

A comédia romântica em Hollywood: o gosto da “água com açúcar”

Cecília A.R. Lima¹

O gênero cinematográfico de comédia romântica produzido por Hollywood é frequentemente desclassificado, considerado como de baixa qualidade, não só entre os acadêmicos e críticos da cultura das massas, mas também pela própria indústria hollywoodiana. Apesar disso, a categoria é amplamente consumida, rende um bom retorno financeiro para seus estúdios e consagra atrizes como grandes estrelas. Este artigo objetiva encontrar os motivos para esse rebaixamento, além de levantar hipóteses sobre os seus possíveis efeitos na experiência de recepção do espectador.

Palavras-chave: cinema *mainstream*, estética, feminino.

The romantic comedy in Hollywood: A sugary taste. The romantic comedy movies produced by Hollywood are usually disqualified and considered to be low quality films – not only by academics and mass culture critics, but also by the Hollywood industry itself. Despite that, the category is massively consumed, providing large amounts of profit to its studios as well as fame to its actors. This article aims to find the reasons for this common disqualification and also discusses the possible effects it may have on the spectator's reception experience.

Key words: mainstream cinema, aesthetics, feminine.

Las películas de comedia romántica producidas por Hollywood son descalificadas a menudo, consideradas como de baja calidad – no sólo entre los estudiosos y críticos de la cultura de las masas, sino también por la propia Hollywood. Sin embargo, la categoría se consume extensamente, revela buenos rendimientos financieros para sus estudios y consagra a actrices como grandes estrellas. Este artículo tiene por objeto encontrar las razones de esta degradación, así como plantear hipótesis sobre sus posibles efectos en la experiencia de la recepción del espectador.

Palabras clave: industria cinematográfica, estética, feminino.

Comédia romântica – uma dupla expressão do “mau gosto”?

Quando se fala em cultura de massa, dentro do campo da estética ou da comunicação, é uma tendência hegemônica que o termo seja valorado negativamente, no que diz respeito à discussão de gosto. Condenada por oferecer prazeres imediatos, sem incentivar o consumidor a adquirir certo

refinamento de suas capacidades sensíveis e sublimatórias, a cultura industrial é, para muitos teóricos, a expressão da arte ruim, a qual estimula “a fixação em respostas padronizadas e ideias recebidas, em vez de estimular o jogo irônico e impessoal do julgamento” (Connor, 1994, p. 46).

Em outras palavras, a produção cultural para as massas se encerra em suas receitas padronizadas, sem investir na forma ou conduzir o consumidor para uma experiência estética propriamente dita. O prazer adquirido por essas produções é categorizado pela corrente estética inaugurada pelo filósofo Kant como inferior, por ser individual, enquanto a arte verdadeiramente bela deve ser “prazer universal, ou

¹ Universidade Federal de Pernambuco. Av. Prof. Moraes Rego, 1235, Cidade Universitária, 50670-901, Recife, PE, Brasil.
E-mail: ceciliaarl@hotmail.com

seja, prazer sem lucro, vantagem ou gratificação individual” (Connor, 1994, p. 43), distinguindo-se assim das produções meramente “agradáveis”. A cultura popular seria, dentro desses parâmetros, o gosto bárbaro, oferecendo um tipo de prazer menos elevado ou sofisticado do que a arte “legítima”.

[...] Kant empenhou-se, por um lado, em estabelecer a distinção entre o que agrada e o que dá prazer e, por outro, de modo mais geral, em discernir o desinteresse, única garantia da qualidade propriamente estética da contemplação e do interesse da razão que define o Bom [...] (Bourdieu, 2007, p. 12).

A relação entre prazer e valor, no que diz respeito à apreciação artística, é uma das questões centrais do acadêmico Steven Connor em *Teoria e Valor Cultural* (1994). O autor tece uma espécie de “relato do valor”, ao resgatar e contrapor algumas das diversas teorias que discorrem sobre o assunto, que ele julga como indispensável: “[...] o valor e a valoração são necessários como uma espécie de lei da natureza e da condição humana, mediante a qual não podemos nos recusar a entrar no jogo do valor [...]” (Connor, 1994, p. 17). A era moderna ocidental consolidou o pensamento kantiano como um de seus grandes alicerces – como parte do senso comum –, de maneira que o processo de valoração do homem moderno se afinou com a teoria do filósofo alemão. Assim, as produções puramente comerciais, industriais, são frequentemente enxergadas como desprovidas de qualquer valor artístico.

