



## **A IDENTIDADE DO RALO:**

### **a dinâmica das relações retratada no filme “O Cheiro do Ralo”.<sup>1</sup>**

Adair Fernandes dos SANTOS JUNIOR<sup>2</sup>

Fabiano César Magalhães SALGADO<sup>3</sup>

Juliana Lucena de ARRUDA<sup>4</sup>

Lorran Felipe Faria PINTO<sup>5</sup>

Thalita Gabriela Fonseca GONÇALVES<sup>6</sup>

Victor Venturi dos SANTOS<sup>7</sup>

Marta Cristina Pereira NEVES<sup>8</sup>

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG.

## **RESUMO**

Este artigo se propõe a analisar o filme O Cheiro do Ralo, como um representante do cinema nacional contemporâneo, a fim de compreender como ele constroi suas representações, especificamente, do processo de personalização e individualização na sociedade pós-moderna. Nele, são estudados a linguagem cinematográfica, a identidade cultural pós-moderna como vetor de alargamento do individualismo e como esses elementos são explorados no filme em questão.

**PALAVRAS-CHAVE:** cinema; identidade cultural; individualismo; espetacularização.

## **INTRODUÇÃO**

Uma atmosfera de degradação, ambientes e olhares sem vida ou sabor. Escambo de sensações que disfarçam a distância de emoções reais, onde tudo e todos são negociáveis. Essas são algumas das características imediatamente perceptíveis em O Cheiro do Ralo, filme de 2006, dirigido por Heitor Dhalia. Ambientado em São Paulo, baseado no livro homônimo do quadrinista Lourenço Mutarelli, narra a história de um

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, email: adairfsj@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, email: fabianocms@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, email: arruda@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, email: lorran.francamente@gmail.com

<sup>6</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, email: thalitagfg@gmail.com

<sup>7</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, email: venturi@gmail.com

<sup>8</sup> Orientadora do trabalho, Professora do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, email: nevesmartabr@yahoo.com.br



comerciante chamado Lourenço. Dono de um “topa-tudo”, Lourenço passa o dia negociando antiguidades e quinquilharias com as pessoas. Com frieza, ele busca alcançar vantagem em seus negócios, sendo indiferente às mazelas de seus clientes. Em uma lanchonete, ele se torna obcecado por uma garçonete – na verdade, por sua “bunda” – e passa a tentar conquistá-la, da mesma forma que negocia em sua loja. O constante mal-cheiro do ralo em sua loja se apresenta como um espelho de sua própria identidade em conflito, o que gera nele repulsa e atração.

O filme discute a precariedade da condição humana e de suas relações, por meio de uma narrativa instigante permeada por um humor ácido e cínico. As personagens da trama se mostram apáticas diante de suas realidades, assim como pode-se observar no cotidiano, onde explorar e se deixar explorar tornam-se leis de convívio. - "Não me importo com as pessoas. Só não quero que elas pensem que o cheiro do ralo é meu." - Com essa fala, Lourenço mostra como o indivíduo torna-se “fraude” na dinâmica hedonista da Sociedade do Espetáculo<sup>9</sup>. Já não se identifica o que é fundamental.

O individualismo, fundamento da civilização ocidental ditada pelo capricho e satisfação egoísta (Attali, 2001), é representado nesse filme de maneira genial, expondo em sua fala, cenografia e caracterização, a decadência da subjetividade e corrosão do caráter do indivíduo pós-moderno. Sendo assim, vê-se na análise deste filme, uma oportunidade de maior compreensão das relações interpessoais em uma sociedade de consumo.

O objetivo deste artigo é analisar como o filme *O Cheiro do ralo* representa e explora a condição humana na contemporaneidade, com foco em seus aspectos de individualismo hedonista e degradação da identidade cultural. Além disso, propõe-se estudar a identidade cultural e o individualismo na atualidade, compreender o cinema como mediador comunicacional e os aspectos específicos de sua linguagem como expressão cultural, e analisar o impacto da narrativa cinematográfica do filme em questão, sua forma de representação da realidade e na (des)construção da subjetividade do indivíduo na sociedade do espetáculo.

## **TRAJETO DO CINEMA E DA SUA LINGUAGEM**

---

<sup>9</sup> Conceito formulado pelo filósofo Frances Guy Debord, em seu livro homônimo publicado em Paris, em novembro de 1967, em que o autor faz uma crítica mordaz às dinâmicas de organização social do capitalismo, no qual ocorre a mercantilização da vida social e suas relações. Esse conceito será explorado mais profundamente a seguir.



