Conversão (*Manual de Redação da Editora Abril: Como Escrever Bem Para As Nossas Revistas*, 1990, capa, contracapa).

Este tipo de manual era especialmente relevante na época, pois visava garantir a uniformidade e a qualidade dos textos publicados em revistas de grande circulação em um contexto pré-internet, no qual as publicações impressas desempenhavam um papel central como fontes de informação e entretenimento. Além disso, projetos editoriais como este buscavam otimizar a prática jornalística, alinhando-a aos interesses comerciais das editoras e promovendo uma maior integração entre as redações e os departamentos de *marketing*, com o objetivo de atrair anunciantes e financiadores. Djenane Moreira (2023, p. 95) destaca que as diretrizes estabelecidas por essas cartilhas editoriais influenciavam diretamente a atuação dos jornalistas contratados pelos veículos que as adotavam. Segundo a autora, a adesão a esses padrões era tratada como uma exigência fundamental para os profissionais da área, de tal forma que aqueles que não demonstrassem as habilidades esperadas ou não se adaptassem aos critérios estabelecidos frequentemente enfrentavam demissões sumárias, refletindo o rigor das empresas em manter a coerência editorial e a eficiência comercial de suas publicações⁹².

Sobre a simplificação da linguagem adotada pela *SET*, tema já ventilado anteriormente, trata-se de uma estratégia utilitária do jornalismo voltada a viabilizar a comunicação de massa.

⁹² Djenane Moreira cita o *Projeto Folha*, instituído por Otavio Frias Filho para o jornal *Folha de São Paulo*, em 1984, como paradigma das mudanças nos projetos editoriais promovidos no jornalismo brasileiro durante a década de 80. A pesquisadora aponta que, embora os manuais de redação tivessem sido introduzidos em 1950, pelo jornal *Diário Carioca*, foi a partir do *Projeto Folha* que essas cartilhas se tornaram mais relevantes, passando a ser estudadas em escolas de jornalismo e adotadas por redações de outros jornais (Moreira, 2023, p. 95).

Essa adaptação do discurso busca tornar o conteúdo mais atraente para leitores com diferentes níveis de escolaridade e familiaridade com o tema abordado, além de organizar as informações de forma a facilitar sua compreensão e assimilação pelo público (Medina, 2008, p. 23-42). Luiz Beltrão (1976, p. 25-48), pioneiro nos estudos de comunicação popular no Brasil, ressalta que os textos jornalísticos devem ser elaborados de forma a tornar a mensagem viável ao maior número possível de pessoas, superando barreiras cognitivas e culturais. O autor argumenta que, em um país com ampla diversidade socioeconômica e educacional, como o Brasil, a clareza e a objetividade são essenciais para que a mensagem chegue de maneira eficaz a diferentes segmentos da população (Beltrão, 1976, p. 25-48). No mesmo sentido, Lago Burnett (1967) defende que o uso de uma linguagem acessível é crucial para que os textos cumpram seu papel informativo, independentemente do nível de conhecimento prévio do leitor sobre o assunto tratado:

O jornalista busca a simplicidade para fazer-se entendido pelo maior número possível de leitores. Nessa busca, é seu dever repudiar não somente a adjetivação opinativa, como toda e qualquer expressão que possa tornar a leitura difícil ao homem comum. O bombástico, o grandiloquente, o pejorativo, o intelectualismo, o cientificismo, o apoteótico, o falso pitoresco, o pseudofolclórico, não se enquadram na tessitura da notícia (...). Assim é a notícia. Nós procuramos envolvê-la com uma linguagem clara, objetiva, concisa, para atingir, da maneira mais direta, o cliente (Burnett, 1967).

Acerca do tema, Arthur Dapieve (2014, p. 106) aponta que a simplificação da linguagem no jornalismo não tem como objetivo "paternalizar" ou "imbecilizar" o texto, mas, sim, otimizar a comunicação. O autor sublinha que, para preservar a clareza do discurso jornalístico, o repórter deve evitar ser traído por seu próprio conhecimento especializado, assumindo que aquilo que lhe é familiar será igualmente compreensível para todos os leitores. Ele reforça a importância de manter o conteúdo acessível aos não iniciados, sem cair no erro de utilizar expressões técnicas como uma ferramenta de exibicionismo, algo que, segundo ele, transforma o profissional em um "chato pedante", e não em um especialista respeitado. Por fim, Dapieve (2014) argumenta que o verdadeiro desafio no jornalismo cultural reside na habilidade de "trocar figurinhas" com o leitor, estimulando-o a se interessar e a buscar mais sobre o assunto, seja ele algo complexo, como o expressionismo alemão, ou um tema mais popular, como o samba de roda.

Essas considerações de autores renomados, embora voltadas para aspectos gerais do jornalismo, se aplicam de maneira muito pertinente ao campo das críticas cinematográficas, em que o estabelecimento de um vínculo intelectual e emocional entre o crítico e seu leitor é

fundamental. No caso da *SET*, partia-se do pressuposto de que a crítica de cinema, para alcançar uma comunicação eficiente com seu público-alvo, passava pela capacidade de cativá-lo com um estilo de leitura de fácil assimilação. O fato de as críticas da revista serem produzidas exclusivamente por jornalistas de formação favorecia a adesão a esse processo, uma vez que a simplificação da linguagem é uma prática consolidada no campo jornalístico (Moreira, 2023, p. 31-32).⁹³. Ademais, o fato da revista ser promovida por uma grande editora de alcance nacional, a *Editora Azul*, cujo objetivo era alcançar vendas em larga escala, tornava ainda mais premente a proposta de um formato inclusivo, capaz de atrair leitores de diferentes perfis e interesses.

O tom de linguagem adotado pela *SET*, frequentemente, variava conforme os gêneros e as propostas de cada filme. Para produções mais comerciais, como comédias adolescentes, aventuras e filmes de fantasia — típicas da cinematografia dos anos 80 —, a revista optava por um estilo mais informal, pontuado por humor e por expressões juvenis. Isso refletia uma tentativa de se conectar diretamente com o público mais característico dessas produções, formado, em sua maioria, por jovens consumidores que buscavam entretenimento rápido e descompromissado. Esse estilo, como já observado em outras seções, era adequado ao espírito da época, marcado pela crescente demanda por filmes voltados à lógica de mercado e ao consumo de massa. Nesse sentido, a crítica mais descontraída dialogava de forma eficaz com esse público, refletindo as preferências culturais do período, e se posicionando como uma fonte capaz de engajar leitores que talvez se afastassem de análises mais densas ou sofisticadas.

Roberto Sadoski (2022) destaca que o humor era uma estratégia central utilizada pela *SET* para cativar seu público. Funcionando como uma via de aproximação, ele permitia que a revista relativizasse hierarquias intelectuais geralmente impostas na relação entre crítico e leitores, fazendo com que estes últimos se sentissem acolhidos e envolvidos, "como se estivessem numa conversa descontraída com amigos" (Sadoski, 2022). Essa abordagem, mesmo que ocasionalmente resultasse em análises mais superficiais, tinha inegável eficácia em atrair leitores menos exigentes, quebrando barreiras que historicamente separavam a crítica cinematográfica mais tradicional do grande público. Os exemplos a seguir, extraídos de críticas

⁹³ Segundo Djenane Arraes Moreira, a simplificação da linguagem é, historicamente, mais comum no jornalismo cultural que em outros ramos jornalísticos. A autora aponta que a pressão de um mercado fortemente orientado ao consumo, aliada à falta de elementos identitários mais sólidos no segmento, incentiva a adoção de um estilo de linguagem mais genérico e popular (Moreira, 2023, p. 31-32).

da *SET*, ilustram de forma categórica essa adaptação textual focada no humor, na leveza e no uso de expressões descontraídas, tais como “gatinhas”, “mocinhas” e “plateias juvenis”:

Namorada de Aluguel (1987): Ronaldo Miller, um *teenager* desengonçado e com amigos esquisitos, gastou os últimos 5 anos cortando 180 milhas de grama para economizar mil dólares e comprar um telescópio. (...) Ao som do clássico *Can't Buy Me Love*, dos *Beatles*, ele contrata a gatinha Cindy para passar por sua namorada durante um mês e conquistar a turma. Mais uma produção do braço “adulto” dos Estúdios Disney, numa comédia romântica, divertida, e que ensina os passos de dança de um ritual do tamanduá africano (*SET*, 28ª ed., 1989, p. 30);

Férias do Barulho (1985): Em suas férias de verão, no luxuoso hotel *Private*, em Miami, Jack e seu amigo Bem resolvem conquistar todas as gatinhas disponíveis, incluindo a bela e rica Dana e a garçonne Patti. (...) Metendo-se em todo tupo de encrenca, os dois agitam o hotel e conseguem, no final, recuperar um diamante roubado de Mrs. Rawlijng, avó de Dana, e os corações das jovens mocinhas (*SET*, 29ª ed., 1989, p. 29);

Ela Vai Ter um Bebê (1988): Embora as historietas de John Hughes pareçam ter sido sintetizadas a partir de personagens de cigarros e refrigerantes que “enriquecem” a cultura de parte da juventude dos anos 80, existe sempre uma autêntica simpatia pelos estereótipos juvenis que aparecem na tela. As crianças perdidas e apaixonadas em *Ela Vai Ter Um Bebê* resolvem amadurecer a custa de uma gravidez não planejada. (...) O romance, amarrado com frágeis toques realistas, fará amolecer as plateias juvenis (*SET*, 29ª ed., 1989, p. 26).

Embora o uso do humor fosse mais frequente em críticas relacionadas a filmes comerciais, eventualmente a *SET* aplicava esse recurso em análises de produções de outros gêneros, sugerindo uma adesão relativamente generalizada a esse estilo de linguagem. Exemplos podem ser observados nas críticas de filmes como o drama dinamarquês *A Festa de Babette* (1987) e o suspense *Vestida para Matar* (1981), que, apesar de pertencerem a gêneros mais sérios, não deixaram de incorporar toques de humor em suas análises:

A Festa de Babette (1987): Babette, uma francesa fugida da guerra civil de 1871 em Paris, vai para um povoado nos Confins da Dinamarca. Filippa e Martina, duas velhinhas amáveis e puritanas, empregam-na como doméstica. Quatorze anos depois, Babette ganha na loteria e decide oferecer um jantar francês em agradecimento. Com esse roteiro singelo até, Axel realizou um filme simples, delicado e encantador. Ao contrário das indagações existenciais características do cinema escandinavo, o simples contraste entre a vida rústica e ascética das velhinhas do pequeno povoado e o refinamento parisiense de Babette, que se evidencia no sofisticadíssimo banquete que prepara, faz mais do que diálogos intrincados e enfadonhos. (...) Apenas uma recomendação: não assista antes do jantar, porque a tentação de deixar as calças no primeiro restaurante francês é quase que irresistível (*SET*, 9ª ed., 1988, p. 23);

Vestida para Matar (1981): Kate Miller é a mulher frustrada no casamento e na cama. Sua libido orienta-se à base de sonhos e de fantasias. Dr. Robert Eliot é o

psiquiatra e, aparentemente, tem a postura dos profissionais: não reage às solicitações sexuais da paciente. Por isso, ela vai à luta. No *Metropolitan Museum of Art*, ela busca muito mais do que simplesmente arte. “Pegar o peru” é uma de suas anotações na agenda, anjo-da-guarda de todo desmemoriado. Rotina, no entanto, existe para ser superada e o “peru” é trocado por um providencial garanhão italiano. Sexo: insaciável, para deleite dela, do motorista do táxi e do garanhão. Mais sexo no apartamento dele: Culpa: a adúltera distraída perdeu a luva no museu, a calcinha no táxi e o anel de brilhantes no quarto. Punição: uma loura ensandecida e munida de uma navalha estilhaça o corpo e o que restou da mente da esposa rejeitada (...) (*SET*, 9ª ed., 1988, p. 22).

José Geraldo Couto (2023) destaca que a estratégia de comunicação acessível, com uma linguagem clara e “desprovida do tom professoral típico das publicações cinematográficas de perfil mais acadêmico”, permitiu à *SET* atender à crescente demanda por informações sobre cinema entre os novos consumidores de vídeo. Segundo ele, ao oferecer orientações especializadas sobre os filmes que chegavam continuamente às videolocadoras, a *SET* desempenhou um papel crucial na formação de uma nova cinefilia no Brasil, ajudando a moldar gostos e hábitos mais sintonizados com as transformações do mercado de entretenimento (Couto, 2023).

Roberto Sadovski (2023) vai no mesmo sentido e ressalta que, com uma linguagem fácil, leve e informativa, a *SET* conseguia abranger tanto o cinema clássico, os festivais e as obras mais autorais, quanto o universo do cinema *pop*, dando um foco mais eclético ao seu conteúdo e expandindo seu público-alvo. Sadovski (2022) destaca, ainda, que a abordagem mais inclusiva adotada pela *SET* contribuiu para transformar o panorama da cinefilia no Brasil. Ele aponta que, ao ampliar o interesse pelo cinema entre o público geral, a revista popularizou o acesso à leitura crítica e ao estudo cinematográfico, tornando-os acessíveis a espectadores que, até então, não estavam familiarizados com a linguagem técnica ou com os debates próprios da crítica especializada.

A crítica às vezes é uma coisa muito hermética, sabe? Muitas vezes as pessoas parecem estar escrevendo para o próprio umbigo, algo que sempre me incomodou muito, inclusive em publicações contemporâneas à *SET*, enquanto eu estava lá. O cinema *pop* era o inimigo. Você tinha que falar das coisas esquisitas, “fora da casinha”, o que eu acho uma bobagem, porque o cinema não é apenas isso. (...) Eu lia uns textos intermináveis e nunca entendia onde a pessoa queria chegar. (...) A *SET* era fácil, fazia com que cinema fosse para todo mundo. Ela não era restrita a um clubinho, era de todos (Sadovski, 2022).

É preciso registrar que a *SET* também se posicionava como uma publicação que valorizava a diversidade de pautas e estilos, além de prezar pela sofisticação jornalística. Diante

dessa proposta, a *SET* atuava como uma ponte entre o cinema de alta cultura e o popular, reforçando junto ao público e aos anunciantes a ideia de que o estilo adotado, embora mais acessível, não comprometia a qualidade das análises apresentadas. Essas abordagens distintas demandava uma flexibilidade no uso da linguagem crítica, de forma que produções tão distintas como *A Última Tentação de Cristo* (1988), capa da 16ª edição, e *Willow – Na Terra da Magia* (1988), capa da 18ª edição, fossem analisadas com enfoques compatíveis às suas respectivas finalidades artísticas e comerciais, mantendo a coesão editorial que caracterizava a revista.

Nesse contexto de diversidade, gêneros como drama, guerra e suspense, geralmente recebiam um tratamento crítico mais aprofundado e elaborado. Nesses casos, a *SET* adaptava sua linguagem para acompanhar as discussões históricas, sociais ou filosóficas que essas obras frequentemente evocavam. Essas análises iam além da simples recomendação ou avaliação superficial, explorando com maior densidade os aspectos subjetivos dos personagens e as camadas narrativas mais intrincadas das obras em questão. O foco não era apenas no enredo, mas também nas motivações, nos dilemas e nas transformações internas dos personagens, proporcionando ao leitor uma visão mais rica e detalhada da obra. Além dessa imersão nos aspectos narrativos, as críticas desses filmes também incluíam reflexões detalhadas sobre elementos técnicos fundamentais, como as escolhas estilísticas do diretor, o desenvolvimento do roteiro, a qualidade das atuações, a trilha sonora e a montagem.

Além disso, esse modelo de análise era geralmente mais extenso e se baseava em um estilo mais clássico, próximo ao dos ensaios, em contraste com o tom mais breve e direto das resenhas voltadas a filmes de entretenimento. A amplificação dos espaços destinados aos textos viabilizava o uso de uma linguagem mais refinada e sofisticada, evidenciando que o nível de profundidade das críticas variava conforme a densidade temática e narrativa de cada produção. Isso permitia que o público tivesse acesso a discussões mais alinhadas com a seriedade dos temas abordados por esses gêneros, e que a crítica, por sua vez, se tornasse um exercício mais reflexivo e interpretativo, não se limitando a uma simples recomendação de consumo, mas buscando uma verdadeira compreensão artística das obras, como podemos extrair dos seguintes exemplos:

Nascido para Matar (1987): No capacete está escrito *born to kill*. No peito, um *button* com o símbolo *hippie* da paz. O soldado de Stanley Kubrick traz a guerra na cabeça, e a paz no coração. Ou vice-versa. (...) A esquizofrenia controlada que marca o recruta está presente em cada um dos 116 minutos de *Nascido Para Matar*, um teorema construído por Kubrick com o rigor e a lógica de um enxadrista. (...) Quem esperar um drama sentimental como *Platton* ou espetacular como *Apocalypse*

Now pode quebrar a cara: enxuto, cerebral ao extremo, o filme de Kubrick priva os espectadores dos prazeres “normais” da guerra-espetáculo hollywoodiana. (...) O Vietnã, segundo Kubrick, é duro, pesado – mas não isento de emoção. Os fatos e as imagens são suficientemente pungentes para dispensar ênfases melodramáticas (*SET*, 7ª ed., 1987, p. 28-30);

***Mississippi em Chamas* (1988):** Se o diretor americano D.W Griffith estivesse vivo para assistir *Mississippi em Chamas*, do inglês Alan Parker, ficaria pasmo e desapontado em perceber que seu colega fez um filme totalmente oposto ao seu *Nascimento de Uma Nação*. Parker rodou um libelo anti-racista enquanto Griffith fez um elogio à Ku Klux Klan, colocando-a como o “mocinho” em contraposição aos negros “bandidos”. (...) Alan Parker não impôs limites ao pavor. Trabalha com uma seita fanática que brinca com o irracional e mata crianças sem pestanejar. (...) Como antítese da obra Griffith, Parker mostra a segregação legalizada do passado refletindo sobre o presente. Em vez de provocar o nascimento da Ku Klux Klan, ele pede o seu sepultamento (*SET*, 21ª ed., 1988, p. 62);

***A Última Tentação de Cristo* (1988):** (...) Depois de conquistar uma sólida reputação como diretor de filmes caracterizados por um certo realismo urbano, Scorsese sentiu-se apto para experimentar o mergulho filosófico-religioso de *A Última Tentação de Cristo*. Encontrou no denso romance de Nikos Kazantzakis – uma leitura heterodoxa da vida de Jesus – o melhor caminho para acertar as contas com a sua própria formação católica e problematizar o confronto desta com um mundo cada vez mais marcado pelo ceticismo, pelo hedonismo e pela ausência de paixão. (...) Menos que exaltar a figura de Cristo ou a religião iniciada com ele, interessa a Scorsese defender a sobrevivência da paixão e do sagrado no coração do homem. Por isso, seu Jesus é tão contraditório, frágil e perturbado: sua fé não é algo que alivia, é algo que doi (*SET*, 26ª ed., 1989, p. 21).

Como se vê, a trajetória editorial da *SET* durante os anos 1980 ilustra uma dualidade intrigante em seu posicionamento crítico. Por um lado, ela adotou uma linguagem acessível para atrair o público emergente do vídeo doméstico, composto por consumidores que, muitas vezes, estavam em seus primeiros contatos com a cinefilia. Por outro, não abdicou da complexidade analítica e da profundidade quando o contexto exigia, ajustando sua abordagem conforme o gênero dos filmes ou sua via de exibição.

De uma forma ou de outra, é imperioso reconhecer que a *SET* tinha como principal objetivo informar e orientar o leitor sobre o consumo dos filmes, sem necessariamente se prender aos rigores canônicos que historicamente conferiam hermeticidade à prática crítica. A disseminação desse modelo durante a década de 80 representou uma ruptura com as tradições anteriores, estabelecendo um novo referencial que viria a se consagrar naquele contexto histórico e, mais que isso, moldar a maneira como as críticas seriam produzidas e consumidas nas décadas seguintes, refletindo a transição para um estilo mais popular de análise cinematográfica, cujas características ainda ressoam nas mídias contemporâneas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação se dedicou a investigar as repercussões da popularização do *home-vídeo* na década de 1980 sobre a crítica cinematográfica brasileira, revelando-se um tema não apenas relevante em si, mas também essencial para a compreensão das transformações culturais, editoriais e sociais desse período. A pesquisa foi conduzida com base na hipótese de que a consolidação do mercado de vídeo foi responsável por instituir um novo perfil cinéfilo no Brasil, estabelecendo o consumo cinematográfico doméstico como a principal via de acesso ao cinema e, redimensionando, assim, a relação do público com os filmes. Confirmada essa premissa, formulou-se uma segunda hipótese, orientada a compreender como esse modelo emergente de cinefilia impactou a produção crítica nas revistas especializadas, destacando as adaptações necessárias para dialogar com um público em transformação e atender às novas demandas impostas por essa revolução cultural.

HIPÓTESE 1 - UMA NOVA CINEFILIA: A “GERAÇÃO DO VÍDEO”

No que se refere à primeira hipótese, a pesquisa apontou, preliminarmente, que os primeiros anos da década de 1980 foram marcados por uma grave crise no circuito cinematográfico brasileiro. Esse período foi caracterizado pelo fechamento contínuo de salas de cinema em todo o território nacional (Freire; Zapata, 2017, p. 191), resultando em um afastamento progressivo do acesso do público às produções cinematográficas. Nesse contexto, as revistas especializadas, que historicamente haviam desempenhado um papel crucial no fomento e no diálogo com uma cinefilia ativa, começaram a perder parte de seu significado cultural, resultando em uma drástica redução em sua circulação, e, em determinados períodos, no seu desaparecimento junto ao mercado editorial (Gardnier; Tosi, 2019). Esse declínio foi provocado, de um lado, pela diminuição do público leitor, impossibilitado de acessar os filmes debatidos, e, de outro, pela escassez de pautas cinematográficas relevantes, um reflexo direto do enfraquecimento do circuito exibidor do país (Mayrink, 1986).

Diante desse cenário, o surgimento do *home-vídeo* despontou como uma solução eficaz para as lacunas deixadas pela crise no circuito cinematográfico, oferecendo ao público uma alternativa cultural capaz de preencher o vazio deixado pelos cinemas em decadência (Almeida,

1988, p. 83). Esse fenômeno promoveu uma grande renovação no contato do público brasileiro com o cinema (Millarch, 1986), permitindo que o hábito de assistir filmes regularmente se disseminasse entre parcelas da população que, devido às restrições econômicas, não conseguiam frequentar as salas de exibição. Além disso, com a rápida expansão do mercado de locação de fitas cassetes, o espectador passou a ter acesso a um "arquivo quase infinito" de filmes (Aideira, 1986, p. 56), muitos dos quais “permaneciam inéditos para quem não possuía um videocassete, mas podiam ser encontrados nas prateleiras das videolocadoras” (*Vídeo News*, 83ª ed., 1988, p. 47).