O cinema *mainstream* é uma ferramenta da cultura industrial e não escapa a esse típico julgamento negativo, sendo normalmente rebaixado pelo campo da estética e pelo gosto dos consumidores intelectuais, como analisa o sociólogo e filósofo Pierre Bourdieu na obra *A Distinção* (2007), em relação à sociedade francesa. O cinema industrial se enquadra naquilo que o autor chama de “estética popular”², uma preferência do consumidor burguês rechaçada pela elite intelectual. Apesar da distância espacial e temporal da obra, originalmente publicada em 1979, esse julgamento negativo é percebido ainda hoje em grande parte das críticas às superproduções do cinema de Hollywood – um cinema que não é feito para estimular o pensamento, sistematicamente repellido por grupos de cinéfilos intelectuais. Se a verdadeira fruição artística é restrita a um pequeno grupo social, o cinema de Hollywood, que visa às grandes massas, nunca poderia se qualificar como arte.

Como Morin (2007) analisou em sua obra, as fórmulas de Hollywood buscam a constante participação afetiva do espectador, apresentando arquétipos e tramas que operam junto a mecanismos psíquicos de projeção-identificação. Para conseguir sucesso financeiro, não procuram inovar além do necessário para manter a originalidade da obra. É de interesse do cinema *hollywoodiano* que o maior número de espectadores seja atingido pelos seus filmes e, por isso, eles não devem oferecer esforço para seu público – devem ser facilmente digeridos, para evitar o distanciamento da plateia e garantir seu envolvimento na narrativa. Portanto, sua forma é simplificada para facilitar a apreensão do conteúdo, numa primazia da função em relação à forma.

[...] O público popular recusa qualquer tipo de experimentação formal e todos os efeitos que, introduzindo um distanciamento em relação às convenções aceitas (em matéria de cenário, de intriga etc.), tendem a colocar o espectador à distância, impedindo-o de entrar no jogo e identificar-se completamente com os personagens (Bourdieu, 2007, p. 12).

De acordo com essa linha de pensamento, por não experimentar formalmente, pode-se considerar que a produção cinematográfica dos grandes estúdios de Hollywood é esteticamente inferior em si mesma. A distinção entre esses valores se torna ainda mais complexa quando é levado em consideração que existe certa hierarquia dentro dos gêneros cinematográficos produzidos pela própria indústria. Por exemplo, em entrevista à revista *Allure*³, na edição de janeiro de 2006, a atriz inglesa indicada ao Oscar, Naomi Watts, deu sua opinião em relação aos filmes de comédia romântica *hollywoodianos*. Conhecida na indústria cinematográfica *mainstream* por se especializar em papéis tidos como “pesados”, Watts (*in* Hessel, 2006) comenta:

Eu olho para essas comédias românticas e vejo atores com o penteado impecável, arrumadinhos, e me sinto sendo anestesiada. Fico brava porque vejo muito dinheiro sendo gasto nessas coisas. [...] Não quero ser a dona da verdade aqui. Sei que há a necessidade disso [das comédias românticas], porque há vezes em que estou em um hotel e a única coisa que preciso é ser anestesiada. Eu fico repetindo a mim mesma: Deus, estou cansada de papéis sombrios, o que eu quero é um cachê gordo, então me coloque em alguma comédia romântica idiota qualquer dia desses.

² O termo aparece entre aspas porque, para o autor, “se trata de uma estética em si e não para si” (Bourdieu, 2007, p. 12).

³ Revista estadunidense sobre beleza, voltada para o público feminino. Fundada em 1991, foca temas como moda, cosméticos etc.

Uma ilustração ainda mais significativa desse desprezo pelas comédias românticas dentro da própria indústria *hollywoodiana* pôde ser extraída de uma das edições do programa televisivo *Profile*⁴, o qual é destinado a relatar a vida íntima de celebridades pelo ponto de vista de críticos e jornalistas. O episódio referido⁵ foi dedicado à atriz Julia Roberts, mundialmente consagrada nos cinemas a partir de seus papéis em comédias românticas, como *Uma linda mulher* (Marshall, 1990), *O Casamento do meu melhor amigo* (Hogan, 1997) e *Um lugar chamado Notting Hill* (Michell, 1999). Numa das passagens do programa, uma jornalista entrevistada conta que, em determinado ponto de sua carreira, Roberts passou a lutar pelo Oscar – a máxima expressão de reconhecimento e prestígio artístico em Hollywood – e a escolher principalmente personagens “sérios” e com “profundidade psicológica”, para mostrar que era uma atriz “de verdade”, nas palavras da repórter. Tempos depois, num *set* de filmagens, a atriz teve a oportunidade de escolher alguns filmes de seu currículo para serem expostos na porta de seu *trailer* a fim de identificá-la. Ao fazê-lo, não incluiu nenhuma de suas comédias românticas na lista.

A partir desses exemplos, parece bastante claro que o gênero de comédias românticas, produzido pelo cinema estadunidense, sofre dois tipos de desqualificação: o primeiro, perante os acadêmicos que desvalorizam de maneira ampla a indústria em que o gênero está inserido; o segundo, em meio aos atores e apreciadores da própria Hollywood. Como exemplo deste segundo aspecto está o fato de uma atriz *legítima*, Julia Roberts, e outras profissionais, como Meg Ryan, optarem por deixar as comédias românticas de lado – como se a categoria não fosse capaz de possibilitar qualquer experiência artística, nem mesmo para os padrões *hollywoodianos*⁶. Essa tendência parece se repetir no senso comum que, corriqueiramente, adjetiva o gênero usando termos pejorativos como “água com açúcar”, “piegas”, “meloso” ou, ainda, *chick flick* (filme pra meninas)⁷.

