

ANÁLISE DE FILME

COISAS DO HOMEM E HOMEM DAS COISAS: O CHEIRO QUE VEM DO RALO É DE LOURENÇO

João Gabriel da Fonseca Mateus⁹

RESUMO

Analisar um filme pressupõe várias prescrições. Dentre elas, o processo de decodificação dos valores que determinado filme expressa em suas mensagens tem um papel central. Esse texto analisa os valores transmitidos pelo filme *O Cheiro do Ralo* (Heitor Dhalia, São Paulo, 2007) dando um enfoque principal para o processo de coisificação na sociedade moderna expresso em seu enredo. Assim sendo, a obra filmática aqui em foco é um campo de criticidade importante para compreender as atuais relações sociais marcadas pela mercantilização do indivíduos e de sua consecutiva submissão à suas criações.

PALAVRAS-CHAVE: Coisificação. Mercantilização. Relações Sociais na arte.

*Mas é bom tomar cuidado
com quem entende o riscado:
Tobeornottobe quer dizer:
ter ou não ter.*

(Belchior, 1978, *LP* Todos os sentidos)

Se o leitor nos permitir uma afirmação tão categórica já nas primeiras palavras deste texto, poderia dizer que *O Cheiro do Ralo* (São Paulo, 2007) é uma das produções nacionais com maior conteúdo crítico já produzido pela cinematografia brasileira. Obviamente que nesse âmbito se insere as produções, não menos críticas, de diretores como Glauber Rocha, Rogério Sganzerla, Júlio Bressane, etc.

⁹Possui graduação em Licenciatura Plena em História pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás (2013). É aluno do curso de Especialização em História Cultural: Imaginário, Identidades e Narrativas (UFG). Atualmente é professor de História na Rede Privada de Ensino em Goiânia. É autor do livro *Educação e Anarquismo: Uma perspectiva libertária* (Rio de Janeiro: Rizoma Editorial, 2012). É membro do NUPAC (Núcleo de Pesquisa e Ação Cultural), do NEPALM (Núcleo de Estudos e Pesquisa América Latina em Movimento) e membro do corpo editorial da Revista Espaço Livre.



Figura 1. Capa do Filme *O Cheiro do Ralo* (São Paulo, 2007).

Sendo assim, esse texto objetiva-se em analisar os conteúdos críticos, as partes mais significativas (a nosso ver) do filme, apresentando ao leitor uma indicação de uma obra que é um reduto de elementos de crítica social.

Crítico da coisificação e da mercantilização de nossa sociedade, o longa-metragem que produzido de forma independente fez com que Heitor Dhalia (seu diretor) se tornasse conhecido no país. Tal fato foi potencializado com a participação de Selton Mello e, no ano de 2006, o filme venceu a 30ª Mostra Internacional de Cinema¹⁰. Como demonstraremos adiante, a longa contém, como qualquer filme¹¹, valores transmitidos em sua duração.

O FILME E SEUS VALORES

O Cheiro do Ralo é uma produção fílmica de 2007 dirigido por Heitor Dhalia adaptado do livro homônimo de Lourenço Mutarelli¹² e que trama a história de Lourenço¹³ (Selton Mello),

¹⁰Ver: <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=379804>.

¹¹Um filme pode ser definido como uma produção coletiva que possui caráter ficcional e que repassa uma mensagem (valores, concepções e sentimentos) (VIANA, 2012, p. 19).

¹²É escritor, ator e dramaturgo. Autor de romances, tais como: *Jesus Kid* (São Paulo, Devir Editora, 2004); *O Teatro das Sombras* (São Paulo: Devir Editora, 2007); *A Arte de Produzir efeito sem causa* (São Paulo: Companhia das

um comprador de quinquilharias que vive em torno do místico relacionamento dos objetos (coisas e pessoas) que compra cotidianamente. Além disso, justificando o título do filme, ele vive angustiado pelo odor do ralo de seu banheiro.

Além de ser um mero comerciante, conforme aponta Pisani (2012, p. 52). Lourenço, “um homem, dono de uma loja de objetos usados, negocia não apenas os objetos, mas os valores das próprias pessoas”. O filme mistura sexualidade e mercantilização com teias críticas que transpõem nossa sociedade e seus valores comerciais. Obcecado pelas nádegas da garçonete (Paula Braun) desde o início da trama, Lourenço se abstém do próprio desejo dela de ter relações afetivas e se afirma na necessidade de comprar seu corpo.

Apresentando o caráter brutal da mercantilização das relações humanas, Lourenço afirma para sua ex-noiva (na qual abandona dias antes de se casar) que “Eu não gosto da minha mãe, eu não gosto de você, nunca gostei de ninguém. A vida é dura”.

Logo no início do filme, um diálogo travado entre Lourenço e um homem que vai à sua loja para vender um anagrama, já deixa a trama central em voga: a angústia de Lourenço sobre o cheiro do ralo do banheiro da loja.

As ideias do protagonista são concatenadas de forma breve e em contraposição com o que disse anteriormente. Ele propõe e retira a proposta, diz e desdiz, contradiz as falas de seu interlocutor, tentando confundi-lo, surpreendendo-o a cada frase, cortando suas tentativas de explicação. O esforço do vendedor de o sensibilizar com sua condição apenas o torna mais duro até o desfecho da cena em que o homem sai da sala sem ao menos poder lhe dizer “uma última coisa” (PISANI, 2012, p. 123 – 124).