Qualitativamente, o vídeo introduziu ao público uma nova perspectiva no consumo de conteúdos cinematográficos, proporcionando maior autonomia (Almeida, 1988, p. 84) e oferecendo uma sensação inédita de controle sobre a forma como os filmes eram assistidos (Morgan, 1990, p. 108). A possibilidade de programar sessões domésticas, ajustando-as de maneira mais eficaz às preferências e conveniências individuais ou coletivas, aliada à ausência de interrupções frequentes por propagandas comerciais, típicas das exibições televisivas, elevava o nível de engajamento do espectador com as obras selecionadas, favorecendo uma experiência mais personalizada e imersiva. Ademais, a flexibilidade proporcionada em relação ao modo, ao tempo e ao local de exibição dos filmes fomentava uma relação mais analítica e reflexiva com o cinema, permitindo uma exploração mais aprofundada de seus elementos narrativos, técnicos e estéticos — algo que, até então, era limitado pelas exibições lineares realizadas nas salas de cinema (Couto, 2023).

Em termos de conteúdo consumido, o *home-vídeo* também introduziu mudanças significativas no Brasil. De acordo com Joseph D. Straubhaar (1990), a estratificação social relacionada à adesão ao mercado de vídeo no país — dominado pelas classes alta e média durante a maior parte da década de 1980 — favoreceu o predomínio do cinema comercial hollywoodiano em detrimento de outras cinematografias, incluindo a brasileira, que ocupavam um papel periférico no mercado de aluguel de fitas cassetes. Segundo o autor, isso se devia ao fato de que as elites brasileiras tendiam a demonstrar maior insatisfação a programação televisiva regular — composta, majoritariamente, por programas populares, como novelas, programas de auditório e humorísticos — o que motivava essas classes a buscarem nos filmes importados, especialmente nos norte-americanos, alternativas de entretenimento mais sofisticadas e alinhadas com suas preferências culturais cosmopolizadas (Straubhaar, 1990, p. 40).

Com base na análise realizada sobre o surgimento e a consolidação do *home-vídeo* no Brasil, detalhada no capítulo 1, é possível afirmar que a presente pesquisa validou, de maneira

sólida e consistente, a primeira hipótese formulada neste trabalho. A análise historiográfica desenvolvida evidenciou uma transformação profunda na forma como o público dos anos 1980 se relacionava com o cinema, consagrando novos hábitos, tendências e preferências que redefiniram o consumo cinematográfico. Além disso, alicerçada em perspectivas amplamente reconhecidas por autores, críticos e jornalistas nacionais e internacionais, a pesquisa demonstrou que o vídeo se consolidou como um marco cultural de incontestável relevância no país, fomentando o surgimento de uma cinefilia mais participativa, que traduzia um renovado interesse popular por temáticas relacionadas ao universo do cinema (Millarch, 1986).

HIPÓTESE 2 - A CRÍTICA DOS ANOS 1980 E SEU PROCESSO DE ADAPTAÇÃO AO MERCADO DO VÍDEO

No capítulo 2, destacou-se como a expansão do *home-vídeo* impactou diretamente a atuação dos críticos de cinema, que, diante do aumento extraordinário na oferta de filmes disponíveis, enfrentaram o desafio de analisar um grande volume de lançamentos em intervalos de tempo cada vez mais reduzidos (Carmelo, 2019, p. 424). Esse panorama foi evidenciado pelos dados obtidos na pesquisa aplicada à *SET*, que apontaram uma média significativa de 69,33 críticas por edição dentro da amostra selecionada (junho de 1987 a dezembro de 1989), correspondendo a uma crítica a cada 1,16 páginas. A relação entre o aumento da produção crítica e a popularização do *home-vídeo*, por sua vez, foi corroborada pela metodologia qualitativa empregada, que revelou que 84,27% dessas críticas eram direcionadas a filmes lançados em vídeo, um volume 5,3 vezes superior ao das críticas voltadas às produções exibidas nos cinemas, estas representando apenas 15,72% do total.

O aumento exponencial no volume de críticas publicadas pelas revistas de cinema durante os anos 1980 trouxe como consequência uma redução inevitável no aprofundamento das análises, que se tornaram mais concisas e objetivas, como apontado por Carmelo (2019, p. 424). Essa dinâmica foi confirmada pelos depoimentos de dois entrevistados desta pesquisa, Roberto Sadovski e José Geraldo Couto, que destacaram a pressão exercida pelas editoras para que fosse abordado o maior número possível de títulos, mesmo diante das limitações de espaço físico nas publicações. Sadovski (2022), chefe de redação da *SET* por mais de uma década, explicou que a revista frequentemente ajustava o tamanho das críticas de acordo com a visibilidade e o potencial de engajamento dos filmes, sendo necessário sintetizar grande parte

dos textos devido ao espaço restrito disponível. Couto (2023), um dos críticos mais atuantes e influentes da *SET* durante a década de 1980, corroborou essa visão, observando que a redução do espaço dedicado às críticas foi uma prática inevitável na época. Ele aponta que essa limitação era diretamente proporcional ao volume elevado de lançamentos e, embora frustrante em certas ocasiões, refletia as condições e demandas impostas pelo mercado audiovisual em crescente expansão.

A prática de sintetizar as análises cinematográficas não foi exclusiva da *SET*. Pelo contrário, ela integrou um movimento mais amplo na imprensa cultural, que passou a apresentar as críticas como "guias de serviços", priorizando uma abordagem prática e imediata para o leitor (Couto, 2023). A generalização dessa tendência foi corroborada por depoimentos de críticos que atuaram em diversos veículos especializados da época, muitos dos quais lamentaram os rumos adotados pelas publicações editoriais que passaram a privilegiar textos mais sucintos e funcionais, os quais contrastavam com as análises aprofundadas e reflexivas que, tradicionalmente, predominavam nas críticas de cinema de décadas anteriores. Para validar essa hipótese, foram considerados relatos e entrevistas de críticos que apontaram para essa mudança no formato, como Geraldo Mayrink (1986, p. 92), Jean-Claude Bernadet (2019, p. 11), Rubens Ewald Filho e Adalberto Meireles (*SET*, 98ª ed., 1995, p. 53-54).

A análise do conteúdo predominante na agenda editorial da *SET*, aspecto central da hipótese formulada, também foi amplamente explorada ao longo desta pesquisa. Conforme demonstrado na avaliação das críticas publicadas pela revista, o formato de guia adotado pela *Editora Azul* privilegiava textos curtos e objetivos, projetados para facilitar a navegação e atender às expectativas de um público que, em grande parte, buscava um consumo ágil e direto de informações. Esse modelo editorial, pautado pela concisão, refletia-se tanto no tamanho compacto das críticas quanto em sua estrutura, que se aproximava mais de resenhas destinadas à orientação prática de uma audiência ampla e heterogênea do que de análises aprofundadas voltadas a um público especializado (Dapieve, 2014, p. 65). Exemplos desse formato podem ser observados nas críticas de *O Homem Elefante* (1980), *Platoon* (1987), *9 ½ Semanas de Amor* (1986), *Mulher Nota Mil* (1985), *Robocop* (1987), *Bye Bye Brasil* (1980), *Rain Man* (1988), *Um Peixe Chamado Wanda* (1988) e *Loucademia de Polícia III – De Volta ao Treinamento* (1986) selecionadas como amostras.

Essa orientação editorial estava intrinsecamente conectada ao impacto exercido pelo tipo de produção cinematográfica dominante nos anos 1980 sobre o conteúdo das críticas veiculadas no período. A metodologia adotada revelou que o cinema comercial hollywoodiano

da época, amplamente caracterizado por produções denominadas escapistas, como os *blockbusters* (Silva, 2017, p. 44), exercia uma hegemonia expressiva no mercado de vídeo brasileiro, refletindo-se no conteúdo preponderante das análises cinematográficas. A pesquisa realizada evidenciou esse domínio ao identificar que 85,67% dos filmes mais alugados no Brasil entre junho de 1987 e dezembro de 1989 correspondiam a produções norte-americanas, enquanto apenas 14,33% eram de outras nacionalidades. A influência desse cenário sobre o conteúdo da *SET* foi igualmente constatada. No âmbito da amostra selecionada, 97% das edições analisadas destacavam filmes norte-americanos em suas capas, enquanto apenas 3% se referiam a filmes relacionados a cinematografias de outros países.

Ainda sobre o tema, a pesquisa evidenciou que a baixa densidade narrativa de grande parte dos filmes que compunham a cinematografia industrial hollywoodiana dos anos 1980 frequentemente limitava as possibilidades de atuação dos críticos em atuação na *SET*, tornando desafiadora a elaboração de análises mais profundas, que exigiriam uma maior riqueza de elementos para explorar. As críticas de *Rambo – Programado para Matar* (1982), *Quem é essa Garota* (1987), *O Exterminador Implacável* (1987), *A Mulher do Chefe* (1986), *Apertem os Cintos! O Piloto Sumiu* (1980), *A Garota de Rosa Shocking* (1986), *A Ladrona* (1987), *Um Hóspede do Barulho* (1987), *Viagem ao Mundo dos Sonhos* (1986), *Os Caça-fantasmas II* (1989), *Sexta-Feira 13 VI* (1987), *A Mosca II* (1989), *Cocoon II, o regresso* (1988), *Rocky II* (1980), *Arthur, um Milionário Arruinado* (1988), *Karatê Kid III* (1989), *De Volta para o Futuro II* (1989) e *A Hora do Pesadelo IV* (1989), selecionadas como amostra, exemplificam bem essa constatação. Nesses exemplos, os críticos, em face da ausência de temáticas mais complexas para guiarem suas análises, utilizavam o reduzido espaço disponível para enfatizar aspectos técnicos ou comerciais das produções, como curiosidades de bastidores ou desempenho nas bilheterias. De outro lado, questões mais substanciais, como os arcos narrativos dos personagens, os detalhes dos roteiros ou as escolhas estéticas dos diretores, elementos que poderiam conferir maior profundidade à avaliação crítica, recebiam menor atenção.

Essas adaptações na crítica brasileira dos anos 1980, tanto em sua estrutura quanto em seu conteúdo, tiveram um impacto direto no estilo de escrita empregado pelos críticos. Para estabelecerem um diálogo eficaz com o espectador casual e com o leitor médio, que constituíam uma parte significativa do público do *home-vídeo*, as análises cinematográficas passaram a focar em uma linguagem mais acessível, traduzida no uso comedido de jargões técnicos e na incorporação de elementos populares, como o humor, que conferiam leveza e dinamismo aos

textos, tornando-os mais atrativos ao público menos especializado⁹⁴. As críticas publicadas pela *SET* em relação aos filmes *O Iluminado* (1980), *Gremlins* (1984), *Namorada de Aluguel* (1987), *Férias do Barulho* (1985), *Ela Vai Ter um Bebê* (1988), *Vestida para Matar* (1981) e *A Festa de Babette* (1987), citadas como exemplo na pesquisa, ilustram bem essa proposta.

Além disso, o sucesso do *home-vídeo* atraiu grandes editoras para o mercado editorial cinematográfico brasileiro, que enxergaram no crescente fluxo de aluguel de fitas cassetes uma oportunidade estratégica para captar publicidades de empresas do setor audiovisual. Esse contexto impulsionou a adaptação da crítica a um formato essencialmente jornalístico (Sadovski, 2022), que não apenas modernizou seu discurso, rompendo com a abordagem mais hermética que havia caracterizado as publicações especializadas brasileiras desde seus primórdios, como também ampliou seu alcance, tornando-o mais acessível para leitores com diferentes níveis de familiaridade e engajamento com o tema cinematográfico (Medina, 2008, p. 23-42).

Dito isso, conclui-se que a segunda hipótese formulada neste estudo foi satisfatoriamente confirmada pelas evidências apresentadas ao longo da pesquisa. Como demonstrado no capítulo 2, o modelo de consumo cinematográfico brasileiro dos anos 1980 promoveu transformações significativas na prática crítica da época, impactando dimensões fundamentais como a extensão, a estrutura, o conteúdo e a linguagem das análises especializadas, adaptando-as às novas demandas impostas pela expansão do mercado de *home-vídeo* e pela diversificação do público leitor. Nesse cenário, revistas como a *SET* desempenharam um papel crucial na formação de uma nova geração de leitores críticos, rompendo com a tradicional exclusividade da cinefilia clássica, historicamente restrita a elites intelectuais, e promovendo, assim, uma verdadeira democratização do debate cinematográfico no Brasil.

REFLEXÕES PROSPECTIVAS SOBRE A CRÍTICA ONLINE: RAÍZES, RUPTURAS E PERMANÊNCIAS

⁹⁴ Vale destacar que o modelo crítico adotado pela *SET* demonstrava variedade quanto à sua estrutura e linguagem, adaptando-se à complexidade do material analisado. Nesse sentido, gêneros tradicionalmente voltados para temáticas mais sérias e adultas, como drama, guerra e suspense, assim como produções experimentais do cinema independente, demandavam análises mais densas, acompanhando as reflexões históricas, sociais ou filosóficas frequentemente evocadas por essas obras. Exemplos dessa abordagem podem ser observados nas críticas de *Nascido para Matar* (1987), *A Última Tentação de Cristo* (1988) e *Mississippi em Chamas* (1988), usadas como amostra do estudo.

O impacto do vídeo no consumo cinematográfico e na produção crítica evidencia como a interação entre tecnologia, mídia e mercado é capaz de moldar práticas culturais em diferentes momentos históricos. As reflexões apresentadas neste estudo, que destacam a crítica como um campo em constante transformação, profundamente conectado às dinâmicas sociais e culturais de seu tempo, permitem enxergar o fenômeno do *home-vídeo* como um prelúdio das mudanças trazidas pela internet e pelas plataformas de *streaming* nas décadas seguintes. Nesse cenário de mudanças e permanências, surge uma questão fundamental para a compreensão sistemática do fazer crítico contemporâneo: a transição das críticas de cinema, que migraram das páginas impressas das revistas especializadas para o ambiente virtual — manifestando-se em *blogs*, perfis e redes sociais —, aconteceu de forma contínua e gradual, refletindo um processo de adaptação às novas tecnologias, ou configurou-se como uma ruptura abrupta, instaurando de maneira fulminante um novo paradigma na historiografia da crítica cinematográfica?

Embora se trate de uma questão que ainda permanece em aberto e que aponta para a necessidade de novos estudos, é possível especular, desde já, que a experiência dos jovens cinéfilos do século XXI — a geração do *streaming* — guarda paralelos mais evidentes do que se imaginava com aquela vivida por suas contrapartes do século XX — a geração do vídeo. À primeira vista, as possibilidades de consumo cinematográfico introduzidas pelo videocassete e pelo mercado de locação de fitas cassetes nos anos 1980, que viabilizaram o acesso a obras raras, filmografias de países periféricos e cinematografias menos convencionais, como demonstrado ao longo deste estudo, encontram ecos no modelo contemporâneo de produção e consumo cinematográfico mediado pela internet, embora em escalas e proporções ampliadas. Ambos os fenômenos desempenharam papéis decisivos na democratização do acesso ao cinema, na superação de barreiras de distribuição e na transformação da forma como os espectadores se conectam, exploram e se relacionam com a arte cinematográfica.

Acredita-se, também, que o modelo contemporâneo de consumo de crítica na internet, no qual o leitor seleciona diretamente as análises relacionadas aos filmes do seu interesse por meio de ferramentas de pesquisa e repositórios digitais, tenha encontrado seus primeiros contornos, ainda que de forma incipiente, durante a década de 1980. Foi nesse período que o mercado editorial consolidou o formato de guia de vídeo, uma inovação para a época, que proporcionava ao leitor a possibilidade de navegar pelas páginas desses manuais de maneira prática e seletiva, rompendo com a necessidade de leitura linear tradicional e permitindo a escolha direta de conteúdos específicos sem a obrigatoriedade de percorrer todas as seções da

publicação. A estrutura adotada pelos guias assegurava uma organização eficiente, com filmes classificados por gêneros, índices em ordem alfabética e a inclusão de mecanismos de busca por diretores, atores e produtores, entre outras formas didáticas de indexação. Essa abordagem configurava, em alguma medida, um prenúncio do modelo de leitura digital contemporâneo, antecipando práticas que hoje são centrais na forma como o público acessa e consome críticas de cinema no ambiente virtual.

Essa aparente continuidade nos modelos de produção e de consumo da crítica cinematográfica, do passado ao presente, torna-se ainda mais evidente ao analisarmos os primórdios do jornalismo digital, entre o final dos anos 1990 e o início dos anos 2000, quando a produção de conteúdo era predominantemente feita por meio do reaproveitamento de materiais previamente publicados na mídia física. Em uma época em que a internet ainda era limitada em termos de funcionalidades avançadas, como o compartilhamento de *hyperlinks* e o *download* automático de vídeos, era prática comum que jornais e revistas simplesmente transpusessem seus acervos já prontos na via impressa para a *web*, muitas vezes sem quaisquer adaptações significativas ao novo ambiente virtual (Villela, 2014, p. 165). No âmbito da crítica, era usual, inclusive, que os textos postados mantivessem as mesmas restrições de tamanho aplicadas às versões impressas, ainda que o ambiente online não impusesse limitações físicas de espaço. Segundo Carmelo (2019), esse comportamento refletia o receio dos veículos que migravam da mídia física para a digital de que textos demasiadamente extensos pudessem prejudicar a popularidade almejada, tanto entre os internautas, cuja dinâmica de navegação era mais acelerada e prática, quanto aos anunciantes e investidores, que ainda estavam se ajustando às possibilidades do novo formato (Carmelo, 2019, p. 423)⁹⁵.

É possível observar, portanto, que o processo de transição da crítica cinematográfica do meio impresso para o digital procurava equilibrar a preservação da conexão com os leitores acostumados aos formatos tradicionais com a exploração gradual das novas potencialidades oferecidas pela web. Esse movimento foi, em parte, impulsionado pela migração de críticos

⁹⁵ No caso da *SET*, Roberto Sadovski (2022) lembra que, no final dos anos 1990, ao antecipar o declínio da mídia física, tentou impulsionar a transição da revista para o formato digital, propondo o lançamento de um site. Contudo, encontrou resistência por parte da editora, que, na época, não reconhecia o potencial do ambiente virtual como uma plataforma relevante para a produção e disseminação de conteúdo crítico. Diante dessa barreira, Sadovski optou por adaptar, de forma independente, parte do conteúdo impresso da *SET* para seu blog pessoal, ainda acessível no endereço <https://blogdosadovski.wordpress.com/>. Ele ressalta que, naquele período, quando portais como *Omelete* e *Jovem Nerd* ainda estavam começando, a internet era uma ferramenta rudimentar, com baixa adesão do público a conteúdos culturais, de modo que, nesse período, as críticas online não representavam uma ameaça para a *SET*. Sadovski destaca, por fim, que foi apenas entre 2009 e 2010 que a internet se consolidou como um meio relevante para o jornalismo cinematográfico, momento em que a *SET* já havia encerrado suas atividades (Sadovski, 2022).

provenientes de jornais e revistas impressos para a internet — como Isabela Boscov, Inácio Araújo, Roberto Sadowski, Ana Maria Bahiana e José Geraldo Couto, apenas para citar alguns dos críticos egressos da *SET* — que transportaram para o novo ambiente digital não apenas suas vozes reconhecidas, mas também suas abordagens e estilos, dando continuidade ao modelo crítico que predominava na mídia impressa.

Curiosamente, mesmo marcas nascidas diretamente na internet buscavam inspiração em veículos consolidados da mídia impressa, revelando um cenário em que o digital, em seus primeiros passos, ainda refletia e dialogava com as práticas consagradas da comunicação analógica tradicional. Pablo Villaça exemplifica esse processo ao recordar que foi motivado a fundar o site *Cinema em Cena*, em 14 de outubro de 1997⁹⁶, após ler na *SET* sobre um *blog* norte-americano, o *Ain't It Cool News*, que publicava notícias sobre cinema. Villaça recorda que, naquele período, o conceito de internet ainda era bastante incipiente no Brasil e que os atributos que viriam a consagrar as revistas eletrônicas cinematográficas, como a liberdade editorial e a ausência de obrigações rígidas com pautas, só se consolidariam anos depois (Villaça 2019, *apud* Carmelo 2019, p. 422). De forma semelhante, Marcelo Miranda, criador do site *Filmes Polvo*, reforça que o período inicial da crítica virtual não foi marcado por uma ruptura abrupta com os modelos dos jornais e revistas impressos. Em vez disso, segundo ele, houve uma reconfiguração das práticas convencionais, adaptando estilos já estabelecidos e familiares ao público para o novo ambiente digital (Miranda, 2019).

Bruno Carmelo (2019, p. 421) apresenta exemplos objetivos acerca desse cenário relatado por Pablo Villaça e Marcelo Miranda. Ele observa que muitos dos sites e *blogs* pioneiros na crítica cinematográfica online, como o *Cinema em Cena* (1997), de Villaça, o *Cineweb* (1999), o *Adoro Cinema* (2000) e o *Omelete* (2000), direcionavam seu foco para críticas de lançamentos recentes no circuito comercial. Essa estratégia, segundo o autor, tinha como objetivo estabelecer um diálogo com o público abrangente que emergia no cenário de conteúdo virtual, reproduzindo, em parte, a abordagem já consolidada por revistas impressas como a *SET* durante os anos 1980. No livro *A Trajetória da Crítica de Cinema no Brasil*, os autores Gabriel Carneiro, Humberto Pereira da Silva e Sérgio Alpendre (2019) compartilham a mesma opinião ao associarem sites de críticas hospedados no ambiente online, como o *Omelete* (2000), o *Cineclick* (2000) e o *Preview* (2009), às tradições jornalísticas promovidas pela *SET*,

⁹⁶ O *Cinema em Cena* é considerado o primeiro site de críticas de cinema do Brasil.

sugerindo uma continuidade ao modelo de produção de conteúdo cinematográfico inaugurado pelas revistas consagradas na década de 1980:

A partir de meados da década de 1990, a internet permeia de modo rápido e incontornável nossa interação com o mundo. No caso da crítica de cinema, de modo vertiginoso, passam a proliferar uma profusão de revistas, sites e blogs que expressam com maior ou menor envolvimento opiniões sobre filmes. (...) De certa forma, no entanto, parte dos sites refletem modelos de divulgação e de reflexão consolidados por revistas de cinema. Portais como o *Omelete* (2000) e o *Cineclick* (2000) seguem os passos, com muito mais interatividade, de revistas como a *SET*. Nas páginas da *SET*, preponderaram, por exemplo, reportagens, coberturas, entrevistas e artigos sobre cinema Hollywoodiano – tendo seus últimos anos especialmente pautados pelos *blockbusters* e filmes respaldados por premiações, como o Oscar. Havia também, claro, espaço para o cinema antigo, para produções de diversas nacionalidades e para a crítica de cinema de filmes que atendiam a agenda do circuito comercial e dos lançamentos em *home-vídeo*. (...) A Revista *Preview* (2009) surge de uma dissidência da *SET* nos mesmos moldes. Na *Revista de Cinema* (2000-2017), hoje online, e no site *Cineweb* (2000) também preponderam o conteúdo jornalístico, ainda que haja espaço para crítica e reflexão (Carneiro; Silva; Alpendre, 2019, p. 373-374).