Ao analisar a cultura brasileira no final da década de 60, pode-se perceber que os artistas da época encontram uma forma de ativar uma verdadeira revolução na cultura do país. O cinema Marginal e o Tropicalismo são considerados manifestações desta reviravolta cultural, desde então, a situação do cinema já não é mais a mesma.

Nos filmes desta época o subdesenvolvimento era colocado à tona, passando por uma formulação anti-industrial, tendo uma proposta mais política, desta forma tornando o cinema o oposto da arte e do comércio. Ao final da década, a eficiência do cinema voltou a ser questionada gerando uma polêmica envolvendo os cineastas do Cinema Novo e uma ideia do autor do que as ideias ditas como corretas pra o cinema industrial.

Conforme Xavier (1993), sabendo da guerra de ideias que aconteceria entre a militância e a contestação, os cineastas da época contavam com os curtas-metragens amadores, como os festivais do Jornal do Brasil e longas metragens artesanais, com baixo orçamento e sem a ajuda do Estado. Ação que tornaria norma no cinema independente dos anos 70. As ideias podiam ser expostas de forma livre, passando confiança ao cineasta, em relação ao que estava sendo feito, e as suas criações. Neste período, foi por meio do problema, no caso os debates e a militancia, que se criou formas e modos de produção alternativas.

Após analisar a época em questão, pode constatar que o filme O cheiro do Ralo enquadra-se nas características do Tropicalismo e do Cinema Marginal. Características estas que saiam da estética do cinema industrial, para uma estética mais violenta e que prevalecem as ideias do autor.

## **MUTAÇÕES NA IDENTIDADE**

Para compreender a representação da condição das relações humanas no cinema, se faz necessária uma breve exposição dos conceitos de identidade cultural. Hall (1998) aponta três concepções de identidade relacionadas à momentos distintos da história. A primeira é a identidade do sujeito do iluminismo, que era concebida como uma estrutura congênita, um núcleo interior que se desenvolvia, mas mantinha a mesma essência do sujeito por toda sua vida. Na modernidade, surge a identidade do sujeito sociológico.



Nessa concepção, admite-se a ideia de um núcleo interior que guarda a essência do sujeito, mas é na interação desse núcleo com o meio social que a identidade é formada. As respostas do “eu real” do indivíduo à atuação dos agentes socializadores criam o diálogo da subjetividade com o meio externo e, pela assimilação dos valores, a identidade do indivíduo se estabelece.

Porém, percebe-se na contemporaneidade que os valores e a estrutura desse meio externo são fluidos e passam por mudanças constantes e cada vez mais rápidas. Nesse contexto o diálogo de identificação do sujeito com a sociedade é fragmentado. Assim, Hall (1998) define a sua terceira concepção de identidade, a do sujeito pós-moderno:

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identidades estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora ‘narrativa do eu’. (HALL, 1998, p.13)

No aspecto coletivo, no que diz respeito à organização social, essa transformação de valores é denominada por Lipovetsky (1983) como processo de personalização, que é um processo de ruptura com a ordem de socialização disciplinar da modernidade, onde os impulsos individuais eram moldados aos padrões de comportamento coletivos. No processo de personalização uma nova dinâmica se instaura, culminando em uma sociedade mais flexível, que valoriza a subjetividade do sujeito e respeita sua individualidade.

A perspectiva negativa dessa ruptura é a formação de uma sociedade pós-moderna onde os laços sociais e afetivos são frouxos e as relações rasas. O individualismo hedonista é legitimado e o principal valor social é, paradoxalmente, a satisfação pessoal. A ideia de uma comunidade que compartilha valores e ideais é substituída pela ideia de massa, uma aglutinação onde predomina a indiferença, a apatia e a tolerância alienada.

A sociedade moderna era regida por ações de construção e conquista, era crente e comprometida com a construção de um futuro e se mantinha ligada às tradições. A sociedade pós-moderna, pelo contrário, é caracterizada pela descontinuidade. É desprezada do passado e descrente no futuro. A cultura pós-moderna tem a busca pelo



prazer e a estimulação dos sentidos como valores dominantes na vida social. É imediatista

Assim, é observável a degradação social que vai do “ser” pré-moderno, ao “ter” da modernidade, para o “parecer” do espetáculo, conceito formulado por Debord(2002) e que será melhor explorado a seguir.