Para demonstrar tal confusão, ao passar os primeiros 30 minutos do filme, Lourenço em um momento de reflexão diz: “De tanto inalar merda, meu cérebro se confundiu. Eu preciso quebrar o banheirinho. É a porra do cheiro. É isso que tá me deixando cansado. A culpa toda é do cheiro do ralo. Amanhã vou cimentar”. O *ato de cimentar* condiz com uma solução passageira, reformista do problema no qual está inserido. Incapaz de pagar pelo concerto do banheiro (o que lhe traria altos custos morais – por exemplo, o ato de ele mesmo ser incapaz de solucionar o problema de forma rápida - e financeiros) o comprador prefere introduzir cimento e areia no buraco, ação que não resolveu o problema do mau cheiro vindo do ralo.

Letras, 2008); *O Natimorto* (São Paulo: Companhia das Letras, 2009); *Nada me Faltará* (São Paulo: Companhia das Letras, 2010); *O Cheiro do Ralo* (São Paulo, Companhia das Letras, 2011); *Miguel e Os Demônios* (São Paulo: Companhia das Letras, 2012). Dentre sua produção de Histórias em Quadrinhos, destaca-se: *Seqüelas* (São Paulo: Devir Editora, 1998); *Transubstanciação* (São Paulo: Devir Editora, 2001); *O Rei do Ponto* (São Paulo: Devir Editora, 2007); *Diomedes: a trajetória do acidente* (São Paulo: Companhia das Letras, 2012). Para uma análise de suas obras, ver Pisani, 2012, pp. 66 – 69, op.cit.

¹³De acordo com Pisani (2012, p. 71), na obra literária o personagem principal não tem nome.



Figura 2. Olho de vidro em cena em 1h34min e 28seg.

Um dos momentos mais marcantes está na primeira metade do filme quando Lourenço compra um olho por R\$ 400 (quatrocentos reais), que de acordo com o vendedor, já tinha visto de tudo. Desse momento em diante, todos os vendedores que adentram sua loja são coagidos a ver o olho que Lourenço comprou e que agora começara a afirmar que era o olho de seu pai (que de acordo com Lourenço, foi morto na Segunda Guerra Mundial – fato sem cabimento por uma questão de idade) e, outrora, de um cantor (*Camaleão*, cantor de Rock). Mais a frente, nos minutos finais da obra, Lourenço consegue comprar uma perna mecânica que ele afirma também ser do seu pai (o pai *Frankenstein*).

Outro momento significativo e revelador de suas críticas sociais à sociedade da mercadoria está no momento em que a garçonete convida Lourenço para saírem juntos. Ele recusa, afirmando (voz *over*) que se começar um relacionamento com sentimentos “logo começará as cobranças” [sic]. Assim, o comerciante faz a opção de trazer a compra como elemento central do seu relacionamento com a garota: “eu não quero casar com essa bunda, eu quero comprar ela pra mim” (40 min e 50 seg). A *coisificação*¹⁴ do corpo da mulher é tamanha que Lourenço, após

¹⁴A coisificação está na valorização antihumana das emoções trazidas pelos objetos nos quais damos valor. Criamos um mundo no qual o objeto possui vida própria, ou como diria Marx, a *reificação* e o *fetichismo da mercadoria*. Para Marx (1996), a mercadoria é “(...) antes de tudo, um objeto externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa” (p. 165). Ainda em *O Capital* ao discutir os meios de circulação das mercadorias e consecutivamente, a metamorfose dessas, Marx é enfático ao dizer da perversidade da personificação do objeto (coisa) e sua relação com ser humano: “A antítese, imanente à mercadoria, entre valor de uso e valor, de trabalho privado, que ao mesmo tempo tem de representar-se como trabalho diretamente social, de trabalho concreto particular, que ao mesmo tempo funciona apenas como trabalho geral abstrato, de personificação da coisa e reificação

um desentendimento com a garçonete, volta à lanchonete e a confunde (ele olhou apenas para seu rosto, algo raro no enredo) com outra funcionária que a substitui após sua demissão.

Levando ainda em consideração a coisificação do corpo, a cena da personagem que mostra o corpo para Lourenço diz *só tenho isso, te dei tudo*, o comprador diz em tom enfático que sempre pagou por tudo e que ela nunca lhe deu nada. Isso mostra que o principal para Lourenço é o ato de comprar.

Mas, de onde vem o cheiro do ralo? Um diálogo travado entre o comprador e um vendedor é elementar e esclarecedor:

Vendedor de um violino: Isso daqui cheira a merda!

Lourenço: É do Ralo ali.

Vendedor de um violino: Não é não...

Lourenço: É?! O cheiro vem do ralo ali.

Vendedor de um violino: O cheiro vem de você!

Lourenço: Não amigo, é que tô com um problema aqui no banheirinho aqui, oh, o ralo aqui!

Vendedor de um violino: E quem usa esse banheiro?

Lourenço: Eu.

Vendedor de um violino: Quem mais?

Lourenço: Só eu.

Vendedor de um violino: Então... De onde vem o cheiro?!

Após esse trecho, o próprio feitor do mau cheiro fica abalado com a fala de seu cliente. Aceitar que o produtor de seus problemas pode ser ele mesmo é algo difícil para um indivíduo que transfere a carga de sentimentos morais para objetos não-humanos. Por isso, a absorção do sentimento das *coisas* transpõe-se no desenrolar da longa metragem para os seres humanos. Após conflitos com uma garota (provavelmente usuária de drogas, como a trama deixa a entender) que chegou a vender o próprio corpo, Lourenço é alvejado com dois tiros e morre após se arrastar até o banheiro, dando seus últimos suspiros com o nariz próximo ao ralo e a sua secretária (ex-garçonete) acompanha sua morte.

das pessoas — essa contradição imanente assume nas antíteses da metamorfose das mercadorias suas formas desenvolvidas de movimentos” (idem, p. 236)