Isto posto, torna-se possível afirmar que a conclusão deste estudo é, paradoxalmente, um ato de continuidade. Reconhecer a cinefilia contemporânea como um elo arqueológico entre os vestígios analógicos do passado e as dinâmicas tecnológicas do presente é afirmar que a memória do cinema, esculpida de forma revolucionária nos idos dos anos 1980, não apenas sobrevive, mas ressoa com força renovada através do tempo. Nesse contexto, os resquícios das revistas cinematográficas impressas, como a *SET*, transcendem sua aparente condição de fragmentos esquecidos pela história para emergirem, atualmente, como relíquias vivas, guardiãs de uma era que transformou o consumo, o debate e a celebração do cinema, deixando marcas indelévels e, por vezes, silenciosas nas gerações que se seguiram. Diante dessa perspectiva, pode-se dizer que os projetos interrompidos com a extinção das mídias físicas, antes relegados ao esquecimento, transformam-se aqui em sementes de recomeço, alimentando práticas culturais que ainda dialogam com suas próprias raízes e reafirmam o cinema como uma narrativa em constante reconstrução.

Este olhar arqueológico não apenas ressignifica a trajetória das críticas cinematográficas, mas também se projeta prospectivamente, desvelando nuances ainda pouco exploradas sobre sua modulação contemporânea. A partir de artefatos que reverberam como ecos persistentes em uma prática em constante transformação, cada fragmento desse passado explica atributos que hoje definem a crítica, atravessando telas e algoritmos no espaço virtual,

enquanto conecta o presente às suas raízes históricas. Trata-se de um fenômeno constelar que transcende o presente ao historicizar fatos atuais “à luz de seus diálogos com possíveis antepassados” (Souto, 2020, p. 155). Essa interseção entre temporalidades distantes e, à primeira vista, díspares, que, ao serem cotejadas, se iluminam reciprocamente (Botelho, 2012, p. 108), estabelece um espaço simbiótico no qual a crítica cinematográfica, como expressão artística e cultural em constante renovação, perpetua-se e se reinventa.

Como destacam Georg Otte e Miriam Lúcia Volpe (2000), ao reinterpretarem o pensamento constelar de Walter Benjamin, as ruínas do passado não são apenas vestígios estáticos, mas portais que possibilitam um processo inverso de reconstrução, no qual diferentes temporalidades se entrelaçam de maneira complementar, revelando nexos causais antes latentes (Otte; Volpe, 2000, p. 41). Nesse sentido, o passado não é algo meramente encerrado em si mesmo, mas um campo ativo de significações em constante atualização, cujas reverberações continuam a influenciar o presente. Partindo dessa concepção, a crítica dos anos 1980 transcende sua condição de registro histórico e se afirma como uma das forças estruturantes da crítica contemporânea, delineando seus fundamentos e condicionando sua evolução.

Diante disso, torna-se imperioso interpretar a conclusão deste estudo como a abertura de um horizonte fértil para novas indagações, instigando uma releitura da crítica cinematográfica sob a perspectiva de uma historiografia fluida, em que o futuro não apenas se projeta, mas também se reconhece nas feições do passado. Como um grande filme que permanece ressoando no espectador muito além de seu desfecho, este aparente fim não é mais do que um prelúdio - um convite aberto para revisitar, com novos olhares, as camadas históricas que sustentam as inovações do fazer crítico moderno, inspirando reflexões sobre sua perpetuação nas gerações por vir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Nuno Cesar. **O Olhar Pornô. A Representação do Obsceno no Cinema e no Vídeo.** 2ª ed. São Paulo: Editora Alameda, 2012.

AB'SÁBER, Thales. **Imagem Fria – Cinema e Crise do Sujeito no Brasil dos Anos 80.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

AIDEIRA, José Augusto. Nosso Cinema Vai a Luta. In: **Vídeo News**, ano V, 50ª ed., p. 56.

ALMEIDA, Cândido José Mendes de. **Uma Nova Ordem Audiovisual – Novas Tecnologias de Comunicação.** São Paulo: Summus Editorial, 1988.

ALTMAN, Rick. **Film/Genre**, 1ª ed., Londres: British Film Institute, 1998.

ALVES, Paula. A ordem dos filmes da franquia A Hora do Pesadelo. **Tecnoblog**. São Paulo, mar. 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/a-ordem-dos-filmes-da-franquia-a-hora-do-pesadelo/>. Acessado em: 29 jan. 2025.

ARMES, Roy. **On Vídeo - o Significado do Vídeo nos Meios de Comunicação.** São Paulo: Summus Editorial, 1999.

BAECQUE, Antoine De. **Cinefilia, Invenção de um Olhar, História de uma Cultura.** 1ª ed., São Paulo: Cosac & Naify, 2010.

BALASSIANO, MARCEL. Década Cada Vez Mais Perdida na Economia Brasileira e Comparações Internacionais. In: **Portal FGV**, 02 ago. 2020. Disponível em: <https://portal.fgv.br/artigos/decada-cada-vez-mais-perdida-economia-brasileira-e-comparacoes-internacionais>. Acessado em: 15 abr. 2024.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BARCUS, F. E; Hughes, C. **Local Outlets for Children's Video in Greater Boston.** Unpublished Manuscript, 1988.

BARROZO, Orlando. Vídeo: 10 Anos de Evolução. In: **Vídeo News**, 77ª ed., 1989, p. 103.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1976.

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Época de Sua Reprodutibilidade Técnica**. 1ª ed. São Paulo: L&PM, 2018.

BENJAMIN, Walter, apud OTTE, Georg; VOLPE, Miriam Lúcia. **Um Olhar Constelar Sobre o Pensamento de Walter Benjamin**. Florianópolis, Fragmentos, n. 18, p.35-47, jan./jun. 2000.

BERNADET, Jean-Claude. In: SILVA, Paulo Henrique. **Trajetória da Crítica de Cinema no Brasil**. Belo Horizonte: Letramento, 2019.

BODY, Douglas A.; STRAUBHAAR, Joseph D.; LENT, John A. **Videocassete Records in the Third World**. New York: Longman. 1989.

BORDWELL, David. **Narration in the Fiction Film**. Madison, Wisconsin, Madison: University of Wisconsin Press, 1985.

BOURDIEU, Pierre, 1930-. **Sobre a Televisão**; tradução; Maria Lúcia Machado. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BOTELHO, Letícia. **Walter Benjamin e as Imagens da História – Possibilidade de Uma Crítica Social a Partir da Arte**. v. 1, Brasília: Polemos, 2012, p. 104-122.

BRAGA, José Luiz. **A Sociedade Enfrenta sua Mídia**, São Paulo: PAULUS, 2006.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BURNETT, Lago. **A Linguagem em (e não de) Jornal**. Cadernos de Jornalismo, ano II, nº 6, 1967.

BUTRUCE, Débora. **Cineclubismo no Brasil – Esboço de uma História**. Rio de Janeiro: Acervo, v. 16, nº 1, p. 117-124, 2003.

CABRAL, Ana Julia Cury de Brito. **Luz Câmera, (Concentr)ação!:** as políticas públicas e os mercados cinematográficos do Brasil e da Argentina nos anos 1990. Orientadora: Suzy dos Santos. 2014. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura. UFRJ, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: https://www.pos.eco.ufrj.br/site/teses_dissertacoes_interna.php?tease=15. Acessado em: 29 jan. 2025.

CARMELO, Bruno. Uma Introdução à Crítica de Cinema na Internet. In: SILVA, Paulo Henrique. **Trajetória da Crítica de Cinema no Brasil**. Belo Horizonte: Letramento, 2019.

CARNEIRO, Gabriel; SILVA, Humberto Pereira de; ALPENDRE, Sérgio. A Crítica de Cinema em São Paulo. In: SILVA, Paulo Henrique. **Trajetória da Crítica de Cinema no Brasil**. Belo Horizonte: Letramento, 2019.

CICCARINI, Rafael. **Revista de Cinema – Antologia**. v. 1, Rio de Janeiro: Azougue, 2014.

DAPIEVE, Arthur. Jornalismo Cultural, 4ª ed, Rio de Janeiro, In: CALDAS, Álvaro. **Deu no Jornal – o Jornalismo Impresso na Era da Internet**, Rio de Janeiro: PUC/RIO, 2014.

DENBY, David. Fatal Attraction: The VCR and The Movies. **New York Magazine**, 6 jun. 1988. Disponível em: <https://www.unz.com/print/NewYork-1988jun06-00028/Commentary/>. Acessado em: 29 jan. 2025.

DOBROW, Julia R. **Social & Cultural Aspects Of VCR Use**. Hillsdale, New Jersey: Lawrencen Erlbaum Associates, 1990.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, Vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

FERNANDES, Guilherme Rabelo. Formação de Uma Geração de Críticos: Revista Clima (1941/44). **Blog da BBM**. Disponível em: <https://blog.bbm.usp.br/2019/formacao-de-uma-geracao-de-criticos-revista-clima-1941-44/>. Acessado em: 29 jan. 2025.

FILHO, Rubens Ewald. O Segredo de Todo Sucesso – Na Indústria do Cinema e do Vídeo, Estrategistas de Marketing já são tão Importantes Quanto Atores e Atrizes. In: *Vídeo News*, 91ª ed., 1990, p. 25.

FREIRE, Rafael de Luna., & ZAPATA, Natasha Hernandez Almeida. (2017). Quantas Salas de Cinema Existiram no Brasil? Reflexões sobre a Dimensão e Características do Circuito Exibidor Brasileiro. **Significação: Revista De Cultura Audiovisual**, 44(48), 176-201. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2017.135195>

GERVITZ, Roberto. **A Geração 80 em Cinema, Vídeo e Televisão no Brasil**, 1988. In:

AB'SÁBER, Thales A. M. **A Imagem Fria – Cinema e Crise do Sujeito no Brasil dos Anos 80**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003, p. 25.

GOMES, Paulo Emílio Sales. Primazia Mineira. In: Suplemento Literário, **Estado de S. Paulo**, 31 ago. de 1957.

GREENHOUSE, Linda. Television Taping At Home Is UpHeld By Supreme Court. **The New York Times**, Nova York, 18 jan. 1984. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1984/01/18/us/television-taping-at-home-is-upheld-by-supreme-court.html>. Acessado em: 20 mar. 2024.

GUEDES, Jefferson Gomes Teixeira. **Práticas sexuais, Hollywood e Imagens da América nos Anos 80: (re)construções Fílmicas do Sexo Pós Contracultura**. 2022. Orientador: Paulo Roberto Arruda de Menezes. Tese de doutorado em sociologia. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-03102022-155310/>. Acesso em: 29 jan. 2025.

HATZ, Helena. Dançando no Vídeo. In: **Vídeo News**, ano V, 50ª ed., 1986.

HENRIQUE, Cláudio. **Deu no Jornal – O Jornalismo Impresso na Era da Internet**. Org. Álvaro Caldas, 4ª ed., Rio de Janeiro: PUC Rio, 2014.

HOWELL, W.J. **World broadcasting in the age of the satellite**. Norwood, Nova Jersey:

Ablex, 1986.

JOAQUIM, Luiz. Quer saber como foi o cinema em 1988. In: **Diário de Pernambuco**, Caderno Viver, Recife, 28 dez. 1988. Disponível em: <https://www.cinemaescrito.com/2008/12/quer-saber-como-foi-o-cinema-em-1988/>. Acessado em: 29 jan. 2025.

JUNIOR, José Zuba. **Cinema em Palavras**. Cinematográfico. Belo Horizonte: Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, 1995, p. 27.

KLEINA, Nilton. VHS, DVD e Blu-ray: a história da guerra dos formatos [vídeo]. **Tecmundo**, 15 jan. 2019. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/137901-vhs-dvd-blu-ray-historia-guerra-formatos-video.htm>. Acessado em: 29 jan. 2025.

KLOPFENSTEIN, Bruce C. Audience Measurement in The VCR Environment: As Examination of Ratings Methodologies. In: DOBROW, Julia R. **Social & Cultural Aspects Of VCR Use**. Hillsdale, New Jersey: Lawrencen Erlbaum Associates, 1990.

KOMIYA, Megumi; LITMAN, Barry. The Economics of The Prerecorded Videocassette Industry. In: DOBROW, Julia R. **Social & Cultural Aspects Of VCR Use**. Hillsdale, New Jersey: Lawrencen Erlbaum Associates, 1990.

LABAKI, Amir. **O Cinema dos Anos 80**. 1ª ed., São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

LEITE, Fábio. Entrevista concedida à Paulo Henrique Silva em 2019. In: SILVA, Paulo Henrique. **Trajetória da Crítica de Cinema no Brasil**. Belo Horizonte: Letramento, 2019.

LEMOS, José Augusto. Ex Diretor da Lendária Revista BIZZ Relembra Início da Carreira em Campinas. **Hora de Campinas**, Campinas, 9 de jul. 2022. Disponível em: <https://horacampinas.com.br/ex-diretor-da-lendaria-revista-bizz-relembra-inicio-de-carreira-em-campinas/>. Acessado em 29 jan. 2025.

LOURENÇO, Júlio Cesar. **A Contribuição da Atividade Cineclubística do Chaplin Club (1928-1931) para a Maturidade da Crítica Cinematográfica Brasileira**. Orientadora: Zuleika de Paula Bueno. 2011. Dissertação de mestrado em ciências sociais. UEM, Maringá –

PR, 2011. Disponível em: <http://repositorio.uem.br:8080/jspui/handle/1/3143>. Acessado em: 29 jan. 2025.

LYN, Carolyn, A. Audience Activity and VCR Use. In: DOBROW, Julia R. **Social & Cultural Aspects Of VCR Use**, New Jersey: Hillsdale, New Jersey: Lawrencen Erlbaum Associates, 1990.

MARQUES, Daniele. O que é Cultura Pop? **Educa Mais Brasil**, 10 ago. 2022. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/o-que-e-cultura-pop>. Acessado em 14 out. 2024.

MARSON, Melina Izar. **O Cinema da retomada: Estado e Cinema no Brasil**: da dissolução da Embrafilme à criação da ANCINE. Orientador: José Mário Ortiz Ramos, 2006. Dissertação de mestrado em sociologia, UNICAMP, Campinas, 2006. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/362114>. Acessado em: 29 jan. 2025.

MASSEY, Kimberly K.; BARAN, Stanley J. VCR and People's Control of Their Leisure Times. In: **Social & Cultural Aspects Of VCR Use**. Hillsdale, New Jersey: Lawrencen Erlbaum Associates, 1990.

MAYRINK, Geraldo. In: NASSER, Fernando; GOLDFARB, José Luiz. **O Cinema Segundo a Crítica Paulista**. 1ª ed., São Paulo: Coleção Belas Artes, 1986.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem (Understanding Media)**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1969.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o Diálogo Possível**. São Paulo: Ática, 2008.

MILLARCH, Aramis. A Era do Vídeo Faz o Cinema Renascer. **Estado do Paraná**. Suplemento Almanaque, seção Vídeo/Som, p. 03, 20 jan 1988. Disponível em: <https://www.millarch.org/artigo/era-do-video-faz-o-cinema-renascer>. Acessado em: 29 jan. 2025.

MILLARCH, Aramis. Guia de Rubens para orientar nos vídeos. **Estado do Paraná**. Suplemento Almanaque, seção tabloide, 21 jun. 1985. Disponível em:

<https://millarch.org/artigo/guia-de-rubens-para-orientar-nos-videos>. Acessado em: 29 jan. 2025.

MILLARCH, Aramis. Revistas de Cinema, do Passado e do Presente. **Estado do Paraná**, Paraná. 20 jul. 1986, p. 07. Disponível em: <https://millarch.org/artigo/revistas-de-cinema-do-passado-do-presente>. Acessado em: 29 jan. 2025.

MILLARCH, Aramis. SET, Uma Nova Revista de Vídeo. **Estado do Paraná**. Suplemento Almanaque, seção Vídeo/Som, p. 04, Paraná, 12 jul. 1987. Disponível em: <https://www.millarch.org/artigo/set-uma-nova-revista-de-video>. Acessado em: 29 jan. 2025.

MILLARCH, Aramis. Vídeo Faz Crescer Livros e Revistas. **Estado do Paraná**. Suplemento Almanaque, seção Tabloide, p. 08, Paraná, 06 out. 1988. Disponível em: <https://www.millarch.org/artigo/video-faz-crescer-livros-revistas>. Acessado em: 29 jan. 2025.

MIRANDA, Marcelo; apud SILVA, Paulo Henrique. Minas Gerais Como Farol da Crítica de Cinema no Brasil. In: SILVA, Paulo Henrique. **Trajetoória da Crítica de Cinema no Brasil**. Belo Horizonte: Letramento, 2019.

MOREIRA, Djenane Arraes. **Transformações do Jornalismo Brasileiro de Música no Século XX (1896-2001)**. Orientador: Gustavo de Castro da Silva. 2024. Tese de doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. 2023. Disponível em: <http://repositorio2.unb.br/jspui/handle/10482/48956>. Acessado em: 29 jan. 2025.

MORGAN, Michael. VCRs and the Effects of Television: New Diversity or More of the Same? In: **Social & Cultural Aspects Of VCR Use**. Hillsdale, New Jersey: Lawrencen Erlbaum Associates, 1990.

MUNHOZ, Dercio Garcia. **Inflação Brasileira – Os Ensinaamentos Desde a Crise dos Anos 30**. Rev. Econ. Contemp., v. 1, n. 1, Rio de Janeiro: UFRJ, jan./jun. 1997.

OLIVEIRA, Elysabeth Senra de. **Uma Geração Cinematográfica – Intelectuais Mineiros da Década de 1950**. São Paulo: Annablume, 2003, p. 60.

ORTIZ RAMOS, José Mario. O Cinema Brasileiro Contemporâneo (1970-1987). In: **História do Cinema Brasileiro**. Org. Fernão Ramos. São Paulo: Art. Editora, 1987.

OTTE, Georg; VOLPE, Miriam Lúcia. **Um olhar constelar sobre o pensamento de Walter Benjamin**. Florianópolis, Fragmentos, n. 18, p.35-47, jan./jun. 2000.

PENKALA, Ana Paula. Os colecionadores da arca perdida: Cultura pop e memória nas autorias do cinema. In: **Orson Revista do CAU - Cursos de Cinema e Audiovisual e Cinema de Animação** – UFPEL. v. 02, p. 118-135, jul. 2012. Disponível em: <https://orson.ufpel.edu.br/content/02/anterior02.html>. Acessado em: 29 jan. 2025.

PUCCI JR., Renato Luiz. **Cinema Brasileiro Pós-Moderno – O Neon Realismo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.

RAMOS, Fernão (org.). **História do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Art. Editora, 1987.

RAMOS, José Mário Ortiz. **Televisão, Publicidade e Cultura de Massa**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

ROCHA, Glauber. **Revolução do Cinema Novo**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

SADOVSKI, Roberto. Morre em silêncio, aos 60, o Video Cassete: hora de rebobinar a sua história. **Portal Uol**, em 22 jul. 2016. Disponível em: <https://robertosadovski.blogosfera.uol.com.br/2016/07/22/morre-em-silencio-aos-60-o-video-cassete-hora-de-rebobinar-sua-historia/>. Acessado em: 25 mar. 2024.

SANTOS, Cleber Eduardo. Os Jovens Estão Mandando. In: **Vídeo News**, 84^a ed., 1986, p. 36-41.

SECUNDA, Eugene. VCRs and Viewer Control Over Programming: An Historical Perspective. In: **Social & Cultural Aspects Of VCR Use**. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1990.

SILVA, Paulo Henrique. **Trajetória da crítica de cinema no Brasil**. Belo Horizonte: Letramento, 2019.

SILVA, Rodrigo Candido da. (2017). As Mudanças do Cinema Hollywoodiano nos Anos 1980: Produção, Narrativa e o Cinema Blockbuster na Era Reagan. **Revista NEP - Núcleo De Estudos Paranaenses Da UFPR**, 3(2), 39–60. <https://doi.org/10.5380/nep.v3i2.53513>

SILVEIRA, Evanildo da. Como Sobrevivem as Últimas Videolocadoras de São Paulo na Era dos Streamings. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 15 fev. 2020. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2020/02/como-sobrevivem-as-ultimas-videolocadoras-de-sao-paulo-na-era-do-streaming.shtml#:~:text=A%20hist%C3%B3ria%20da%20loja%20come%C3%A7ou,pensar%20em%20fechar%20a%20loja.%22>. Acessado em: 29 jan. 2025.

SIMIS, Anita. A Crise dos Anos 1980 e a Exibição Cinematográfica. **Revista Eletrônica Internacional De Economia Política Da Informação Da Comunicação E Da Cultura**, 18(2), 188–199. Universidade Estadual Paulista - Unesp/SP, 2016. Recuperado de <https://periodicos.ufs.br/epic/article/view/5223>.

SOUTO, Mariana. Constelações Fílmicas: Um Método Comparatista no Cinema. **Galáxia**, São Paulo, 1982-2553, n. 45, set-dez, 2020, p.153-165.

SOUTO, Mariana. **Infiltrados e Invasores: Uma Perspectiva Comparada Sobre as Relações de Classe no Cinema Brasileiro Contemporâneo**. Orientadora: Cláudia Mesquita. 206. Tese de Doutorado em Comunicação Social. UFMG, Belo Horizonte, 2016. Disponível em: <http://www.ppgcom.fafich.ufmg.br/defesas/144D.PDF>. Acessado em: 01 fev. 2025.