### **ESPETACULIZAÇÃO DA SOCIEDADE E SUA LIGAÇÃO ÍNTIMA COM O CHEIRO DO RALO**

A sociedade do espetáculo, de Debord (2002) se caracteriza pelo consumo em massa mediado pelo cinema, arte, música, TV e etc., no qual fomos acostumados a absorver ao longo das décadas. O espetáculo anda junto ao modelo capitalista imposto pela América do Norte no qual foi instaurado um estilo de vida no ocidente a fim de fazer girar a economia. Debord (2002) em um comentário no livro “Sociedade do Espetáculo” define com clareza a sociedade contemporânea de economia globalizada e cultura mundializada:

A sociedade modernizada até o estágio do espetacular integrado se caracteriza pela combinação de cinco aspectos principais: a incessante renovação tecnológica, a fusão econômico-estatal, o segredo generalizado, a mentira sem-contestação e o presente perpétuo. (DEBORD, 2002, p.175)

Dessas características as duas primeiras se referem à “base material da sociedade”, enquanto as outras três dizem respeito à dimensão cultural, que nos interessa mais. Debord (2002) faz uma relação do tempo como mercadoria a fim de mostrar a parada do desenvolvimento humano:

O tempo geral do não desenvolvimento humano existe sob o aspecto complementar de um tempo consumível, que volta para a vida cotidiana da sociedade, a partir dessa produção específica, como um tempo pseudocíclico.(DEBORD, 2002, p.103).

De acordo com o autor, o espetáculo se define de várias formas; desde os holofotes que cobrem a TV, o teatro, a música e também o cinema, mas também a espetacularização do trabalhador enquanto moeda. A máquina que não tem nenhuma relação com o tempo (no qual foi citado acima) a não ser o tempo como produção a fim de gerar a economia num espaço societário.



O filme *Cheiro do Ralo* faz esse paralelo de como pessoas tornam-se mercadorias por meio da já instalada “Sociedade do Espetáculo”. Nele, há presente um forte contexto interligando a essência da história e o conceito apresentado por Debord (2002).

A começar pelo protagonista Lourenço, indivíduo caracterizado por um temperamento introspectivo e egoísta, e por seus fetiches, seja em uma "bunda", seja por objetos de caráter inúteis (um olho, uma prótese sem uso...), o enredo do filme desenvolve, de forma linear e estranhamente com um aspecto "anti hollywoodiano", presente na maioria dos filmes veiculado atualmente uma crítica à sociedade de consumo e as formas em que ela se porta frente ao desenvolvimento do próprio espelho de vida cotidiana de si.

Em pequenas doses reflexivas, os autores de *O Cheiro do Ralo*, exploram durante o filme, vários dos conceitos indicados por Debord (2002). O conceito da separação – no qual Debord (2002), mostra que o trabalhador, separado do produto de seu trabalho e do processo de produção, perde a visão unitária sobre sua atividade. Da mesma forma, o indivíduo perde a visão da totalidade e unidade do mundo – é facilmente identificado no filme, pela biografia apresentada do protagonista. Lourenço separado psicologicamente da sociedade se perde de todo moralismo e/ou ética presente na sociedade contemporânea, estabelecendo-se como figura de um novo contexto, individualista.

A ideia de que o sujeito possa ser corroído em seu próprio interior pelas forças de alienação que, condicionando também o inconsciente dos sujeitos, os faz identificar-se ativamente com os sistemas que os contém nos faz compreender como o próprio protagonista se entrega cada vez mais no submundo constituído por si, entregando-se a conceitos subjetivos supervalorizados que se entrelaçam com o físico, ocasionando a obsessão profunda pelo ralo, como exemplo, algo tão superficial, mas concebido como reduto do verdadeiro sentido do existir, reconhecido por Lourenço, a partir do seu conceito (contrário ao real) de sentido de vida. Como apresentado por Belloni (2003), sobre a espetacularização da sociedade, onde reitera essa ideia, de que o fetichismo se exprime nas relações com o indivíduo expurgado da sociedade.

O indivíduo reificado, se perde nas relações animistas íntimas com os objetivos e o ‘fetichismo da mercadoria’ se assemelha ao velho fetichismo religioso, com seus arrebatamentos e convulsões.(BELLONI, 2003, p.134)



Como base de várias reflexões sobre este contexto, a "vida espetacular", termo defendido por Debord (2002), pode ser apreciado durante o desenvolvimento de todo filme, identificado pela ligação entre o enredo e vários dos conceitos descritos por este autor. Essa ligação é dada por vários indícios, como: o fetichismo, o olhar mercantilista, a supervalorização da matéria, ou mesmo a visão machista do ser sobre o outro.

Logo no início do filme, já é possível identificar esse elo, por meio das cenas focadas no fetiche sobre a bunda, bem como na introdução dada pelo protagonista, que enaltece o poder fetichista dela sobre o indivíduo, e que é reiterada pela narração de "a bunda que mudou minha vida". Assim, deixando claro como um fetiche, obsessão ou vislumbre se tornam fonte de inspiração e motivação para alterar a vida, até então, "tediosa" do protagonista.