STRAUBHAAR, Joseph D. Context, Social Class and VCRs: A World Comparison. In: **Social & Cultural Aspects of VCR Use**. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1990.

STRAUBHAAR, Joseph D. **Videocassete Recorders in the Third World**. New York: Longman, 1990.

TARANTINO, Quentin. Tarantino: 9 coisas que você não sabia sobre o diretor. **Galileu**, 2018. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2018/03/quentin-tarantino-9-coisas-que-voce-nao-sabia-sobre-o-diretor.html>. Acessado em: 01 jan. 2025.

TOMÉ, Bruno. Primeira Blockbuster Abria nos EUA há 33 anos. In: **Portal UOL – Observatório do Cinema**, 19 out. 2018. Disponível em: <https://observatoriodocinema.uol.com.br/filmes/primeira-blockbuster-abria-nos-eua-ha-33-anos/>. Acessado em: 29 jan. 2025.

VILLAÇA, Pablo; apud SILVA, Paulo Henrique. Minas Gerais como Farol da Crítica de Cinema no Brasil. In: SILVA, Paulo Henrique. **Trajatória da Crítica de Cinema no Brasil**. Belo Horizonte: Letramento, 2019.

VILLELA, Fernando. O Lide do Próximo Milênio – Propostas para Adequação do Conteúdo à Mídia Interativa, Com Uma Visão Global da Internet. In: CALDAS, Álvaro. **Deu no Jornal – O Jornalismo Impresso na Era da Internet**. 4ª ed., Rio de Janeiro: PUC/Rio, 2014.

WASSON, Haidee. Electric Homes! Automatic Movies! Efficient Entertainment! 16mm and Cinema's Domestication in the 1920s! In: **Cinema Journal**, v. 48, n. 4, Universidade do Texas, 2009.

XAVIER, Ismail. **Um Elo Essencial da Crítica Brasileira**. In: MIRANDA, Marcelo;

FONTES CONSULTADAS

ABRIL, Editora. **Manual de Redação da Editora Abril: como Escrever Bem Para as Nossas Revistas**. 7ª ed., São Paulo: Nova Fronteira, 1990.

BIZZ. **Harrison Ford Volta às Telas**. 21ª ed., São Paulo: Azul, 1987.

BOSCOV, Isabela. Sobre Isabela Boscov. **Blog da Isabela Boscov**. Disponível em: <https://isabelaboscov.com/sobre/>. Acessado em: 01 fev. 2025.

CINEMIN – A Revista da Sétima Arte. **Chaplin, Garbo, Monroe, Brando**. 1ª ed., Rio de Janeiro: Ebal, 1982

CINEMIN – A Revista da Sétima Arte. **E.T – Este Extraterrestre Vale 300 Milhões de Dólares**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Ebal, 1982

CINEMIN – A Revista da Sétima Arte. **Para Frente Brasil: Finalmente Liberado o Filme Mais Polêmico do Cinema Nacional**. 3ª ed., Rio de Janeiro: Ebal, 1982

CINEMIN – A Revista da Sétima Arte. **O Triunfo de Gandhi: A Lista Completa dos Premiados do Oscar**. 4ª ed., Rio de Janeiro: Ebal, 1983

CINEMIN – A Revista da Sétima Arte. **Indiana Jones e o Templo da Perdição Chega ao Brasil em Tempo Record e Já Está Batendo O Retorno de Jedi: O Filme Acabou de Estrear nos EUA**. 10ª ed., Rio de Janeiro: Ebal, 1984

CONTRACAMPO. **Cronologia da Crítica Cinematográfica no Brasil**. Disponível em: <http://www.contracampo.com.br/24/cronologia.htm>. Acessado em: 29 jan. 2025.

CRUZADO (MOEDA BRASILEIRA). In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024, rev. 22 Outubro 2024. [Consult. 22 out. 2024]. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Cruzado_\(moeda_brasileira\)&oldid=68861156](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Cruzado_(moeda_brasileira)&oldid=68861156).

CRUZADO NOVO. In: Wikipédia, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Cruzado_novo&oldid=68861142. Acesso em: 22 out. 2024.

CRUZEIRO (moeda). In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024, rev. 22 Dezembro 2024. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Cruzeiro_\(moeda\)&oldid=69220542](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Cruzeiro_(moeda)&oldid=69220542). Acessado em: 05 dez. 2024.

DÓLAR DOS ESTADOS UNIDOS. In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2025. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=D%C3%B3lar_dos_Estados_Unidos&oldid=69436489. Acessado em: 25 jan. 2025.

LOCADORA DE VÍDEO. In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Locadora_de_v%C3%ADdeo&oldid=69098746. Acesso em: 1 dez. 2024.

REVISTA DE CINEMA. **Problemas Estéticos do Cinema: Revisão do Método Crítico**. 1ª ed, Belo Horizonte: 1954

REVISTA DE CINEMA. **Algumas Ideias Sobre o Cinema**. 2ª ed, Belo Horizonte: 1954

REVISTA DE CINEMA. **O Cinema em Crise**. 28ª ed, Belo Horizonte: 1964

SET – CINEMA & VÍDEO. **100 Vídeos Imperdíveis**. 1ª ed., São Paulo: Azul, 1987

SET – CINEMA & VÍDEO. **As Supermoças das Telas**. 2ª ed., São Paulo: Azul, 1987

SET – CINEMA & VÍDEO. **Jack Nicholson Volta às Telas**. 3ª ed., São Paulo: Azul, 1987

SET – CINEMA & VÍDEO. **Robocop: Chegou o Tira do Futuro.** 4ª ed., São Paulo: Azul, 1987

SET – CINEMA & VÍDEO. **Os Intocáveis: A Obra-Prima Lança o Astro Kevin Costner.** 5ª ed., São Paulo: Azul, 1987

SET – CINEMA & VÍDEO. **Viagem Insólita: A Nova Aventura de Spielberg e Joe Dante.** 6ª ed., São Paulo: Azul, 1987

SET – CINEMA & VÍDEO. **Nascido Para Matar: A Guerra de Kubrick.** 7ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Exclusivo: Christophe Lambert Fala do Seu Novo Filme.** 8ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Império do Sol: Spielberg Insuperável.** 9ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Marcello Mastroianni: A Perfeição em Olhos Negros.** 10ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Entrevista Exclusiva: Robert Redford – O Diretor e o Astro.** 11ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Cher: Entrevista Exclusiva.** 12ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Ação e Aventura no Vídeo: Um Mês de Lançamentos Elettrizantes.** 13ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Exclusiva: Harrison Ford em Busca Frenética de Polanski.** 14ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Eddie Murphy: Um Príncipe em Nova York Arrebenta as**

Bilheterias. 15ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **A Última Tentação de Cristo: O Diretor Martin Scorsese em Entrevista Exclusiva: “Vejam o meu Filme Antes de Julgá-lo”.** 16ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Uma Cilada Para Roger Rabbit: Atores Convivem com Desenho Animado na Superprodução dos Estúdios Disney e de Steven Spielberg.** 17ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **Willow – Na Terra da Magia: A Industrial Light and Magic de George Lucas Abre suas Portas e Revela a Tecnologia dos Efeitos Especiais de 45 Milhões de Dólares.** 18ª ed., São Paulo: Azul, 1988

SET – CINEMA & VÍDEO. **A Volta Triunfal de Clint Eastwood.** 19ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **Schwarzenegger Vai à Comédia: Ao Lado de Danny Devito, em Irmãos Gêmeos, o Brutamontes Troca o Soco Pela Gargalhada.** 20ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **Rain Man: Exclusivo: Hoffman Fala de Seu Papel de Autista.** 21ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **Entrevista Exclusiva: Jodie Foster - Oscar de Melhor Atriz 89.** 22ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **Exclusivo: O Produtor George Lucas Fala Sobre a Volta de Indiana Jones.** 23ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **Férias Animadas: A Dama e o Vagabundo, de Walt Disney, e o Inédito Em Busca do Vale Encantado, de Don Bluth, Fazem a Festa do Público Infantil Brasileiro Enquanto o Desenho Animado Renasce nos EUA.** 24ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **As Aventuras do Barão de Munchausen: John Neville Interpreta o Barão, O Maior Mentiroso do Mundo, na Hilariante Superprodução de Terry Gilliam.** 25ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **Entrevista Exclusiva: Mel Gibson em Máquina Mortífera 2.** 26ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **Batman: O Filme que o Coringa Roubou.** 27ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **O Mês da Palhaçada: Em Novembro, Uma Safra de Comédias Variadas Vai Garantir a Risada Geral.** 28ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **Entrevista Exclusiva: Michael Douglas: Em Chuva Negra, a Guerra Entre Japão e os EUA Segundo Ridley Scott.** 29ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **A Guerra dos Efeitos Especiais: Três Superproduções Disputam a Melhor Bilheteria.** 30ª ed., São Paulo: Azul, 1989

SET – CINEMA & VÍDEO. **Edição Especial 1000 Vídeos – Seleção dos Melhores Filmes Disponíveis nas Locadoras.** Edição Especial, São Paulo: Azul, 1988

SET (REVISTA). In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Set_\(revista\)&oldid=68921504](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Set_(revista)&oldid=68921504). Acesso em: 1 nov. 2024.

SEXTA-FEIRA 13 (SÉRIE). In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2023. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Sexta-Feira_13_\(s%C3%A9rie\)&oldid=66297203](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Sexta-Feira_13_(s%C3%A9rie)&oldid=66297203). Acesso em: 22 jul. 2023.

TECNOLOGIA, LS2X. O Primeiro Videocassete tinha o tamanho de um piano. **LS2X Tecnologia**, 20 out. 2021. Disponível em: <https://ls2xtecnologia.com.br/index.php/2021/10/20/o-primeiro-videocassete-tinha-o-tamanho-de-um-piano/>. Acessado em: 25 mar. 2024.

TIME (revista). VCRs - Santa's Hottest Gift: The Magic Box That is Creating a Video Revolution. **Time**, Nova York, v. 124, n. 26, p. 60, 24 dez. 1984. Disponível em: <https://time.com/vault/issue/1984-12-24/page/60/>. Acessado em: 29 jan. 2025.

VEJA, **E.T, Ele Vem Ai...** .747ª ed., São Paulo: Abril, 1982

VEJA. **Videocassete: A Máquina do Ano**. 955ª ed., São Paulo: Abril, 1986

VEJA. **O Enigma de Roger Rabbit – Arte, Técnica e Audácia Devolvem a Magia ao Desenho Animado**. 1.073ª ed., São Paulo: Abril, 1988

VEJA. **Batman: O Herói dos Quadrinhos Volta Num Filme Triunfal**. 1.122ª ed., São Paulo: Abril, 1986

VEJA. Oscar, Clássicos e Spielberg: 13 Filmes Estrangeiros na Capa de Veja. **Portal Veja Online**, 26 jul. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/oscar-classicos-e-spielberg-13-filmes-estrangeiros-nas-capas-de-veja>. Acessado em: 27 mai. 2024.

VIDEO NEWS. **Mais de 1.000.000 de Vídeos no Brasil: Nunca se Vendeu Tantos Vídeos no Mercado Nacional**. 50ª ed, São Paulo: SIGLA, 1986

VIDEO NEWS. **Kim Bassinger: Filmografia Completa da Estrela de Nove e Meia Semanas de Amor**. 66ª ed, São Paulo: SIGLA, 1987

VIDEO NEWS. **Como Usar Melhor Os Novos Recursos dos Videocassetes**. 68ª ed, São Paulo: SIGLA, 1988

VIDEO NEWS. **Vídeo ano 10: A História e a Evolução**. 77ª ed, São Paulo: SIGLA, 1989

VIDEO NEWS. **Edição Especial: Tudo o Que Você Precisa Saber Sobre o Seu Videocassete**. 78-Aª ed, São Paulo: SIGLA, 1989

VIDEO NEWS. **Indiana Jones e a Última Cruzada, Batman e 007 – Permissão para Matar:**

O Grande Duelo da Bilheterias. 83ª ed, São Paulo: SIGLA, 1989

VIDEO NEWS. **Império dos Jovens: O Público, 75% de Jovens, Prefere Atores Jovens.**
84ª ed, São Paulo: SIGLA, 1989

VIDEO NEWS. **Oscar 90: Veja a Lista Completa de Todos os Indicados.** 91ª ed, São Paulo:
SIGLA, 1990

FILMOGRAFIA

007 MARCADO Para a Morte. Direção: John Glen. Produção: Albert R. Broccoli; Michael G. Wilson. Estados Unidos: Metro-Goldwyn-Mayer United Artists, 1987.

48 HORAS. Direção: Walter Hill. Produção: Joel Silver. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1982.

9½ SEMANAS de Amor. Direção: Adrian Lyne. Produção: Mark Damon; Sidney Kimmel; Zalman King; Antony Rufus-Isaacs. Estados Unidos: 1986.

A BELA Da Tarde. Direção: Luis Buñuel. Produção: Serge Silberman. França: Films du Carrosse, 1967.

A CASA do Espanto 2. Direção: Ethan Wiley. Produção: Sean S. Cunningham. Estados Unidos: New World Pictures, 1987.

A DAMA do Cine Shangai. Direção: Guilherme de Almeida Prado. Produção: Guilherme de Almeida Prado. Brasil: 1987.

A DAMA e o Vagabundo. Direção: Clyde Geronimi; Wilfred Jackson; Hamilton Luske. Produção: Walt Disney. Estados Unidos: Walt Disney Productions, 1955.

A DOCE Vida. Direção: Federico Fellini. Produção: Giuseppe Amato; Angelo Rizzoli. Itália; França: Koch Lorber Films; Pandora Filmes, 1960.

A FELICIDADE Não se Compra. Direção: Frank Capra. Produção: Frank Capra. Estados Unidos: RKO Radio Pictures, 1946.

A FESTA De Babette. Direção: Gabriel Axel. Produção: Bent Christensen. Dinamarca: Det Danske Filminstitut, 1987.

A GAROTA de Rosa Shocking. Direção: Howard Deutch. Produção: Lauren Shuler Donner.

Estados Unidos: Paramount Pictures, 1986.

A HISTÓRIA Sem Fim. Direção: Wolfgang Petersen. Produção: Bernd Eichinger. Alemanha: Warner Bros., 1984.

A HORA do Espanto. Direção: Tom Holland. Produção: Herb Jaffe. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1985.

A HORA do Pesadelo IV. Direção: Renny Harlin. Produção: Rachel Talalay. Estados Unidos: New Line Cinema, 1988.

A HORA dos Mortos Vivos 2. Direção: Dan O'Bannon. Produção: Tom Fox. Estados Unidos: New World Pictures, 1985.

A MORTE Pede Carona. Direção: Robert Harmon. Produção: Michael S. Glick. Estados Unidos: New World Pictures, 1986.

A MOSCA. David Cronenberg. Produção: Stuart Cornfeld. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1986.

A MOSCA II. Direção: Chris Walas. Produção: Brookfilms. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1989.

A PEQUENA Loja dos Horrores. Direção: Frank Oz. Produção: David Geffen. Estados Unidos: Warner Bros., 1987.

A PRIMEIRA Noite de um Homem. Direção: Mike Nichols. Produção: Lawrence Turman. Estados Unidos: Embassy Pictures, 1967.

A ROSA Púrpura do Cairo. Direção: Woody Allen. Produção: Robert Greenhut. Estados Unidos: Orion Pictures, 1985.

A ÓPERA do Malandro. Direção: Ruy Guerra. Produção: Ruy Guerra. Brasil: Embrafilme, 1985.

A ÚLTIMA Tentação de Cristo. Direção: Martin Scorsese. Produção: Barbara De Fina. Estados Unidos: Universal Pictures, 1988.

ACUSADOS. Direção: Jonathan Kaplan. Produção: Sherry Lansing. Estados Unidos: Metro-Goldwyn-Mayer, 1988.

ALLAN Quatermain e a Cidade do Ouro Perdido. Direção: Gary Nelson. Produção: Menahem Golan; Yoram Globus. Estados Unidos: Cannon Group, 1986.

AMADEUS. Direção: Miloš Forman. Produção: Saul Zaentz. Estados Unidos: Orion Pictures Corporation; Warner Bros. Pictures, 1984.

AMARCORD. Direção: Federico Fellini. Produção: Franco Cristaldi. Itália: United Artists, 1973.

AMOR Estranho Amor. Direção: Walter Hugo Khouri. Produção: Aníbal Massaini Neto. Brasil: Embrafilme, 1982.

ANJOS da Noite. Direção: Wilson Barros; Alvaro Pedreira. Brasil: Embrafilme; Europa Filmes 1987.

ARIZONA Nunca Mais. Direção: Joel Cohen. Produção: Ethan Coen. Estados Unidos: 20Th Century Fox, 1987.

AS BRUXAS de Eastwick. Direção: George Miller. Produção: Neil Canton; Jon Peters; Peter Guber. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1987.

ASAS do Desejo. Direção: Wim Wenders. Produção: Wim Wenders. Alemanha: Metro-Goldwin-Mayer, 1987.

BATMAN. Direção: Tim Burton. Produção: Jon Peters; Peter Guber. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1989.

BATMAN 2. Direção: Tim Burton. Produção: Denise Di Novi; Tim Burton. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1992.

BEN-Hur. Direção: William Wyler. Produção: Sam Zimbalist. Estados Unidos: Metro-Goldwyn-Mayer, 1959.

BETTY Blue. Direção: David Cronenberg. Produção: Stuart Cornfeld. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1986.

BLADE Runner - O Caçador de Androides. Direção: Ridley Scott. Produção: Michael Deeley. Estados Unidos: 1982.

BONNIE & Clyde – Uma Rajada de Balas. Arthur Penn. Produção: Warren Beatty. Estados Unidos: Warner Bros., 1967.

BRADDOCK III. Direção: Chuck Norris. Produção: Chuck Norris. Estados Unidos: Cannon Group, 1988.

BYE Bye Brasil. Carlos Diegues. Produção: Lucy Barreto. Brasil: Embrafilme, 1979.

CABRA Marcado para Morrer. Direção: Eduardo Coutinho. Produção: Eduardo Coutinho/Zelito Viana. Brasil: Gaumont, 1984.

CAMINHOS Perigosos. Direção: Martin Scorsese. Produção: Jonathan T. Taplin. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1973.

CASANOVA e a Revolução. Direção: Ettore Scola. Produção: Opera Film. Itália: Gaumont, 1982.

CHUVA Negra. Direção: Ridley Scott. Produção: Walter F. Parkes. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1989.

CIDADE Oculta. Direção: Chico Botelho. Produção: Francisco Ramalho Jr. Brasil: 1986.

CINEMAGIA – a História das Videolocadoras de São Paulo. Direção: Alan Oliveira. Produção: Guilherme Midler. Brasil, 2017

COCKTAIL. Direção: Roger Donaldson. Produção: Ted Field. Estados Unidos: Touchstone Pictures, 1988.

COCOON II. Daniel Petrie. Produção: David Brown. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1988.

CONTA Comigo. Direção: Rob Reiner. Produção: Bruce A. Evans; Raynold Gideon. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1986.

CONTATOS Imediatos do Terceiro Grau. Steven Spielberg. Produção: Julia Phillips; Michael Phillips. Estados Unidos: 1977

CORPOS Ardentes. Direção: Lawrence Kasdan. Produção: Robert Grand. Estados Unidos: Warner Bros, 1982.

CURTINDO a Vida Adoidado. Direção: John Hughes. Produção: John Hughes. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1986.

CIDADÃO Kane. Direção: Orson Welles. Produção: Orson Welles. Estados Unidos: RKO Pictures, 1941.

DE CASO com a Máfia. Direção: Jonathan Demme. Produção: Kenneth Utt. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1988.

DE VOLTA Para o Futuro. Direção: Robert Zemeckis. Produção: Bob Gale; Neil Canton. Estados Unidos, 1985.

DE VOLTA às Aulas. Direção: Alan Metter. Produção: Chuck Russell. Estados Unidos: Orion Pictures, 1986.

DEPOIS de Horas. Direção: Martin Scorsese. Produção: Robert F. Colesberry; Griffin

Dunne; Amy Robinson; Deborah Schindler. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1985.

DESEJO de Matar IV. Direção: J. Lee Thompson. Produção: Menahem Golan; Yoram Globus. Estados Unidos: Cannon Group, 1987.

DIRTY Dancing – Ritmo Quente. Direção: Emile Ardolino. Produção: Linda Gottlieb. Estados Unidos: Vestron Pictures, 1987.

DIRTY HARRY Na Lista Negra. Direção: Buddy Van Horn. Produção: David Valdes. Estados Unidos: Warner Bros., 1988.

DUMBO. Direção: Ben Sharpsteen. Produção: Walt Disney. Estados Unidos: RKO Radio Pictures, 1941.

DURO de Matar. Direção: John McTiernan. Produção: Lawrence Gordon; Joel Silver. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1988.

E.T, o Extraterrestre. Direção: Steven Spielberg. Produção: Kathleen Kennedy; Steven Spielberg. Estados Unidos: Universal Pictures, 1982.

ENCONTRO às Escuras. Direção: Blake Edwards. Produção: Tony Adams. Estados Unidos: TriStar Pictures, 1987.

FALCÃO - o Campeão dos Campeões. Direção: Menahem Golan. Produção: Menahem Golan; Yoram Globus. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1987.

FANNY e Alexander. Direção: Ingmar Bergman. Produção: Jörn Donner. Suécia: Versátil Home Vídeo, 1982.

FEITIÇO da Lua. Direção: Norman Jewison. Produção: Norman Jewison. Estados Unidos: TriStar Pictures, 1987.

FELIZ Ano Velho. Direção: Roberto Gervitz. Produção: Cláudio Kahans. Brasil: Globo Filmes, 1987.

FIEVEL – Um Conto Americano. Direção: Don Bluth. Produção: Don Bluth; Gary Goldman; John Pomeroy. Estados Unidos: Universal Pictures, 1986.

FLASHDANCE – Em Ritmo de Embalo. Direção: Adrian Lyne. Produção: Peter Guber. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1983.

FOME de Viver. Direção: Tony Scott. Produção: Richard Shepherd. Reino Unido: Metro-Goldwyn-Mayer, 1983.

FOOTLOOSE – Ritmo Louco. Direção: Herbert Ross. Produção: Lewis J. Rachmil; Craig Zadan. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1984.

GAROTOS Perdidos. Direção: Joel Schumacher. Produção: Harvey Bernhard. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1987.

GENTE Como a Gente. Direção: Robert Redford. Produção: Peter Bart; Lewis M. Allen. Estados Unidos: MGM/UA, 1980.

GREMLINS. Direção: Joe Dante. Produção: Steven Spielberg. Estados Unidos: Warner Bros., 1984.

HANNAH e suas Irmãs. Direção: Woody Allen. Produção: Robert Greenhut. Estados Unidos: Orion Pictures, 1986.

HISTOIRE(S) du Cinéma. Direção: Jean-Luc Godard. Produção: Canal+; Centre National de la Cinématographie; France 3; Gaumont; La Sept; Télévision Suisse Romande. França: 1988-1998.

IMPÉRIO do Sol. Direção: Steven Spielberg. Produção: Steven Spielberg; Kathleen Kennedy; Frank Marshall. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1988.

INDIANA Jones e a Última Cruzada. Direção: Steven Spielberg. Produção: Robert Watts. Estados Unidos: 1989.

IRMÃOS Gêmeos. Direção: Ivan Reitman. Produção: Ivan Reitman. Estados Unidos: Universal Pictures, 1988.

IRONWEED. Direção: Hector Babenco. Produção: Marcia Nasatir. Estados Unidos: TriStar Pictures, 1987.

JOE Contra o Vulcão. Direção: John Patrick Shanley. Produção: Teri Schwartz. Estados Unidos: Warner Bros., 1989.

JORNADA nas Estrelas IV. Direção: Leonard Nimoy. Produção: Harve Bennett. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1986.

K9 – Um Policial Bom para Cachorro. Direção: Rod Daniel. Produção: Charles Gordon. Estados Unidos: Universal Pictures, 1989.

KRAMER Vs. Kramer. Direção: Robert Benton. Produção: Stanley R. Jaffe. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1979.

LABIRINTO – A Magia do Tempo. Direção: Jim Henson. Produção: George Lucas; Jim Henson. Estados Unidos: TriStar Pictures, 1986.

LOUCADEMIA de Polícia. Direção: Hugh Wilson. Produção: Paul Maslansky. Estados Unidos: Warner Bros., 1984.

LOUCADEMIA de Polícia V: Missão Miami Beach. Direção: Alan Myerson. Produção: Paul Maslansky; Donald West. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1988.

MANEQUIM. Direção: Michael Gottlieb. Produção: Art Levinson. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1987.

MARCAS do Destino. Direção: Peter Bogdanovich. Produção: Martin Starger Estados Unidos: Universal Pictures., 1985.

MESTRES do Universo. Direção: Gary Goddard. Produção: Edward R. Pressman. Estados Unidos: Canon Group, 1987.

MEU Marido de Batom. Direção: Bertrand Blier. Produção: René Cleitman. França: Cinecom, 1986.

MEU TIO. Direção: Jacques Tati. Produção: Jacques Tati. França: Specta Films, 1958.

MINHA Vida de Cachorro. Direção: Lasse Hallström. Produção: Annika Hultman. Suécia: SF Studios, 1985.

MISTÉRIO no Colégio Brasil. Direção: José Frazão. Produção: Embrafilme. Brasil: Conspiração Filmes, 1988.

MORRER Mil Vezes. Direção: Hal Ashby. Produção: Steve Roth. Estados Unidos: TriStar Pictures, 1986.

MULHER Nota Mil. Direção: John Hughes. Produção: Joel Silver. Estados Unidos: Universal Pictures, 1985.

MULHERES à Beira de um Ataque de Nervos. Direção: Pedro Almodóvar. Produção: Agustín Almodóvar. Espanha: El Deseo, 1988.

MÁQUINA Mortífera. Direção: Richard Donner. Produção: Joel Silver; Richard Donner. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1987.

MÁQUINA Mortífera 2. Direção: Richard Donner. Produção: Joel Silver. Estados Unidos: Warner Bros., 1989.

MÁQUINA Mortífera 3. Direção: Ricardo Donner. Produção: Ricardo Donner; Joel Prata. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1989.

NAMORADA de Aluguel. Direção: Steve Rash. Produção: Thom Mount. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1986.

NASCIDO para Matar. Direção: Stanley Kubrick. Produção: Stanley Kubrick. Estados Unidos: Warner Bros., 1987.

NICO, Acima da Lei. Direção: Andrew Davis. Produção: Steven Seagal. Estados Unidos: Cannon Group, 1988.

O ANO em que Vivemos em Perigo. Peter Weir. Produção: Brian D. Phelan. Austrália: Metro-Goldwin-Mayer, 1982.

O BEIJO da Mulher Aranha. Direção: Hector Babenco. Produção: David Weisman. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1985.

O CAMPEÃO. Direção: Franco Zeffirelli. Produção: Dyson Lovell. Estados Unidos: Warner Bros., 1979.

O EXTERMINADOR do Futuro. Direção: James Cameron. Produção: James Cameron; Gale Anne Hurd. Estados Unidos: Orion Pictures, 1984.

O GRANDE Dragão Branco. Direção: Newt Arnold. Produção: Mark DiSalle. Estados Unidos: Cannon Group, 1988.

O HOMEM Elefante. Direção: David Lynch. Produção: Jonathan Sanger. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1980.

O ILUMINADO. Direção: Stanley Kubrick. Produção: Stanley Kubrick. Estados Unidos: Warner Bros, 1980.

O MILAGRE Veio do Espaço. Direção: Matthew Robbins. Produção: Steven Spielberg. Estados Unidos: Universal Pictures, 1987.

O NATAL de Mickey Mouse. Direção: Burny Mattinson. Produção: Burny Mattinson. Estados Unidos: Buena Vista Distribution, 1983.

O NOME da Rosa. Direção: Jean-Jacques Annaud. Produção: Bernd Eichinger; Franco Cristaldi; Alexandre Mnouchkine; Bernd Schaefer; Hermann Weigel. Alemanha Ocidental; Itália; França: Constantin Film; Les Films Ariane; Cristaldifilm, 1986.

O RAPTO do Menino Dourado. Direção: Michael Ritchie. Produção: Edward S. Feldman; Robert D. Wachs. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1986.

O SEGREDO do Meu Sucesso. Direção: Herbert Ross. Produção: Herbert Ross. Estados Unidos: Universal Pictures, 1987.

O SENHOR dos Anéis – O Retorno do Rei. Direção: Peter Jackson. Produção: Barrie M. Osborne; Fran Walsh; Peter Jackson. Estados Unidos, Nova Zelândia: 2003.

O SILÊNCIO dos Inocentes. Direção: Jonathan Demme. Produção: Kenneth Utt; Edward Saxon; Ron Bozman. Estados Unidos: Orion Pictures, 1991.

O SOBREVIVENTE. Direção: Paul Michael Glaser. Produção: Tim Zinnemann; George Linder. Estados Unidos: TriStar Pictures, 1987.

O TIRO Que Não Saiu Pela Culatra. Direção: Ron Howard. Produção: Brian Grazer. Estados Unidos: Cannon Group, 1989.

OS CAÇA-FANTASMAS 2. Direção: Ivan Reitman. Produção: Ivan Reitman. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1989.

OS CAÇADORES da Arca Perdida. Direção: Steven Spielberg. Produção: Frank Marshall; Howard Kazanjian. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1981

OS ELEITOS. Direção: Philip Kaufman. Produção: Warner Bros Entertainment. Estados Unidos: Warner Bros Entertainment, 1983.

OS FANTASMAS se Divertem. Direção: Tim Burton. Produção: Michael Bender. Estados Unidos: Warner Bros., 1988.

OS GAROTOS Perdidos. Direção: Joel Schumacher. Produção: James Jeremias. Estados Unidos: Warner Bros., 1987

OS HERÓIS Trapalhões. Direção: José Alvarenga Junior. Produção: Carlos Alberto Diniz. Brasil: Art Films Ouro Nacional, 1988.

OS INTOCÁVEIS. Direção: Brian De Palma. Produção: Art Linson. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1987.

Os GRITOS do silêncio. Direção: Roland Joffé. Produção: David Puttnam. Reino Unido: Columbia Pictures, 1984.

PACTO de Sangue. Direção: Billy Wilder. Produção: Paramount Pictures. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1944.

PARIS, Texas. Wim Wenders. Produção: Don Guest. França; Alemanha: Argos Films; Tobis Film, 1984.

PEGGY Sue – Seu Passado a Espera. Direção: Francis Ford Coppola. Produção: Paul R. Gurian. Estados Unidos: TriStar Pictures, 1986.

PELLE, O Conquistador. Direção: Bille August. Produção: Per Holst. Suécia/Dinamarca: Nordisk Film, 1987.

PERIGOSAMENTE Juntos. Direção: Ivan Reitman. Produção: Ivan Reitman; Sheldon Kahn. Estados Unidos: Universal Pictures, 1986.

PLATOON. Direção: Oliver Stone. Produção: Arnold Kopelson. Estados Unidos: Orion Pictures, 1987.

PORKY'S. Direção: Bob Clark. Produção: Bob Clark. Estados Unidos: New World Pictures, 1981.

PRESENTE de Grego. Direção: Charles Shyer. Produção: Nancy Meyers. Estados Unidos:

TriStar Pictures, 1987.

PROCURA-SE Susan Desesperadamente. Direção: Susan Seidelman. Produção: Sarah Pillsbury; Midge Sanford. Estados Unidos: Orion Pictures, 1985.

QUEM Tem Medo de Wirginia Wolff. Direção: Mike Nichols. Produção: Ernest Lehman. Estados Unidos: Warner Bros., 1966.

QUERIDA, Encolhi as Crianças. Direção: Joe Johnston. Produção: Finkelman Cox. Estados Unidos: Walt Disney Pictures, 1989.

QUERO Ser Grande. Direção: Penny Marshall. Produção: Gary Ross; James L. Brooks. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1988.

RAIN MAN. Direção: Barry Levinson. Produção: Mark Johnson. Estados Unidos: MGM/UA, 1988.

RAMBO II. Direção: George P. Cosmatos. Produção: Buzz Feitshans. Estados Unidos: TriStar Pictures, 1985.

RAMBO III. Direção: Peter MacDonald. Produção: Buzz Feitshans. Estados Unidos: TriStar Pictures, 1988.

ROBOCOP. Direção: Paul Verhoeven. Produção: Arne Schmidt. Estados Unidos: Metro-Goldwyn-Mayer, 1987.

ROCKY II. Direção: Sylvester Stallone. Produção: Irwin Winkler. Estados Unidos: United Artists, 1979.

SAIGON: Império da Violência. Direção: Christopher Crowe. Produção: Alan Jacobs. Estados Unidos: Orion Pictures, 1988.

SALVE-ME Quem Puder. Direção: Penny Marshall. Produção: Lawrence Gordon; Joel Silver. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1986.

SCANNERS – Sua Mente Pode Destruir. Direção: David Cronenberg. Produção: Pierre David. Canadá: Avco-Embassy Pictures; Manson International, 1981.

SERPICO. Direção: Sidney Lumet. Produção: Martin Bregman. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1973.

SEXO, Mentiras e Videotapes. Direção: Steven Soderbergh. Produção: John Hardy; Robert F. Newmyer. Estados Unidos: 1989.

SEXTA-FEIRA 13 VI. Direção: Tom McLoughlin. Produção: Tom Behrns. Cunningham. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1986.

SOBRE Ontem à Noite. Direção: Edward Zwick. Produção: Jason Brett. Estados Unidos: Orion Pictures, 1986.

SPIELBERG. Direção: Susan Lacy. Produção: Susan Lacy. Estados Unidos: HBO Documentary Films, 2017.

SPLASH – Uma Sereia em Minha Vida. Direção: Ron Howard. Produção: Brian Grazer. Estados Unidos: Touchstone Pictures, 1984.

STALLONE Cobra. Direção: George Pan Cosmatos. Produção: Andrew G. Vajna. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1986.

SUPER Xuxa Contra o Baixo Astral. Direção: Anna Penido. Produção: Diler Trindade. Brasil: Columbia Pictures do Brasil, 1988.

SUPER-HOMEM IV – Em Busca da Paz. Direção: Sidney J. Furie. Produção: Menahem Golan; Yoram Globus. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1987.

SUPERMAN – O Retorno. Direção: Bryan Singer. Produção: Bryan Singer; Gilbert Adler; Jon Peters. Estados Unidos, 2006.

TAXI Driver. Direção: Martin Scorsese. Produção: Michael Phillips; Julia Phillips. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1976.

TODOS os Homens do Presidente. Direção: Alan J. Pakula. Produção: Walter Coblenz. Estados Unidos: Warner Bros., 1976.

TOP Gun – Ases Indomáveis. Direção: Tony Scott. Produção: Don Simpson; Jerry Bruckheimer. Estados Unidos: 1986.

TOURO Indomável. Direção: Martin Scorsese. Produção: Irwin Winkler. Estados Unidos: Fox Film, 1980.

TRÊS Homens e um Bebê. Direção: Leonard Nimoy. Produção: David T. Friendly. Estados Unidos: Touchstone Pictures, 1987.

UM DIA a Casa Cai. Direção: Richard Benjamine. Produção: Kathleen Kennedy; Art Levinson; Frank Marshall. Estados Unidos: Universal Studios, 1986.

UM ESTRANHO no Ninho. Direção: Milos Forman. Produção: Saul Zaentz. Estados Unidos: United Artists, 1975.

UM HÓSPEDE do Barulho. Direção: William Dear. Produção: William Dear; Richard Vane. Estados Unidos: Universal Pictures, 1987.

UM PEIXE Chamado Wanda. Direção: Charles Crichton. Produção: Steve Abbott. Reino Unido: MGM/UA, 1988.

UM PRÍNCIPE Em Nova Iorque. Direção: John Landis. Produção: George Folsey Jr. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1988.

UM TIRA da Pesada. Direção: Martin Brest. Produção: Jerry Bruckheimer; Don Simpson. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1984.

UMA Cilada para Roger Rabbit. Direção: Robert Zemeckis. Produção: Robert Watts; Frank

Marshall. Estados Unidos: Buena Vista Pictures, 1988.

VIAGEM Insólita. Direção: Joe Dante. Produção: Michael Finnell. Estados Unidos: Amblin Entertainment, 1987.

VIDAS sem Rumor. Direção: Francis Ford Coppola. Produção: Fred Roos. Estados Unidos: Warner Bros, 1983.

VIDEODROME – A Síndrome do Vídeo. Direção: David Cronenberg. Produção: Claude Héroux. Canadá: Universal Studios Canada Inc., 1983.

WILLOW – Na Terra da Magia. Direção: Ron Howard. Produção: George Lucas. Estados Unidos: MGM/UA, 1988.

WOLF – O Garoto do Futuro. Direção: Rod Daniel. Produção: Mark Levinson. Estados Unidos: Atlantic Releasing Corporation, 1985.

ANEXO I

1. Qual a importância do surgimento e da consolidação do mercado de vídeo na formação da sua cinefilia?

Oliveira

Foi essencial, especialmente porque isso proporcionou que tivéssemos acesso aos filmes em uma época onde a programação da TV aberta era a única solução para ver filmes em casa. Havia um hiato muito grande entre o lançamento dos títulos nos cinemas e a chegada dos mesmos nas antigas TVs de tubo, em média de 3 a 5 anos. Ter um filme em mãos poucos meses após seu lançamento nos cinemas para assistir em casa a qualquer hora do dia foi uma verdadeira vitória para todos nós. Por conta disso, ver filmes e ir às videolocadoras nas décadas de 80 e 90 se tornou a minha maior diversão durante a infância e adolescência.

2. No documentário Cinemagia – A História das Videolocadoras de São Paulo, idealizado e dirigido por você, alguns dos entrevistados fazem referência a uma “revolução” no modelo de consumo cinematográfico após a popularização do videocassete e das videolocadoras. Lírío Parisotto, por exemplo, usa a expressão “grito de independência” para se referir a uma certa emancipação do espectador do vídeo frente às limitadas programações dos cinemas e da TV. Já Paulo Gustavo Pereira lembra que, após adquirir o seu primeiro videocassete, assistiu aproximadamente 200 filmes em um ano, algo impensável nos tempos pretéritos, anteriores ao surgimento do mercado de VHS. Você acredita que o advento do vídeo tenha mesmo promovido uma revolução a esse ponto?

Oliveira

Acredito que sim, talvez até mais do que achamos que foi. Basta ver o cenário atual do "Cinema em Casa", com as empresas de streaming gerando novos conteúdos para consumo expresso - o hábito se consolidou graças ao advento do vídeo doméstico. O mercado de home-vídeo se formou não apenas na necessidade de acesso aos filmes no conforto do lar, mas também na adesão de um novo hábito caseiro que também representava, naquele momento, um estilo de vida que ajudou a ressignificar o sentido de diversão e entretenimento.

3. Em sendo positiva a resposta para a pergunta anterior, quais foram, na sua opinião, as maiores inovações instituídas pelo consumo cinematográfico no ambiente doméstico?

Oliveira

O vídeo cassete e a fita VHS são os maiores signos desse período, mas vale citar também a criação das primeiras campanhas promocionais dos filmes e seus derivados (rótulos das fitas, cartazes, banners, displays, revistas, além de muitos outros), muitas delas desenvolvidas aqui por brasileiros, para expor e vender os títulos nas videolocadoras. Isso aproximou o consumidor dos filmes de uma forma bem eficiente, funcionando como uma extensão da experiência cinéfila, dando a ideia de maior intimidade com as obras, algo que o streaming não conseguiu emular.

4. Principalmente após a propagação das videolocadoras, o espectador passou a ter acesso a um acervo quase que ilimitado de filmes: clássicos antigos, filmes de arte, obras produzidas por escolas menos tradicionais do cinema, gêneros considerados obscuros... Eram filmes que raramente eram exibidos no circuito comercial e que de uma hora para a outra passaram a ser conhecidos pelo público. Dá para dizer que o frequentador das videolocadoras se tornou um cidadão mais conhecedor do cinema e que, por isso, passou debater mais sobre os filmes, trazendo um impacto de reverberação junto à cinefilia brasileira?

Oliveira

Pra mim, o conceito de cinefilia extrapola a ideia de uma visão puramente nacionalista ou figurativa da nossa nação como amantes e consumidores de filmes. É universal, já que a vontade de ver filmes, sejam quais forem e quantos forem, é o que motiva e forma

verdadeiramente um cinéfilo. Mas, no que se refere ao início do hábito de ver filmes em casa, ao meu ver, as videolocadoras foram os principais agentes de formação da nossa experiência cinéfila: as lojas tinham de tudo e o acesso se mostrava muito mais democrático e menos seletivo do que a programação da TV daquela época. Acredito que mais do que debater sobre os filmes ou refletir sobre a importância de conhecer novas histórias, os frequentadores das videolocadoras aprenderam a se relacionar com os filmes de uma maneira mais pessoal, íntima, em um tom mais inclusivo na ideia do entretenimento e da cultura. Essa coisa de indicar um filme para outras pessoas nasceu ali.

5. Em seu início, o mercado de vídeo era restrito às elites brasileiras, já que, à época, os aparelhos de videocassete eram bastante caros. No entanto, algum tempo depois, especialmente após o amadurecimento da produção nacional e o barateamento dos equipamentos, eles passaram a ser comuns também nos lares das classes mais populares da sociedade. As próprias videolocadoras estavam presentes nos subúrbios e nas favelas brasileiras, especialmente a partir do final da década de 80. Considerando que a cinefilia brasileira historicamente era associada a grupos restritos e intelectualizados, você acredita que o mercado de vídeo possa ter promovido a sua democratização, permitindo que o grande público também estudasse, questionasse e debatesse o cinema?

Oliveira

Penso que toda arte sempre encontra o seu público, de uma forma ou de outra, mais cedo ou mais tarde. E penso que para cada estudo de um período histórico, precisamos levar em consideração os fatores socioeconômicos e a realidade cultural daquela época. Na década de 1980, o mundo caminhava para a chamada "globalização" e a tecnologia incorporou gradativamente as manobras para a tal democratização dos acessos, em suma por uma questão de capital, mas que está intrinsecamente ligada aos hábitos da sociedade.

Ao longo do tempo, as ferramentas se popularizam e passam a fazer parte do cotidiano das pessoas. Mas o grande público já estudava e debatia cinema há tempos, especialmente porque antes do mercado de home-vídeo realmente acontecer, as salas de cinema eram os grandes templos dos cinéfilos. Nesse sentido, o "Cinema em Casa" transformou essa experiência, quase como uma extensão da mesma. Vale lembrar que, naquela época, uma nova geração nasceu com o advento do vídeo (assim como hoje temos uma geração que é fruto da experiência do streaming) e cada geração consome, debate e entende cinema de acordo com a

maneira como se relaciona com essa arte.

6. Você acredita que a consolidação do mercado de vídeo tenha despertado no consumidor um interesse maior pelas revistas especializadas em cinema e vídeo? Nos anos 80 surgiram várias delas, como a Video News, a Cinemin e SET. Particularmente no seu caso, você consumia essas revistas? Havia algo em especial que você buscava encontrar nesse tipo de publicação?

Oliveira

Sim, eu gostava muito de ler a Revista SET e a Video News. É preciso lembrar que não havia internet naquela época e as revistas digitais (programas de TV) forneciam poucas informações sobre as produções cinematográficas e os futuros lançamentos, ou mesmo críticas e informações de bastidores de filmes consagrados. A mídia impressa tinha um grande peso na sociedade como veículo informativo e essas publicações surgiram para atender a uma nova demanda de consumidores, cinéfilos e/ou amantes do vídeo. No meu caso, eu comprava principalmente para ler as entrevistas, críticas e ter acesso às reproduções impressas de cartazes oficiais dos filmes.

7. No documentário Cinemagia – a História das Videolocadoras de São Paulo, críticos como Rubens Ewald Filho e Christian Peterman sugerem que possa ter havido mudanças no modo de produzir críticas cinematográficas após o surgimento do home-vídeo. Da nossa parte, suspeitamos que elas possam ter se tornado mais objetivas, sucintas e classificatórias, já que um dos seus objetivos passou a ser guiar o consumo dos frequentadores das videolocadoras, que muitas vezes se viam perdidos em meio a tantos lançamentos. Você acredita que o mercado de vídeo possa, de alguma forma, ter promovido modificações na produção de conteúdo cinematográfico pelas revistas de cinema?

Oliveira

Sim, especialmente por conta do volume de lançamentos de títulos e da necessidade das editoras e distribuidoras de publicações que pudessem fornecer informações mais detalhadas dessas obras, principalmente com um objetivo promocional.

Nessa época também tivemos a publicação de guias do vídeo, com listas anuais dos filmes lançados por aqui, devidamente catalogados com suas respectivas sinopses, um trabalho que considero árduo para um período tão produtivo.