Durante o decorrer da obra ainda é possível identificar vários outros indícios que ligam O Cheiro do Ralo à tese de Debord (2002), tais como: a moral do olhar mercantilista de um ganancioso submundo de escambos, onde a valorização de uma mercadoria se dá exclusivamente pela interpretação da relevância desta para o "trocador", evidenciada pela extrema importância em objetos como o olho e a prótese, que passam a ser obsessivamente valorizados pelo narrador-personagem.

Outro indício é a interpretação da mocinha, que se viabiliza num formato inovador e se adéqua à realidade do conceito machista de ser. Retratando o desejo em uma mulher, não pelo romantismo, mas sim pelo apelo sexual, visualizado e espetacularizado na obra pelo acompanhamento da "bunda", como contraponto do protagonista, transformada na fonte de prazer e inspiração da vida do anti-herói Lourenço.

Mais um ponto é o mercantilismo de forma minuciosa, exposto pela troca de mercadoria e prazer a qualquer custo, situação esta, tão repugnada pela sociedade, e visualizada no filme, como reflexo comum da própria realidade construída por Lourenço. Ou ainda na supervalorização do objeto, como o ralo, algo transformado na própria espetacularização do submundo do protagonista, criado por ele, e onde se veicula um círculo vicioso que finaliza com a entrega eterna do protagonista ao cheiro da "podridão" que exala de si, talvez reflexo do próprio círculo vicioso da sociedade que se contrapõe em suas mentiras, mas se torna parte delas, originando uma "verdade" nas ações e se concluindo perpetuamente.



## CONCLUSÃO

É possível concluir com a análise do filme que o cinema, como produção artística, pode e deve ser explorado de forma criativa como uma efetiva ferramenta de fomentação do pensamento crítico, concomitantemente ao seu papel recreativo. A riqueza de suas linguagens e a amplitude de possibilidades que seus elementos narrativos proporcionam fazem do cinema uma mídia única, capaz de instigar questionamentos ímpares na abordagem de temas polêmicos ou mesmo, postergados pelos meios de comunicação de massa que, comumente, fortalecem o estado de apatia espetacular.

Em *O Cheiro do Ralo*, Heitor Dhalia utiliza esses recursos com êxito e inventividade, tornando o filme um expoente do cinema brasileiro contemporâneo e uma expressão de arte no exercício de seu fim primordial: indagar, denunciar, levar-nos a ver o mundo e seus desprazeres em uma ótica diferente, impulsionar-nos a transformar nossa apatia e tédio em ação construtora de beleza e dignidade.

## REFERÊNCIAS

- LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**. Lisboa: Antropos, 1983. 204 p.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1998. 102 p.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002. 237 p.
- ATTALI, Jacques. **Dicionário do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2001
- BELLONI, Maria Luiza. A formação na sociedade do espetáculo: Gênese e Atualidade do Conceito. **Revista Brasileira de Educação**, São Paulo, n. 22, p.121-136, jan. 2003.
- XAVIER, Ismail. **Alegorias do subdesenvolvimento**. São Paulo: Brasiliense, 1993. 281 p.





## **FICHA TÉCNICA**

**Título original:** O Cheiro do Ralo

**Gênero:** Comédia

**Duração:** 1h52 min.

**Ano de lançamento:** 2007

**Site oficial:** <http://www.ocheirodoralo.com.br>

**Estúdio:** Geração Conteúdo / Primo Filmes / RT Features / Branca Filmes / Tristero Filmes / Sentimental Filmes

**Distribuidora:** Filmes do Estação

**Direção:** Heitor Dhalia

**Roteiro:** Marçal Aquino e Heitor Dhalia, baseado em livro de Lourenço Mutarelli

**Produção:** Heitor Dhalia, Joana Mariani, Marcelo Doria, Matias Mariani e Rodrigo Teixeira

**Música:** Apollo Nove

**Fotografia:** José Roberto Eliezer

**Direção de arte:** Guta Carvalho

**Figurino:** Patrícia Zuffa

**Edição:** Jair Peres e Pedro Becker

## **SINOPSE**

Lourenço (Selton Mello) é o dono de uma loja que compra objetos usados. Aos poucos ele desenvolve um jogo com seus clientes, trocando a frieza pelo prazer que sente ao explorá-los, já que sempre estão em sérias dificuldades financeiras. Ao mesmo tempo Lourenço passa a ver as pessoas como se estivessem à venda, identificando-as através de uma característica ou um objeto que lhe é oferecido. Incomodado com o permanente e fedorento cheiro do ralo que existe em sua loja, Lourenço vê seu mundo ruir quando é obrigado a se relacionar com uma das pessoas que julgava controlar.