8. As videolocadoras eram verdadeiros espaços de convivência cinéfila. As pessoas iam até elas não só para alugarem filmes, mas também para conhecerem o cinema e falarem sobre ele, fosse lendo as sinopses que ficavam na parte de trás dos estojos de locação ou pedindo dicas ao balconista e aos demais clientes. Você acredita que elas possam ter ajudado a formar um novo perfil cinéfilo no Brasil?

Oliveira

Em uma analogia simples (com suas devidas ressalvas), para nós, cinéfilos, ir para uma sala de cinema ver um filme era (e pra mim ainda é) como ir para um parque de diversões. E a chegada das videolocadoras fez com que nós pudéssemos sentir que o parque estava logo ali, mais próximo, na esquina, aberto para nos receber e nos proporcionar uma experiência humana e transformadora sempre que necessário. Alguém que formou sua cinefilia nas salas de cinema e em uma videolocadora é alguém que aprendeu a importância da arte do encontro e que vivenciou o hábito de consumir cinema com elementos mais físicos e táteis. Quem viveu sabe disso.

ANEXO II

1. Fale um pouco sobre a sua cinefilia. Como e quando você começou a se interessar pelos filmes e a escrever sobre eles?

Couto

Como quase todo mundo, me apaixonei pelos filmes ainda na infância, mas comecei a me interessar mais seriamente por eles no final da adolescência. Porém, demorei para escrever profissionalmente sobre eles. Eu me formei em história e em jornalismo. Dei aulas no ensino médio durante uns quatro anos, depois passei a trabalhar como jornalista na Folha de S.Paulo, mas, inicialmente, não na área de cinema. Saí do jornal para entrar na redação da SET, que então estava começando (1987), justamente porque queria escrever sobre cinema. Quando voltei à Folha, no início de 1991, é que passei a escrever sobre cultura no jornal, sobretudo livros e filmes. Daí para a frente, não parei mais.

2. Durante essa sua formação como cinéfilo, onde você costumava buscar informações e conteúdos relacionados ao cinema, incluindo aí as críticas dos filmes? Havia alguma publicação especializada na época?

Couto

Minhas leituras sempre foram muito erráticas, aleatórias. Não tive uma formação teórica sólida. Lia as críticas de imprensa (Edmar Pereira no Jornal da Tarde e Estadão, Inácio Araujo na Folha, etc.) e alguns livros, como os do Jean-Claude Bernardet, o Revisão Crítica do Cinema Brasileiro, do Glauber Rocha. Só depois fui ler obras fundamentais, como O que é o Cinema, do André Bazin, os livros do Eisenstein, os textos reunidos do Paulo Emilio Salles Gomes, as críticas do François Truffaut... Mas nunca fui um grande leitor de teoria e de crítica.

Aproveitei mais os livros de entrevistas, como o Hitchcock/Truffaut e os de memórias de cineastas (Buñuel, John Huston, Fellini etc.). Em suma, minha formação é bem torta e cheia de lacunas. De publicações especializadas, eu me lembro da Filme Cultura, que se não me engano era editada pela Embrafilme, a Funarte ou outro órgão público de cultura. Só mais tarde, com meu francês capenga, passei a ler também a Cahiers du Cinéma.

3. Como escritor e crítico de cinema, quais eram as suas maiores referências? Havia alguma escola, estilo ou autor em quem você se inspirava, ou que te despertasse maior interesse e admiração?

Couto

Minhas referências, se posso dizer assim, eram os textos do Inácio Araújo (na Folha) e do José Carlos Avellar (na Filme Cultura e, depois, na Cinemais). Depois, tardiamente, passei a ler o Paulo Emilio, nos livros que publicou e nas coletâneas de textos seus do Estadão publicados em dois volumes. Eu me identifico muito com essa crítica humanista, imbricada com o contexto histórico-social, que encontrei no Paulo Emilio e no André Bazin, que é uma espécie de “pai de todos”. O Jean-Claude Bernardet e o Ismail Xavier, que de certo modo dão prosseguimento a essa linhagem, também são referências importantes. O Antonio Candido de Mello e Souza, embora crítico literário, sempre foi uma figura central, acho que para todos esses que me influenciaram (Paulo Emilio, Ismail, Inácio), por seu entrelaçamento entre a apreciação estética e a análise histórico-social.

4. Você iniciou sua carreira atuando em outras pautas que não a cinematográfica. Como se deu essa transição do jornalista de cotidiano para o crítico de cinema? Fale um pouco sobre essa fase e sobre como surgiu o convite para que você integrasse a equipe da Revista SET.

Couto

Na verdade, fui eu que me convidei para trabalhar na SET. Eu estava na Folha, meio infeliz, frustrado por não escrever sobre cinema, quando a revista apareceu. Olhei o expediente e vi que estavam lá alguns colegas meus de faculdade (Eugênio Bucci, Alex Antunes...). Não

tive dúvidas: escrevi uma carta para eles (não havia e-mail na época) me oferecendo. Eles me chamaram no ato, entrei no terceiro número da revista (*As Bruxas de Eastwick* na capa), primeiro como redator, depois passei a editor-assistente.

5. Quais eram as possibilidades de mercado disponíveis para o crítico de cinema nos anos 80? Em que veículos atuavam os críticos de maior prestígio no cenário nacional, como aqueles que passaram a integrar a equipe da SET?

Couto

Acho que os críticos de maior prestígio atuavam nos grandes veículos. Inácio Araujo na Folha, o Sergio Augusto na Veja, o Avellar no Jornal do Brasil, se não me engano, o Jean-Claude colaborando um pouco em toda parte.

6. A mesma década de 80 que marcou o início da sua trajetória como crítico de cinema viu nascer um modelo mais amplo e participativo de cinefilia. Com o lançamento do videocassete e a propagação das videolocadoras, filmes até então indisponíveis puderam ser vistos e revistos do aconchego do lar. Você acredita que essa nova conformação cinéfila tenha revigorado o interesse do público no mercado cinematográfico, dando origem a uma nova safra de publicações especializadas em críticas de cinema, dentre as quais se destacavam a Revista SET e a Vídeo News?

Couto

Sim, com certeza. Essas duas revistas que você citou não existiriam se não fossem os videoclubes, as videolocadoras, a cultura do vídeo... enfim.

7. Comparados com os cinéfilos das décadas anteriores, os dos anos 1980 assistiam mais filmes, se informavam mais sobre eles, e, assim, acumulavam mais conhecimento. Essa reconfiguração relacionada aos principais destinatários da crítica influenciou o fazer crítico em relação à forma, estilo ou conteúdo? De algum modo, esse conhecimento adquirido passou a exigir mais dos críticos, levando-os, também, e se informarem mais e mais sobre o cinema?

Couto

Talvez. Temos que levar em conta que o grosso dos consumidores de vídeo não eram propriamente cinéfilos, mas sim espectadores passivos, que quando muito se informavam sobre o *star-system* em que os filmes de grande público estavam envolvidos. Eu sinto que, no meu caso na SET, acabei me informando mais sobre filmes hollywoodianos, sobre o dito cinema de entretenimento de um modo geral, do que sobre o cinema que me interessava mais. Aliás, hoje acho que naquela época fiquei bastante influenciado por essa visão mais hollywoodiana e seus critérios, desenvolvendo até alguns preconceitos e resistências em relação a cinemas mais alternativos, independentes, não-hegemônicos.

8. E para a atuação do crítico de cinema, o surgimento do vídeo trouxe algum impacto imediato significativo, expandindo as possibilidades de análise, por exemplo?

Couto

Sim, sem dúvida. Poder parar um filme, voltar, rever cenas, ajudou muito a enxergar melhor sua construção e compreender melhor sua natureza e sua estrutura.

9. Como a Revista SET foi recebida à época do seu lançamento? Ela vinha para suprir uma lacuna então existente no mercado editorial brasileiro especializado em cinema? Sua proposta era de alguma forma inovadora?

Couto

Acho que o grande mérito da SET, em seus primeiros tempos, foi equilibrar uma cobertura dos filmes norte-americanos de grande impacto e uma atenção ao cinema dito “de autor” ou “de arte”. Ela supriu, a meu ver, a necessidade de informação que os novos consumidores de vídeo estavam sentindo. Ela separava um pouco o trigo do joio, chamava a atenção para o que era relevante no mar de lançamentos, ajudava a formar um gosto, um hábito, uma certa cinefilia. E fazia isso de uma maneira leve, bem-humorada, sem o tom professoral das publicações acadêmicas. A gente errava muito (éramos todos meio autoditadas, de formações variadas), mas fazia com prazer e com paixão.

10. A Revista SET cobria não apenas os lançamentos dos cinemas, como faziam as publicações especializadas mais clássicas. Ela se propunha, também, a ser um guia de vídeo, e, como tal, abria espaço para análise dos inúmeros lançamentos que chegavam mensalmente às locadoras. Naturalmente, isso acarretava uma redução do espaço físico disponibilizado à cada uma dessas críticas. Para além disso, seu teor predominantemente jornalístico, com notícias rápidas, informações e entrevistas, exigia uma linguagem mais fluida, que fosse facilmente assimilada pelo grande público. Você acredita que esse formato tenha trazido um novo estilo literário, mais conciso e objetivo, para as críticas de cinema da época?

Couto

É possível que sim. Lembro que era um sufoco reduzir a poucas linhas a apreciação de um filme, e isso causava uma certa frustração em alguns casos, mas era inevitável. E acho que aprendemos muito com isso, tropeçando aqui e ali.

11. Em caso de resposta positiva para a pergunta anterior, você acredita que esse formato mais objetivo possa ter servido de berço para o modelo adotado pela crítica cinematográfica contemporânea, aquela veiculada na internet, cada vez mais sujeita aos anseios de um público impaciente com longos textos e às forças algorítmicas que fomentam a produção intermitente?

Couto

Nunca tinha pensado nisso, mas é possível que haja sim alguma relação, em termos de concisão e informalidade. Mas as publicações especializadas em cinema surgidas na era da internet (Contracampo, Cinética etc.) costumam – ou costumavam – ter textos mais extensos e mais densos do que os que a gente publicava na revista. Na internet tem de tudo: de textos curtos e superficiais a ensaios de grande fôlego. Eu sempre aspirei a uma espécie de “caminho do meio”, isto é, uma leitura inteligente dos filmes que atinja leitores variados, não necessariamente versados na história e na teoria do cinema.

12. A Edição de nº 98 da Revista SET, de agosto de 1995, trazia a reportagem “Quem são

nossos críticos?”. Na matéria, Rubens Ewald Filho, um dos entrevistados, queixou-se do pouco espaço reservado ao crítico de cinema pelas publicações cinematográficas da época, dizendo-se uma “vítima do sintetismo”. Para você, essa queixa era fundada? Você se sentia de alguma forma cerceado na sua criação artística e intelectual escrevendo para veículos jornalísticos?

Couto

De um modo geral, acho que o Rubens Ewald tinha razão em sua queixa. Os veículos da grande imprensa passaram a destinar espaços cada vez menores para a crítica, que se tornou quase um guia de serviço, uma orientação imediata do leitor/espectador, com as estrelinhas, bonequinhos etc., sem espaço para uma reflexão mais ampla. O Rubens veio de uma época em que o Paulo Emilio escrevia uma página sobre um filme numa semana e na semana seguinte eventualmente voltava ao mesmo filme, revendo ideias, acrescentando aspectos, analisando o filme sob outro ângulo. Isso, nos anos 1990, já tinha ficado impensável. Eu não me sentia cerceado quando escrevia na Folha porque nunca vi meu trabalho como uma criação artística ou intelectual, mas como uma escrita mais ou menos superficial e descartável, embora eu tentasse fazer da melhor maneira possível. Eu sabia que precisava dar conta de determinados assuntos (um filme, uma mostra, um cineasta, um festival) num determinado espaço para atingir um certo público leitor. Era uma equação que tentávamos resolver a cada texto sem nos preocupar muito com o estatuto intelectual do que estávamos fazendo.

13. No seu artigo *O professor que nunca tive, mas tenho até hoje*, no qual você manifesta sua admiração por Ismail Xavier, consta o seguinte trecho: *Quando passei a escrever profissionalmente sobre cinema – ainda que na superficialidade da imprensa – passei a invejar também a desenvoltura com que Ismail combina a análise cerrada da forma de cada filme com a discussão de suas articulações históricas, culturais e políticas*. Em que consistiria a “superficialidade da imprensa” que você menciona? Teria alguma relação com as possíveis limitações que relatamos na pergunta anterior?

Couto

Sim, um pouco, mas menos em relação ao espaço exíguo do que à necessidade de falar com um público amplo. Num jornal como a Folha de S.Paulo, naquela época, tínhamos que

pensar que estávamos falando com dezenas de milhares de pessoas, dos mais variados repertórios e interesses. E que essa conversa tinha que ser rápida, objetiva. Não era como uma revista universitária, cujos textos podem se aprofundar num assunto cujas bases factuais e teóricas são conhecidas do público leitor, e que supõe um tempo de leitura menos imediato, mais demorado.

14. Você já escreveu críticas de cinema para veículos com formatos e propostas diferentes, como a SET, a Folha de S.Paulo e a Carta Capital, por exemplo. Você identifica mudanças significativas na forma e no estilo da produção crítica junto a cada um desses veículos? A crítica que você escreveria para um jornal em relação a determinado filme seria a mesma que escreveria para uma revista?

Couto

Boa pergunta. Sim, a linguagem do texto e o conjunto de referências que ele mobiliza têm a ver com o público destinatário, ou o que imaginamos dele. Cada publicação tem um tipo de leitor, ou de leitores, e uma expectativa destes com relação ao que a publicação deve oferecer. O meu maior receio, sempre, é falar sozinho, ou chegar a um número muito restrito de leitores. E uma tendência intuitiva, quando escrevemos para uma determinada publicação, é nos mirarmos em outros textos da mesma publicação, para encontrar a “embocadura” certa para falar ao seu público. A publicação, ou seu público presumido, de certa forma molda o nosso estilo, ou estabelece algumas balizas.

15. Gostaria de concluir com uma pergunta um pouco mais pessoal: você tem uma vasta coleção de excelentes críticas no seu currículo, várias delas verdadeiras preciosidades literárias. Como conciliar essa literatura de excelência com o teor informativo típico das publicações jornalísticas, dentro de um espaço muitas vezes limitado? Você tem algum método específico para criar suas críticas? Poderia listar algumas daquelas que você considera mais marcantes na sua carreira?

Couto

Puxa, eu me sinto lisonjeado com essas suas palavras. Mas não tenho muito o que dizer. Acho que a prática diária da escrita faz com que a gente ganhe uma certa desenvoltura, uma

certa fluidez de expressão. Eu gosto de me deixar contaminar pelo impacto que um filme ou um livro me causa, e tento expressar isso de alguma maneira. Às vezes me empolgo demais e depois preciso corrigir, baixar o tom, reescrever para não cair no piegas ou no ridículo. Minha vantagem, hoje, é escrever só sobre o que me toca de alguma maneira, só sobre aquilo sobre o que acredito ter algo a dizer. Na imprensa diária não temos esse luxo, e é muito ruim ter que escrever sobre alguma coisa que não toca a gente, ou sobre a qual não temos nada de interessante a dizer. Não tenho um método específico. O caminho da escrita é dado pelo próprio tema em questão (um filme, um cineasta, um movimento cinematográfico). Às vezes, uma única cena suscita toda uma leitura de um filme e de sua relação com o contexto histórico-social, e a escrita vai atrás disso. As associações de ideias, as referências a outros filmes, livros, canções ou o que for são coisas que surgem naturalmente na escrita. Ultimamente, tenho percebido que eu me repito, volto a certas citações, certos versos, certas citações. Acho que é a idade.

ANEXO III

1- Como você vê a atuação do crítico de cinema hoje em dia? Você acredita que há alguma diferença fundamental entre o fazer crítico atual e o do passado pré-internet, quando as mídias tradicionais impressas detinham o monopólio da atividade?

Sadovski

Bom, eu acho que texto é texto para começar. Então, para escrever uma crítica, precisamos não apenas preparar um texto aleatoriamente, mas usá-lo para fundamentar uma tese e defender essa tese. Você goste do filme ou não goste do filme. Existe uma corrente analítica meio chata da crítica, que fica esmiuçando cada aspecto técnico do filme. O que eu acho que é válido, mas para mim sempre foi uma bobagem.

A crítica sempre tem uma mistura de bagagem, visão de mundo e tal. Obviamente também está relacionada ao momento em que você assiste a uma obra. Então, temos que saber sobre o que estamos escrevendo, sobre o que estamos falando. Para mim, a primeira análise é com o estômago, com a garganta. É a reação emocional que eu tenho quando eu assisto alguma coisa. E sempre foi assim com os críticos que eu admirei. Eu digo que eu estou no ombro de gigantes porque aprendi a fazer o que eu faço com uma turma que até hoje acompanho e admiro. E nem sempre concordo. Críticos como a Isabela, o Merten, o Inácio Araújo, o Sérgio Rizzo, o Zanin, o André Barcinski. São pessoas que sempre acompanhei enquanto leitor, consumidor de jornalismo cultural, crítico de cinema e jornalista. E que depois acabaram se tornando meus amigos. Até aí, não tinha internet, obviamente.

O que a internet fez foi ampliar o escopo. Antes, para publicar uma crítica num jornal ou numa revista você tinha que estar num jornal ou numa revista. Hoje não existe mais isso. Cada pessoa pode criar o seu blog, ou a sua página no Instagram, ou na sua conta do Twitter, ou no seu canal no YouTube. E todo mundo é “crítico”. Isso é ótimo, por um lado, porque a gente amplia os pontos de vista. Mas o que eu noto na geração mais nova, é que existe uma preguiça absurda na maioria dessas pessoas em saber do que elas estão falando. Entender o

que é cinema. E eu não falo de um ponto de vista acadêmico, falo do ponto de vista de referência mesmo. Você não pode escrever sobre qualquer filme sem saber de onde veio aquilo e para onde vai. E de novo. Você está defendendo uma tese. E as coisas que de vez em quando passam por mim de uma turma mais nova não se baseiam na construção de uma tese. O que existe é um conjunto de achismos e uma soberba de se colocar num pedestal e falar: essa é a minha opinião e pronto.

Eu não consigo acompanhar mais isso, sabe? Dá vontade de responder: eu não me importo com a sua opinião. Ela não é bem embasada, fundamentada, ela é oca e não é atraente. E assim, opinião a gente tem numa mesa de bar. Opinião a gente tem sobre qualquer coisa. Todo mundo em algum momento é técnico da seleção Brasileira, ou é ministro da defesa ou é especialista em relações internacionais. A gente tem opiniões sobre tudo e a internet deixou as opiniões muito difusas sobre qualquer assunto, inclusive sobre cinema e sobre crítica de cinema. Então, eu não consigo levar a sério boa parte dos meus pares, porque eu não consigo enxergar no texto deles, e, de novo, tudo volta ao texto, onde está a fundamentação para poder opinar. Se você tem uma tese, qual é a sua tese e onde você está defendendo essa tese? Isso vale para qualquer filme, música, série, qualquer forma de arte, entretenimento ou cultura pop. Achismo a gente tem como público. Mas escrever sobre isso é um pouquinho mais complicado. Então, talvez por isso tanta gente escreva e tanta gente se espelhe em gente que igualmente não tem bagagem. E fica tudo igual. Eu acho curioso que quando a gente lê um bom texto, e obviamente eles estão aí, dá gosto de ler. A gente tem prazer em ler um bom texto. E o pior de tudo é que hoje tenho a impressão de que a crítica de cinema virou o reduto do consumidor da cultura pop mais popular, que não admite que existe um universo para além disso. Então isso me entristece muito também.

2 – Quando você chegou na Revista SET?

Sadovski

Eu entrei na SET, em novembro de 1996, como editor assistente e, em 1999, eu assumi a revista como editor chefe.

3 - Como que a revista foi concebida?

Sadovski

Existia a Revista BIZZ, na Editora Azul. Os editores tinham uma sessão de cinema e tinha um correspondente em Los Angeles, que era o José Emílio Rondeau. Eles procuraram o

dono da Editora Azul, o coordenador editorial, que era o Carlos Arruda, e falaram que havia uma demanda relacionada a cinema e vídeo, porque o mercado de VHS no Brasil estava explodindo, assim como as locadoras. Então, para além do público leitor, havia um público anunciante também, de novas mídias que poderiam anunciar na revista. Se eu não me engano, foram o Alex Antunes e o Marcel Plasse que deram uma alinhavada do que seria a SET. E ela começou ali, com Mickey Rourke na capa, em junho de 1987.

4 - Já que você mencionou essa questão do público e do mercado, como funcionava a cinefilia daquela época. O que o público cinéfilo esperava encontrar em uma revista de cinema?

Sadovski

Eu era adolescente nessa época. Morava em Natal, frequentava os cineclubes de lá, e tentava ler tudo que eu podia. Na época, tinha o Rubens Ewald filho na TV falando sobre cinema no *Jornal Hoje*. Havia o *Cine Mania*, programa que passava da Rede Manchete, do Wilson Cunha, que eu também acompanhava. E existiam as Revistas *Cinemin* e *Video News*, que saíram na frente. O Rubens fazia os textos e tinha aquela estrutura de críticas e reportagens menores, para ser um guia mesmo. O próprio Rubens publicava seus guias anuais. A *Cinemin* era um pouco mais cinéfila, com textos um pouco mais longos e tal, mas não deixava de ser uma revista pop também. Nesse sentido, poderia ter *Cidadão Kane* numa capa e *Inimigo Meu* no mês seguinte.

Então, existia uma oferta de revista que a gente podia acompanhar. E tinha também os jornais: *Folha de S.Paulo*, *Estadão*, *O Globo*. Eu pincelava os jornais que chegavam em Natal e comprava a edição de sexta-feira, que tinha as críticas de cinema, para poder entender. Mas até aí, o que a gente tinha eram as críticas dos filmes que estreavam e algumas notícias esparsas. Tinha também o *Jornal do Vídeo*, que era das locadoras. Então, tinha muita coisa.

O que a SET trouxe para mim como leitor foi uma de uma democratizada nas informações. Ao invés de notícias espalhadas, elas vinham em uma revista editorialmente muito sólida, muito bem-feita, com cara de revista, com seções, com matérias grandes, com entrevistas grandes, com críticas menores também. Então eu acho que a SET trouxe um equilíbrio muito bom para quem gostava de cinema numa revista só. Que não se furtava de falar sobre cinema clássico, sobre festivais e tal, mas não tirava o olho do cinema pop também, o que eu sempre acho muito importante. A SET chegou para democratizar e para ajudar quem é apaixonado por cinema, para alimentar essa paixão. Para mim, era a leitura de cabeceira todo

mês.

5 – Então você acredita que a SET tenha ajudado a democratizar a própria cinefilia como um todo, antes limitada a redutos exclusivos formados por uma elite dita intelectualizada? Nesse sentido, poderíamos dizer que a SET levou o cinema e a cinefilia a novos públicos?

Sadovski

A crítica, às vezes, é uma coisa muito hermética, sabe? Muitas vezes as pessoas parecem estar escrevendo para o próprio umbigo, algo que sempre me incomodou muito, inclusive em publicações contemporâneas à SET, enquanto eu estava lá. O cinema pop era o inimigo. Você tinha que falar das coisas esquisitas, “fora da casinha”, o que eu acho uma bobagem, porque o cinema não é apenas isso. A gente fazia tanto matérias como “Entenda o cinema iraniano” quanto “O novo Jurassic Park”. Eu lia uns textos intermináveis e nunca entendia onde a pessoa queria chegar.

A SET era fácil, fazia com que cinema fosse para todo mundo. Ela não era restrita a um clubinho, era de todos. Eu entendo que tenha uma parte de fãs que se incomodam quando algo que eles gostam se torna popular. É uma bobagem, mas eu entendo. Eu lembro que eu frequentava os cinemas desde muito novo, ainda na época do colégio, sozinho. Desde os 8, 9 anos de idade. Pegava dinheiro do ônibus, do ingresso, da pipoca, minha mãe deixava na porta do cinema e meus pais sempre falavam: “Vai! Você gosta? Então, vai”! Eu lembro de ir ao cinema assistir a *Rashomon*, de Kurosawa, *A última loucura*, de Mel Brooks, o relançamento de *A Noviça Rebelde*, a estreia de *E.T.* Um moleque vendo todos esses filmes no cinema. Eu consigo mapear toda a minha vida através dos filmes que vi no cinema. Eu brinco que cada Superman eu assisti em uma cidade diferente. O *Superman* original assisti em Salvador, onde nasci, aos cinco anos de idade. *Superman* assisti quando morava em Bauru. *Superman 3*, em Maringá. *Superman 4*, em Natal, numa sessão “lotada” que tinha uma mãe com 2 filhos, um casal de namorados e eu. *Superman, o retorno* eu assisti como diretor de redação da SET. Por fim, *O Homem de Aço* eu assisti já fazendo texto para o UOL.

6 - Qual era a proposta editorial da Revista SET, se é que havia alguma? Seu formato mais pop, eclético e bem-humorado era estrategicamente pensado para atrair um novo público, que fosse além do cinéfilo tradicional? Hoje em dia não vemos mais tanto humor

nas críticas de cinema. Você acha que os novos críticos rechaçam o humor como elemento narrativo dos seus textos?

Sadovski

Eu não acho que seja isso. A questão é que as pessoas não têm senso de humor para escrever. Ou seja, é pior ainda. Eu acho que falta um pouco de malícia em quem escreve para poder temperar o texto. E humor é tempero, né? Um amigo comediante sempre fala que o humor é a vírgula no drama. Então, o humor humaniza o seu texto, ou a sua história, ou a sua música, ou qualquer outra coisa. Quando você tem um gancho emocional mais forte, você desarma a pessoa que te lê. O humor é fundamental quando a gente conversa. Então, enquanto leitor da SET, era assim que eu me sentia: conversando com pessoas que podiam ser meus amigos. Eu acho que, na época do Eugênio Bucci, do José Augusto Lemos e tal, ainda existia uma certa reverência, ainda que houvesse um senso de humor afiado ali.

Quando o André Forastieri assumiu a Revista, ela ficou mega pop, e aí eu sentia que ela falava para mim. Tanto que, como jornalista, eu pensava: é isso que eu quero fazer. É esse tipo de texto que eu quero construir. Quando a Isabela Boscov era editora-chefe e me trouxe de Natal para trabalhar na SET, ela falava que havia um complemento muito bom, porque eu tinha esse senso de humor que completava a visão dela, que completava o estilo “arte cabeçudo” do Christian Petermann, que era o outro editor. Então, se você me pergunta do projeto editorial, do que era proposta da revista, eu acho que era isso mesmo, era fazer com que a leitura fosse leve sem deixar de informar. Uma coisa que eu trago para mim até hoje é que meus textos têm de ter bom humor, tem de ser informativos e opinativos também, porque hoje eu sou só colunista. Eu não faço reportagens como eu fazia antes. Então eu acho que humor, informação e opinião embasada eram os alicerces da Revista SET.

7 - Voltando à questão da democratização da cinefilia por meio de publicações como a SET: muito disso se deve à linguagem mais acessível, então?

Sadovski

Eu Acredito que uma conjunção de fatores. Tinha a questão da linguagem da Revista, mas tinha o mercado também. Nós vivíamos o auge das videolocadoras. As pessoas de repente descobriram muitos filmes antigos. Eu assistia muito filme na televisão. Às vezes eu me espanto lembrando de filmes que eu vi pela primeira vez na televisão. *2001 - Uma Odisseia no Espaço* eu assisti na televisão, em 1982. A televisão aberta valorizava muito o cinema como

produto. E, obviamente, não existe cinéfilo no Brasil que não tenha sido formado pela televisão, vendo filme dublado. Quem fala o contrário, está mentindo. Então eu acho que foi essa conjunção de fatores. Existia a videolocadora: a ideia de alugar três filmes no fim de semana e devolver só na segunda. Então, era uma cultura que havia ali.

8- Muito se fala atualmente sobre os impactos da chamada revolução digital no âmbito da cinefilia. Hoje em dia, com o surgimento da internet, as pessoas passaram a poder conhecer mais sobre o cinema através de materiais gratuitos disponibilizados na web, por exemplo. Em certa medida, e guardadas as devidas proporções e particularidades, algo parecido foi proporcionado com surgimento do videocassete? As pessoas se desvincularam da programação do cinema e da TV e passaram a dispor de um cardápio fílmico variado?

Sadovski

Quando os estúdios começaram a entrar no Brasil, acabando com os filmes piratas, cada lançamento era um grande lançamento. A Warner lançava os filmes com o selo de Warner Clássicos, a Fox e a Sony, que era a Columbia, a mesma coisa. Tinha também muita distribuidora independente lançando filmes independentes. Então, eu podia ler sobre um filme que tinha acabado de ser premiado Cannes com a certeza de que em 2 ou 3 meses ele estaria disponível no Brasil, nas locadoras. Eu podia ler sobre Peter Greenaway, que dificilmente chegava nos cinemas do Brasil, chegar no balcão da locadora e dizer: vocês precisam comprar a fita de *O cozinheiro*, *O Ladrão Sua Mulher e o Amante*. Esse filme vai sair. Vocês têm de comprar *Gêmeos*, *Mórbida Semelhança*. Vocês têm de comprar filme tal, tal, tal e tal. Então existia um diálogo legal que nos permitia assistir a esses filmes todos. Foi uma época muito boa, que continuou com o aparelho de DVD, com sua imagem melhor e o relançamento de um monte de filmes. Era muito rico para quem gostava de cinema. E ter uma revista como um guia do que estava sendo lançado, para que você pudesse saber o que procurar, era a melhor coisa.

9 – Você disse que a equipe de colaboradores da SET se complementava. Tinha críticos com estilos mais ensaísticos, outros mais objetivos, dentre outras particularidades. Como era feita a distribuição interna da crítica que constaria nas publicações? Era uma seleção aleatória ou havia perfis próprios para cada tipo de análise?

Sadovski

Quando eu entrei na SET, éramos eu, a Isabela e o Christian na redação. Os demais eram colaboradores regulares da revista. O Christian editava a sessão de lançamentos em vídeo e DVD. Então ele tinha aquela coleção de colaboradores e separava de acordo com o que ele achava que tinha um pouco mais de afinidade com o tema. Mas, de vez em quando, a gente gostava de colocar filmes diferentes com pessoas diferentes. E eu e a Isabela também falávamos: queremos escrever sobre esse filme, sobre aquele outro filme. Nós escrevíamos sobre tudo. Então, só de lançamento, tínhamos que ver de 10 a 15 filmes por mês para poder selecionar. Com os filmes que estreavam no cinema era a mesma coisa. Nessa parte era eu quem fazia a divisão entre os colaboradores. No final, os lançamentos acabavam ficando quase todos comigo, com a Isabela ou com o Cristian. Nós evitávamos dar o filme para alguém que tivesse “a cara” daquele filme. Mas é claro que sempre tinha um colaborador que gostava de escrever mais sobre o assunto, sobre determinada reportagem. Então a gente sabia quem era melhor para escrever perfil, quem era melhor para escrever ensaio, quem era melhor para fazer uma entrevista. Eram atribuições normais de uma redação jornalística.

10 - Havia algum tipo de orientação temática por parte da equipe editorial? Sobre o que deveria constar em determinada crítica ou reportagem, por exemplo?

Sadovski

Não, de forma alguma. O colaborador assistia ao filme e estava livre pra escrever o que tinha achado. Muitas vezes ele detestava um filme que a gente tinha gostado. Mas o texto era dele, era assinado por ele, e assim era publicado.

11 - Você falou sobre o estilo rebuscado de alguns críticos. Textos longos e difíceis. Na época do surgimento da cinefilia clássica, nos anos 50, esse modelo literário mais ensaístico, quase acadêmico, era preponderante. Com a absorção da pauta cinematográfica pelas mídias jornalísticas, que passavam a repercutir cada vez mais críticas de filmes em seus cadernos culturais, houve alguma mudança substancial nesse modelo? Era possível mantê-lo em jornais e revistas de maior circulação, como a SET?

Sadovski

Olha, e eu acho que depende. A escola da *Cahier du Cinema*, que é de onde vem esse estilo mais rebuscado, mais ensaístico, também tinha espaço. A gente não se furtava em publicar

umas matérias maiores sobre isso. E a gente tinha espaço para isso também, principalmente em datas mais emblemáticas, como, por exemplo, os 10 ou 50 anos do lançamento de um filme, ou de um movimento. Eu acho que aí cabia um ensaio que falasse com alguma profundidade sobre um assunto que pudesse ter essa profundidade. A gente teve textos assim sobre *Cantando na Chuva*, sobre Kurosawa. Sempre tinha espaço para isso. Eu acho que um estilo de texto não exclui o outro.

O que eu observava, naquela época, e que observo ainda hoje é que algumas pessoas querem se colocar num patamar diferente. “Eu sou um crítico porque eu sou rebuscado”. Tentam florear o texto com palavras e continuam sendo absolutamente vazios. Então, se você tem um cara que tem um texto incrível e quer escrever sobre uma coisa longa, eu acho ótimo. De vez em quando, eu pego uns fios no Twitter, principalmente gringo, sobre alguns filmes e penso: cara, isso é muito bom. Eu até os salvo. As vezes leio porque é inspirador para quem escreve. Mas o lance é que não adianta querer abraçar um estilo se a pessoa não tem a bagagem ou habilidade para executar aquele estilo. Então não adianta muito querer pagar de crítico de cinema quando, na verdade, não é. Tanto é que as pessoas me falam que tem muito crítico de cinema no Brasil hoje. Eu respondo: Não, o que tem é muita gente querendo escrever sobre cinema. Crítico de cinema não tem muito não.

12 - A Edição de nº 98 da Revista SET, de agosto de 1995, trazia a reportagem “Quem são nossos críticos”. Na matéria, Rubens Ewald Filho, um dos entrevistados, queixou-se do pouco espaço reservado ao crítico de cinema pelas publicações cinematográficas da época, dizendo-se uma “vítima do sintetismo”, enquanto o crítico Adalberto Meireles também reportou a falta de espaço para escrever críticas mais bem estruturadas nas mídias jornalísticas e especializadas: “reclamam da superficialidade, mas tenho que fazer tudo com no máximo 20 ou 40 linhas”. Tendo sido crítico e também editor-chefe da Revista SET, como você vê essas queixas? Eram mesmo fundadas? Dá para dizer que, como regra, os limites editoriais e temáticos das publicações impressas restringiam a criação intelectual e a desenvoltura do crítico de cinema?

Sadovski

Eu acho que tudo depende. A maioria dessas pessoas escreviam em jornal. E, muitas vezes, os jornais só tinham espaços de texto para filmes que iam passar na televisão, por exemplo. Então, ali, às vezes era um parágrafo. O Tony Goes faz isso hoje. Eu brinco com ele: cara, você tem de sintetizar isso tudo em um parágrafo? Ele responde: É, é o que tem. A gente

tem que aprender a sintetizar porque o mundo nos empurra para isso. E, de novo, eu acho que tem espaço para textos mais elaborados e tem espaço para textos menores. Na época da SET, se a gente tinha 60 lançamentos em vídeo por mês, eu sabia que teriam 5 textos de página inteira, alguns textos com destaque maior e outros textos que eram enxutos. A gente tinha que colocar tudo. Afinal, era um guia para o público, com estrelinha para os filmes e tudo mais.

Eu entendo o que o Rubens falava, eu entendo o que os outros críticos falam. Eu mesmo escrevo bastante hoje em dia porque, na internet, existe um limite, *pero no mucho*. Mas eu preciso também me colocar na posição do público. Eu escrevo para mim, eu sou o meu primeiro público, eu tenho de ler aquele texto e sentir que o recado está dado. Às vezes, o meu texto tem quatro parágrafos e está de boa. Às vezes, eu estou em oito, dez, parágrafos, e sinto que estou na metade do texto. Então, eu acho que depende muito do filme, do texto que você está escrevendo, da sua tese. Você não vai escrever uma crítica de mais de 40 linhas para *Velozes e Furiosos 10*, sabe? Até porque não tem muito o que escrever ali. A gente vive numa época em que supostos críticos de cinema estão reclamando que tem um filme do Martin Scorsese com 4 horas de duração saindo. Fazendo textão no Twitter, perguntando se o diretor não sabia que podia dividir o filme em minissérie. Então depende muito do que você está falando e depende também de quem você está seguindo e de quem você lê. Eu sou muito seletivo. A crítica é um farol, um holofote que vai iluminar algum aspecto de uma obra de arte, de um filme, de uma série, de um jogo, de um show, de um disco que talvez tenha passado batido por mim. Então, eu acho legal enxergar a visão de alguém que vai me iluminar algo sobre determinada coisa. Eu entendo quando os críticos em 1995 reclamavam da falta de espaço, porque não tinham tantos veículos assim. Você tinha a SET, você tinha os jornais. E, basicamente, era isso. Tinha muita gente e pouco espaço para escrever.

13 – Você disse que o mundo está levando a uma maior objetividade dos textos. Nessa era do imediatismo, aparentemente as pessoas têm se dedicado cada vez menos a leituras que “tomem” mais que alguns poucos minutos do seu tempo. Muitas delas ficam apenas nas manchetes, ou em análises rasas e apressadas. Nesse sentido, você acredita que a crítica elaborada unicamente na forma escrita venha perdendo espaço? Essa nova demanda tem exigido alguma forma de adaptação dos críticos, seja quanto ao tamanho dos textos ou da necessidade de inserção de novas ferramentas multimidiáticas?

Sadovski

Eu não acho que esteja perdendo espaço. Pelo contrário, acho que nunca teve tanto

espaço. O problema é que nem todo mundo está ocupando esse espaço da forma correta. Tudo é texto. A Isabela, quando grava os vídeos, ela segue um texto. Tudo ali é editado para poder ter uma fluidez. Você poderia transcrever o vídeo dela e publicar como texto que ficaria uma beleza. Do mesmo modo, eu posso pegar os meus textos e ler como uma crítica num canal de YouTube que o diálogo continua sendo o mesmo.

O lance todo é que muitos desses supostos críticos não sabem sintetizar e verbalizar uma ideia. Então ele pode ter um parágrafo ou pode ter vinte. A coisa não vai sair do lugar porque não existe uma ideia para sustentar o que está acontecendo ali. Então, eu acho que os bons críticos de cinema estão se reinventando, claro. Eles estão usando o espaço e tecnologia que têm ao seu dispor. O próprio Merten tem um blog que eu sigo religiosamente. Ele transcreve o conteúdo do blog em fios infinitos no Twitter, o que eu acho um barato. E eu sempre falo para todo mundo: se você gosta de cinema, você tem de acompanhar o Merten, você tem de acompanhar a Isabela, você tem de acompanhar quem sabe escrever. Quem sabe escrever valoriza o espaço que tem e sabe usar as diferentes mídias para poder fazer o texto do jeitinho que ele acha que tem de ser construído, que não seja cansativo para o leitor, que seja leve, e que tenha informação e opinião.

Muitos textos jornalísticos, hoje em dia, nos grandes portais, são *bullet points*. E para *hard news*, eu acho que essa forma é perfeita. O cara está no metrô lendo num celular, então ele lê os tópicos da notícia, entende o que aconteceu e depois ele pode se aprofundar. Já a coluna não funciona assim, porque ninguém conversa com *bullet points*. Uma coluna é um bate-papo com o leitor.

Eu tento não me estender demais. Quando eu acho que estou me estendendo, eu releio o meu texto e penso: será que passei da conta. Nunca cortaram um texto meu. A métrica do UOL, onde publico os meus textos, indica que a grande maioria das pessoas que o acessam o leem por inteiro.

Então, existe, sim, aquele leitor que quer tirar os seus minutinhos para poder ler um texto completo.

14 - Há algum tipo de levantamento ou de registro sobre a média de vendas da Revista SET ao longo dos anos? Saberíamos dizer qual foi o auge da revista em termos de vendas?

Sadovski

Olha, a essa altura eu acho que não tem mais. Deve ter algum registro na DINAP, que era a distribuidora e hoje não existe mais. Houve uma época que a revista vendia muito mais,

claro. Comigo, a edição que mais vendeu foi a do primeiro *O Senhor dos Anéis*. Acho que a gente vendeu mais de 100.000 exemplares. Foi a minha edição mais matadora, vamos dizer assim. Foi um momento em que a cultura pop experimentava uma mudança muito drástica.

Antes de eu entrar na SET, existia algo que vendia muito, que era mulher. Então, tinha muita capa com a Sharon Stone. Mesmo que ela não estivesse em grandes filmes, estava na capa. A Madonna foi capa algumas vezes também. Então, tinha uma coisa meio sexual, meio sensual, que fazia com que a revista vendesse muito. E tinha os astros também. Eu acho que o Tom Cruise deve ter sido o ator que mais foi capa da SET mais vezes. Eu mesmo devo o ter colocado na capa da revista umas 6, 7, 8 vezes. O Tom Cruise e o Schwarzenegger foram pau a pau em número de capas.

15 - Sobre essa questão das mulheres, a Revista SET chegou a trazer algumas vezes nu frontal feminino em suas páginas. A primeira edição, por exemplo, trazia um nu da atriz Nastassja Kinski. Em relação ao uso vocabular, algumas matérias traziam expressões que, embora aceitas aquela época, hoje em dia seriam rechaçadas. A sessão TAKES da segunda edição, por exemplo, chamava a atriz Rosanna Arquette de “deliciosa”. Podemos dizer que as publicações se transformam junto com a sociedade?

Sadovski

Mas é claro. O tempo passa, o mundo evolui e se adapta. Nos anos 90, no Brasil principalmente, a gente era muito mais tranquilo em relação a várias coisas, né? A SET nunca teve nudez explícita, mas teve algumas fotos da Sharon Stone em ensaios bem quentes. Uma única vez eu coloquei a Jennifer Lopez de biquíni na capa. Era um tipo de truque editorial que hoje em dia não teria mais espaço, porque atualmente abre-se espaço para outras coisas. Eu tenho orgulho de dizer que a Gisele Bündchen vendia qualquer revista em que ela estivesse na capa, menos revista de cinema. Uma das minhas piores vendas foi a que tinha Gisele Bündchen na capa.

16 – Qual foi a sua capa preferida da Revista SET? Alguma edição da qual você tenha mais orgulho ou lembre com mais carinho?

Sadovski

Olha, hoje em dia a gente vê tanto super-herói no cinema e quando a gente começou a falar sobre isso era tudo mato, ninguém falava sobre isso. Tanto que, quando eu fui

acompanhar as filmagens do primeiro *X-Men*, havia apenas outros três jornalistas do mundo todo interessados. E desses, dois ficaram de manhã e foram embora. E eu falei: ninguém me tira daqui, nem amarrado. Vou sair daqui quando tiver que sair. Então, a gente antecipou muita coisa no cinema. A gente conseguiu reportagens que mais ninguém no mundo tinha. A nossa matéria de *Superman, o retorno* era inédita. A gente foi no set de filmagem e entrevistou todo mundo. Em *X-Men 2* e *3*, eu cheguei a entrevistar a equipe sem precisar passar antes pelo estúdio, já que, na época, eu era amigo do produtor. Mas, de todas, eu acho que a matéria sobre *Watchmen* foi mais completa em todo o mundo sobre o filme. Uma matéria gigantesca que esgotou o assunto. A gente foi no set e entrevistou o Zack Snyder e o elenco inteiro. Em outra ocasião, eu já tinha passado um dia inteiro com o Zack Snyder durante a montagem do filme. Antes mesmo disso, eu já tinha ido na fase de pré-produção, quando não era Zack Snyder como diretor, era o Paul Greengrass, e nem mesmo Warner como distribuidora. Então, a gente fez crítica de cada edição do gibi do Alan Moore e a gente deu uma grande aprofundada também nos quadrinhos. No primeiro *Homem-Aranha*, chegamos a publicar as primeiras páginas da quadrinização do filme. Na época de *O Senhor dos Anéis*, eu mandei o Rodrigo Salem para Oxford refazer os passos de J.R.R. Tolkien como escritor, onde ele morava, onde ele lecionava, o bar que ele frequenta. Em *O Retorno do Rei*, eu mandei a equipe para fazer parte da festa de encerramento da produção na Nova Zelândia, já que o empresário do Viggo Mortensen tinha ficado nosso amigo. Ninguém no mundo tinha isso, só a gente tinha. Então, hoje eu leio blogueiro colocar a manchete “entrevista exclusiva” e dou risada, né? Tipo exclusiva com mais 10 entrevistando a mesma pessoa? Hoje em dia as pessoas usam as palavras de forma muito esquisita.

17 - Você percebeu algum declínio significativo nas vendas da Revista SET após o surgimento de blogs, portais e comunidades voltadas à crítica de cinema online, quando passou a ser mais fácil encontrar material gratuito e diversificado relacionado ao cinema na web?

Sadovski

Não, absolutamente nada. A gente não observou nada mudando. Eu queria fazer um site da SET o mais rápido possível para poder entrar no mundo digital, mas a editora era muito reticente, não acreditava muito nisso. Eu tentei uma vez, duas, três, e deixei para lá. Foi na época que estava começando o *Omelete*, estava começando o *Jovem Nerd*. Os sites estavam saindo do chão. Eu entendia que era o momento de fazer o salto, mas a editora não queria. A

marca não era minha, então eu deixei para lá.

Essas páginas e blogs ainda eram muito incipientes nesse começo. Ninguém estava preocupado em ler nada na internet, porque nada tinha a profundidade que a gente dava e nada tinha qualidade. O problema foi o declínio da própria mídia física. O Brasil nunca foi um país que consumiu muito texto, nem livros nem revistas, nada. Então existiu um declínio natural, talvez até pela situação econômica e vários outros fatores.

A internet foi estourar como veículo grande de cinema depois de 2009, 2010. Nessa altura, não tinha mais SET. Já tinha acabado. Não teve relação. As páginas online não eram as nossas concorrentes. Tanto que o número de vendas no final da SET talvez fosse mais que o dobro do que uma revista vende hoje. Elas eram bem “ok” ainda. Os problemas foram outros ali.

18 - Você poderia falar sobre esses problemas?

Sadovski

Falando muito por alto, o que aconteceu foi que a editora foi comprada por um empresário que tinha vontade de ter um grande império de mídias: televisão, jornal e tal. Mas, na prática, nada do que ele comprou vingou. O *Jornal do Brasil*, que ele tinha comprado, entrou em decadência, hoje existe só na forma digital. A *Gazeta Mercantil*, que também estava no grupo dele, faliu. A editora *Editora Peixes* inteira foi para o chão. Então, publicações como a *SET*, *Viver Bem*, *Gula*, *Viagem e Turismo*, *Caminhos da Terra*, *Fluir*... todas essas revistas foram embora.

Depois disso, a SET foi produzida no Rio de Janeiro por três edições com vendas desastrosas. Ela voltou para São Paulo para um outro empresário que me chamou de volta na reta final. Mas aí ela já estava caminhando no nada. Não tinha grana, não tinha vontade de fazer revista. Eu estava fazendo literalmente sozinho, ao ponto de ter que reescrever uma edição inteira numa tarde porque a gráfica não tinha sido paga. A revista não tinha saído. Até que chegou um ponto que se tornou inviável porque se tornou mais forte que a minha vontade de fazer a revista acontecer.

19 - Você mencionou uma página online da SET. Essa versão digital chegou a “vingar” de algum modo ou foi elaborada de modo experimental? Qual a principal razão pela qual a SET não se sustentou em seu formato eletrônico?

Sadovski

Olha, bizarramente essa página está no ar até hoje. Ela ficava hospedada no meu blog, o Kapow, e ainda pode ser acessada no endereço <https://blogdosadovski.wordpress.com/>. Tem muita coisa que não está no ar, era bem no finalzinho da SET mesmo. Acho que minha crítica de *Batman, o Cavaleiro das Trevas* está por lá em algum lugar.

20 – Em março de 1996, a Revista SET, através da reportagem “Surfando na internet” (ed. 105, págs. 38-43) anunciava a web, até então incipiente, como uma plataforma promissora no que tange ao consumo de conteúdo cinematográfico. Pouco mais de 11 anos depois, no editorial da edição especial de aniversário de 20 anos, em junho de 2007, você, como diretor de redação, anunciou uma série de mudanças na revista, dizendo, na ocasião, que “ao contrário da crença geral, a enxurrada de informação despejada ao leitor pelas novas mídias não significa um retrocesso do papel”. Vendo com o olhar de hoje, você acredita que a internet possa ter tido algum tipo de relação com as mudanças promovidas na Revista SET, e, indo além, com o seu fim? Mais ainda: atualmente você acha que a propagação das mídias digitais possa ter contribuído para um declínio significativo das mídias impressas, a ponto de quase extingui-las?

Sadovski

Eu acho que, na época da SET, não. Mas se a gente pegar as mais recentes, como a *Billboard*, a *Rolling Stone*, aí é inevitável reconhecer que a internet tenha tido um papel importante.

21 – A SET tinha um formato relativamente padronizado de edição para edição, com variações discretas ao longo dos anos. Sessões tradicionais, como TAKES, matérias especiais (como as do Oscar), entrevistas, filmes em cartaz e lançamentos (de vídeos e, posteriormente, de DVDs), estiveram sempre presentes, do início ao fim. Em meados dos anos 2000, novas plataformas como a TV a cabo, as HQs, as músicas e até os games passaram a dividir espaço com o cinema nas páginas da revista. O próprio subtítulo da publicação percorreu essa transição: do original Cinema & Vídeo para Cinema| DVD | Entretenimento, e, posteriormente, em seus últimos anos, para Cinema| Entretenimento| Tecnologia. Para além das evoluções tecnológicas, essas inserções foram influenciadas por um novo modelo de cinefilia que se formava na internet, a cibercinefilia, mais acostumado com experiências multimidiáticas e interacionais? Como se comportava esse

perfil cinéfilo que transitava entre as mídias tradicionais e as mídias digitais? Havia alguma demanda desse novo público que não pudesse ser atendida por publicações impressas, como a SET?

Sadovski

Não, não foram. A motivação dessas mudanças se chama Rodrigo Salem, que queria escrever sobre música. Eu falei: “então tá”, então vamos fazer uma sessão de música na revista. Só isso”.

A gente queria lançar uma revista nova na época chamada *Hype*, que abordaria música, novas tecnologias, games, quadrinhos e tal. Nós chegamos a lançar duas edições. Uma capa foi *Hello* e a outra foi Morrissey. Tanto que tinha entrevista gigante do Morrissey que a gente comprou e eu traduzi. Mas a editora não quis investir numa revista nova naquele momento. Eu lembro que a terceira edição estava pronta, bonitinha, diagramada, com U2 na capa. Mas a editora não quis publicar e acabou não indo para as bancas. Então a gente falou: “bom, vamos manter na SET mesmo e a gente coloca música no meio quando der”. Sobre série de TV a gente sempre falou de uma forma ou de outra, quando havia algum assunto que puxasse. Eu lembro de uma matéria grande sobre *Arquivo X* antes mesmo de eu entrar na revista. As mídias se confundiam em algum momento ali, porque a TV deixou de ser o fim da linha para o ator decadente do cinema para se tornar algo maior, com o surgimento da TV a cabo, da HBO, de *Os Sopranos* etc. Então, eu acho que tinha uma convergência de mídias, sim, e a gente navegava nesse bolo. Apesar disso, eu acho que não ia contra a proposta da SET de falar sobre cinema, cultura pop, entretenimento e tecnologia. Estava tudo no mesmo balaio, não tinha muita interferência. Não era uma nova forma de nos adaptarmos ao gosto de um novo público, era ao nosso gosto mesmo.

A gente queria escrever sobre essas coisas e, ao mesmo tempo, enxergava que a sobrevivência da Revista se condicionava a uma ampliação do leque. Não havia uma crise financeira na Revista, mas a gente entendia que, cada vez mais, as novas mídias estendiam as mãos. Talvez os filmes baseados em quadrinhos fossem a maior evidência disso. A gente sabia que falar sobre cinema era um grande guarda-chuva para falar sobre qualquer outra coisa. Então, quando eu falo em sobrevivência da Revista, não é sobre a sobrevivência financeira. É sobre a nossa própria vontade, como jornalistas de cultura pop, de estar com os pés dentro da discussão cultural.

Então, esse foi o maior motivador, não foi a internet. Naquela época, a internet não fazia parte da nossa vida como faz hoje em dia. Em 2007, 2008, a discussão se limitava ao

Orkut, sabe? Era esse tipo de rede social. Então, ela não era capilarizada a ponto de ter um impacto na construção midiática da SET. A gente não pensava: “poxa, a gente vai perder espaço?”. Isso nem entrava no nosso radar. As nossas concorrências ainda eram as mídias físicas, como a *Folha de S.Paulo*, o *Estadão*, o *Globo*. Eram eles que a gente queria bater. Eles eram os parâmetros. Tanto que, quando eu comecei a ir na *ComicCon*, em San Diego, quem tinha ido antes de mim tinha sido o pessoal da revista *Herói*. O Forastieri sempre teve uma visão muito clara de que a cultura pop abraçava muito mais mídias do que o cinema. A *Herói* tinha vendido horrores durante os anos 90, com *Dragon Ball*, *Cavaleiros do Zodíaco*, essa cultura japonesa que vinha chegando muito forte no Brasil na época. Então, a internet ainda não era o lugar. A internet começou a crescer por volta de 2010, talvez depois de *O Cavaleiro das Trevas*, porque o filme fez uma campanha muito forte voltada para a internet. Teve *A Bruxa de Blair*, em 1999, um filme construído em cima da mídia digital, em cima da ilusão de que se tratava de uma história real. Na época, foram criados blogs para discuti-lo, mas isso não chegou a reverberar como jornalismo cultural. Reverberava como estratégia de marketing digital, o que é diferente. *Matrix*, também de 1999, foi um filme que igualmente falava essa linguagem, mas foram necessários quase 10 anos a mais aí até sair *O Cavaleiro das Trevas*, em 2008, tendo uma mídia quase que inteiramente feita no mundo virtual. Aí, sim, teve um crescimento de blogs e sites que cobriram produções cinematográficas.

Então, a cobertura midiática online, inclusive aquela relacionada à crítica de cinema, só se solidificou a partir da entrada dos anos 2010. Aí, as revistas de fato já vinham em plena decadência de vendas, sem se reinventarem. E quem estava sozinho no mundo virtual se deu bem.

22 – Você parecia dar muita importância para a manifestação do leitor. Após a sua chegada na SET a sessão “Cartas” passou das últimas para as primeiras páginas, aparentemente mais nobres. Além disso, você revelou há alguns anos que as correspondências eram respondidas pessoalmente por você. Você pressentia, já àquela época, que dar um papel de destaque ao leitor era algo fundamental a nível mercadológico?

Sadovski

É exatamente isso. Outra coisa que a SET também não tinha era editorial e eu coloquei um nas primeiras páginas. Eu achava que era muito importante. Quando a Isabela fazia, não tinha editorial. Depois começou a ter um editorial assinado pela equipe. Quando eu assumi a

revista, eu falei: é preciso que a gente dê cara as pessoas. Então eu mesmo passei a assinar o editorial.

As primeiras páginas de uma revista são muito importantes para você determinar o que ela é e como você vai fisgar o seu leitor. São matérias curtinhas, entrevistas de uma página, notinhas rápidas. coisas que hoje em dia são inúteis porque as *hard News* e a velocidade da internet engolem. Mas sempre tinha um jeito estratégico de fazer. Se eu fizesse a SET hoje, e eu tenho um projeto para a SET versão 2023, haveria um *Front of The Book*, que é como a gente chama a abertura.

23 – Pode falar um pouco mais sobre esse projeto SET versão 2023? Seria uma versão unicamente virtual ou você pensa em resgatar também a mídia física?

Sadovski

Eu não penso em nada hoje em dia, eu não penso em absolutamente nada. Por quê? Porque é caro montar uma redação. Mesmo que seja cada um na sua casa é caro. E eu vou vender onde, na banca? Quem vai distribuir essa revista? O distribuidor vai morder 50, 60 por cento do valor de compra? Quanto fica com dono da banca? Mesmo tirando a banca da equação, como que eu vendo? Só assinante? Só venda direta? Que tipo de anunciante eu vou colocar para poder pagar minha conta? Quanto que eu vou ter que pagar para um editor fixo, para o editor de arte fixo, para essa turma fazer uma revista? Seria mensal, seria quinzenal? E outra, a revista teria que ter um suporte digital, um canal no YouTube, um podcast, um blog que servisse como ponto de entrada para o leitor. Quero comprar SET, para onde eu vou? Para o blog da SET. Tudo o que está publicado na revista tem que estar disponível online. Todas as críticas, todas as reportagens, tem que estar tudo lá, então quem banca essa estrutura toda? É um investimento que alguém tem que fazer - que obviamente não sou eu – para manter essa estrutura toda funcionando. E eu sou da política de que se eu tiver de fazer isso, todo mundo que vai fazer tem de ganhar bem. E eu sei que os portais pop no Brasil pagam uma miséria para a galera que escreve. E, se você paga pouco, você exige pouco. Então você não pode exigir excelência pagando pouco. E aí acabamos voltando novamente para os grandes portais, né? Que é quem pode é ter uma estrutura jornalística sólida. UOL, que é onde eu tenho minha coluna, o G1, o R7. Quem mais? Só, acaba aí.

24 – Voltando para a interação do crítico junto ao leitor. As cartas recebidas tinham alguma influência real sobre o conteúdo da revista? Sobre a programação ou organização

estrutural, por exemplo? Vocês já chegaram a mudar algum tipo de conteúdo em razão de elogios, e, principalmente, de queixas feitas pelo público?

Sadovski

Não tinha essa influência. Não tinha na época e não tem hoje.

25- Mas você não acha que hoje em dia os críticos de cinema, principalmente aqueles que migraram para as redes sociais, estão muito preocupados com atributos típicos do ciberespaço, como engajamento, quantitativo de *likes* e cancelamento, por exemplo? Essa lógica de produção está muito relacionada ao feedback do público. Você acredita que essa subserviência aos algoritmos pode influenciar a atuação do crítico a ponto de minar sua autonomia, dissimulando suas opiniões, por exemplo?

Sadovski

Esses aí não são críticos de cinema. São influenciadores, são *youtubers*, são *tiktokers*, são blogueiros, mas não são críticos de cinema. Crítico de cinema online tem a Isabela, que tem o canal dela, tem o Merten, tem eu, tem o Inácio, que escreve de vez em quando, tem esse que mora nos Estados Unidos, o Dalenogare, que tem um texto legal, sabe do que está falando, sabe transmitir o que está falando. Tirando isso, tem um pessoal meio folclórico, né? Tem um que gosta de se fantasiar, outro que gosta de postar as *thumbs* fazendo careta. Esses não são críticos, podem até achar que são, mas não são. Talvez essa turma seja sim muito influenciada pelo leitor, pelos algoritmos. Para mim, esses caras são irrelevantes.

Eu não vou dizer que o meu leitor é irrelevante, de forma alguma. Eu acho que eu tenho um diálogo muito bom com meu leitor nas minhas redes sociais. A turma conversa comigo. Eu faço o canal com os meus amigos toda segunda-feira, “os quatro fantásticos”, que somos eu, o Rodrigo Salem, o André Gordirro e o Edson Aran. Eu falo que é um grupinho muito fechado, porque nós temos 1.800 inscritos no canal e temos 1.500 *views* em cada vídeo, ou seja, o engajamento é de quase 100%.

Mas eu jamais escreveria, faria uma matéria, ou elaboraria uma direção editorial baseado no que o leitor pede. E eu te explico. Se você me dá 5 leitores, eu vou ter 5 ideias diferentes. Se você me dá 10, são 10 ideias diferentes. Não existe um consenso. Não existe o leitor como instituição, o que existe são várias pessoas falando várias coisas ao mesmo tempo. Se eu for ouvir todo mundo, eu não trabalho. Então eu prefiro continuar escrevendo para o meu leitor, que sou eu. O meu leitor sou eu. Eu escrevo para mim.

É um pouco de arrogância do leitor achar que ele vai determinar o caminho que vai seguir um crítico, um colunista ou uma reportagem. E eu nem saberia definir o que eu penso de um crítico que acha que deve seguir o que o leitor o manda fazer ou não. Crítico sério não faz isso jamais. Agora, tem uma turma aí que vai com fluxo.

26 – Fazendo um recorte nessa turma que vai com o fluxo, então. Críticos que usam as redes sociais para empresariarem a si mesmos, construírem uma marca, divulgarem seus produtos, que no caso são suas críticas de cinema. Como driblar esse destino de opressão mercadológica algorítmica que parece se impor sobre eles? Para vender eles performam, tentam capturar o espectador através do poder das imagens, da cultura do afeto. Essa narrativa pode acabar preponderando mais que o conteúdo em si?

Sadovski

Eu nunca falo que sou produtor de conteúdo, sabe? Eu não faço dancinha do *TikTok*. Talvez até devesse fazer, vai saber. O que eu sou é jornalista e crítico de cinema. O que eu faço é escrever textos jornalísticos, reportagens, entrevistas, ensaios. Eu construo textos. Ser crítico de cinema foi uma consequência do meu trabalho como jornalista. Então, por escrever sobre cinema eu me tornei crítico de cinema. Por eu direcionar o meu trabalho para isso, como eu podia ter direcionado para o esporte ou para a política.

Existe a questão do algoritmo, obviamente. Escrevendo como crítico de cinema do UOL, tem coisas que coloco no texto, como o SEO, aquela coisa toda para busca de rede e tal. Mas isso é um aprendizado a mais dentro da minha atuação de crítico. É um complemento do que eu faço. Eu estou escrevendo aqui sobre *The Flash* agora, tá? É um filme que todo mundo está gostando. Teve sessão para fã, teve sessão para influenciador antes mesmo de jornalista ver o filme e tal. Então estava aquela coisa, todo mundo gostando. Eu vi o filme e falei: é legal, mas não é tudo isso. Talvez o algoritmo fosse me beneficiar se eu fosse na leva, se eu falasse que *The Flash* é um grande filme, blá-blá-blá. A manchete “É legal, mas não é tudo isso” representa um meio termo, e meios termos não geram tanto engajamento quanto uma posição mais assertiva. É um filme ok, mas que não tem o peso que as primeiras impressões de alguns críticos queriam levar a crer. Eu não trabalho com estúdio, eu não trabalho com o marketing do filme. Eu trabalho para o UOL, e eu trabalho para o leitor. Então, se o filme é médio, eu direi que ele é médio. Esse é o meu papel. Eu aprendi com grandes nomes da crítica, como a Isabela, o Rubens, o Sérgio Rizzo, o José Geraldo Couto, dentre outros, a ser bem honesto em relação ao que eu escrevo.

Eu já assisti filmes na cabine com essa turma de hoje. Já cheguei a ver críticos dizendo ao fim da sessão que o filme era uma porcaria e dois dias depois vê-los gravando vídeo no Youtube elogiando o mesmo filme, dizendo: “Disney acerta de novo”.

Eu sinto que existe um temor muito grande por parte de quem escreve sobre cinema de ficar nas boas graças dos estúdios. Temem não serem mais convidados para a cabine de imprensa, por exemplo. E nesse papel, eles não podem desagradar a Disney.

27 – Com o advento da internet os críticos de cinema passaram a poder publicar suas críticas onde, quando e como quisessem. Nesses casos, você acredita que a web tenha proporcionado a ele algum grau de emancipação - seja ela temática, estrutural ou espacial - na medida em que as restrições estabelecidas pelas pautas editoriais deixaram de preponderar? Se sim, você acredita que essa emancipação tenha sofrido algum tipo de retrocesso atualmente, quando as forças algorítmicas passaram a estabelecer novas formas de limitações?

Sadovski

Olha, eu acho que a internet, os meios digitais e as redes sociais foram libertadores para quem escreve sobre cinema. Pense assim. Você se forma em jornalismo e resolve escrever sobre cinema. Para onde você vai? Qual caminho você faz? Vai para algum jornal? Para alguma emissora de rádio? Para alguma TV? Não. Não há mercado nessas plataformas. Então, você precisa se tornar empresário de si mesmo, como você mencionou anteriormente. A internet possibilitou que todos tivessem acesso a esse espaço. Você pode criar o seu próprio canal, você pode criar o seu próprio blog. Você está livre do mesmo jeito. Eu não acho que existiam restrições editoriais. Pelo menos para mim nunca houve, nem quando eu era jornalista recém-formado escrevendo para o *Diário de Natal*, e na SET muito menos. Existia uma restrição de espaço porque o papel é finito. E, assim, a SET nunca foi revista de crítica, não é? A crítica era uma parte pequena da revista. A revista era de reportagens, de jornalismo mesmo. Se eu escrevia um texto sobre *Transformers*, por exemplo, eu fazia uma reportagem sobre um filme que, midiaticamente, iria chamar muita atenção, tinha uma reportagem legal para tirar dali. Existia uma pauta ali. E dentro dessa pauta, existia a crítica do filme. A crítica era apenas uma parte do todo. Hoje esse espaço é democratizado. Não tem restrição de espaço, não tem restrição de ideias. Por outro lado, onde é que a gente lê de fato reportagens sobre cinema que não sejam só achismos? Atualmente, a opinião é um problema. Você não vê mais reportagem. Todo mundo quer dar opinião.

Eu me acho muito livre para escrever sobre cinema e tenho certeza de que outros colegas também. Mas voltamos ao que tínhamos conversado anteriormente. Na internet nem todos que escrevem sobre cinema são críticos de cinema. Muita gente tem só um espaço opinativo. Então, eu acho que esse retrocesso emancipatório atinge aqueles que não seguram a própria onda e não confiam no próprio taco. Esses sim, se curvam. E isso acontece muito, realmente. Eu mesmo já presenciei várias histórias de terror sobre isso, como, por exemplo, críticas que saíram porque o departamento comercial ligou e falou: “estão anunciando com a gente, tá?”. Eu fico muito feliz de estar num veículo como UOL, que não tem a menor interferência editorial.

28 – Desde 2013, você mantém parte das suas principais atividades no seu blog, o qual é atualmente vinculado a um grande portal, o UOL. Paralelamente, você também escreve e fala sobre cinema nas mídias sociais, seja através das suas próprias contas no *Instagram* e *Twitter*, ou por meio de participações colaborativas em videocasts ou podcasts. Ao transitar por estes diferentes formatos, você identifica mudanças significativas na forma e no estilo da produção crítica junto a cada uma dessas plataformas? A crítica que você escreveria no seu Blog em relação a determinado filme seria a mesma que escreveria em uma rede social, por exemplo?

Sadovski

Não tem como fugir disso. As redes sociais são uma realidade. Caso eu fosse publicar em uma outra plataforma, o estilo seria o mesmo e o tom do texto também. É claro que se eu falo para o rádio, é uma dinâmica, se eu falo pra TV, é outra dinâmica. Crítica escrita é de um jeito, falada é de outro, mas o tom é o mesmo. Eu sou eu em qualquer lugar, a Isabela é a Isabela em qualquer lugar. Então, o nosso conhecimento é passado do mesmo jeito, embora adaptado à plataforma em que a gente está.