O duplo rebaixamento das comédias românticas industriais é um fenômeno interessante, mas não transparece nas bilheteiras. A maior parte das comédias românticas protagonizadas por Julia Roberts e Meg Ryan rendeu quantias bastante razoáveis de dinheiro para seus estúdios. *Uma linda mulher*, inclusive, é o 67º filme com maior bilheteria nos cinemas mundiais (U\$ 463,400,000), com colocação superior ao vencedor do Oscar de 2001, *Gladiador* (U\$ 456,200,00), sendo valores arrecadados relativos as suas respectivas épocas e não ajustados de acordo com a inflação (Internet Movie Database, 2008).

Se há casos de comédias românticas extremamente bem sucedidas, então, por que o gênero não é plenamente prestigiado dentro de sua própria indústria, mas apenas pelo dinheiro de seus consumidores? Além disso, nos parece interessante questionar quais as consequências possíveis desse típico juízo de valor negativo nos efeitos de recepção da comédia romântica, a partir de uma análise das estratégias discursivas processadas em sua estética.

A “pieguice” do triunfo romântico

Para descobrir o motivo da dupla desclassificação da comédia romântica, é preciso, primeiro, compreender sua lógica⁸. De maneira geral, a narrativa de filmes do gênero é direcionada ao final feliz: o que não é muito diferente de outros gêneros da indústria cinematográfica, mas contribui para sua desmoralização intelectual. As histórias tentam se aproximar do espectador, transportando o sonho do *grande amor* para cenários corriqueiros, facilmente identificáveis, comuns. Isso, ao mesmo tempo em que naturaliza o ideal de encontrar a felicidade numa ocasião cotidiana, proporciona maior impacto e surpresa

⁴ Exibido no Brasil pelo canal pago *Multishow*, do grupo Globosat, *Profile* é dirigido por Karen Nolan.

⁵ A data original de exibição não foi encontrada, mas o episódio foi reprisado em 14 de dezembro de 2007 e em 2 de maio de 2008.

⁶ Toda regra tem suas exceções. Por exemplo, a cultuada Audrey Hepburn ganhou o Oscar por sua atuação em *A Princesa e o Plebeu* (Wyler, 1953), e a atriz Gwyneth Paltrow foi premiada por sua atuação no filme de comédia romântica *Shakespeare Apaixonado* (Madden, 1998), que também levou mais seis estatuetas, incluindo melhor filme, no Oscar de 1999. Este último, entretanto, pode ser considerado uma exceção dentro de seu próprio gênero, por se tratar de uma superprodução épica pseudo-biográfica, ao contrário da maioria das comédias românticas.

⁷ O termo *chick flick* se refere a filmes voltados para a plateia feminina, por terem um apelo essencialmente emotivo que tematizam relacionamentos, românticos ou não. Inclui principalmente os melodramas e as comédias românticas.

⁸ A discussão pretende abordar apenas filmes de *gênero*, sem incluir o chamado cinema de *autor*, que levaria marcas pessoais de seus diretores. O que se chama de comédia romântica *mainstream* são os filmes feitos para serem industriais, padronizados, oferecendo entretenimento puro e direto e apagando as marcas de seus criadores.

à história: afinal, não é todo dia que se encontra o futuro amor da sua vida ao pedir informações na rua, no ambiente de trabalho, numa ida ao supermercado ou dentro de seu próprio grupo de amizades. A promessa é, ao mesmo tempo, casual e inesperada.

Inesperada, porém evidente. Afinal, o grau de repetição dessa mesma fórmula ensinou – ou deveria ter ensinado – ao espectador o que esperar. Como não se trata de um gênero que precisa manter o mistério para se realizar, a obviedade faz parte de sua estrutura. Os personagens não vão muito além de estereótipos homogêneos, o que colabora para produzir um efeito de superficialidade no gênero. Visualmente, essa simplicidade também se confirma: os planos de filmagem são tradicionais e pouco inovadores; o tempo narrativo normalmente é cronológico, e, não raro, as letras das músicas tocadas servem como verdadeiras descrições da cena ou dos sentimentos de um personagem específico. Tudo obedecendo às “leis de Hollywood”, para poupar o espectador de qualquer esforço e garantir a audiência de um público que “diverte-se com as intrigas orientadas, do ponto de vista lógico e cronológico, para um *happy end* e ‘sente-se’ melhor nas situações e nos personagens simplesmente desenhados que nas figuras e ações ambíguas e simbólicas ou nos problemas enigmáticos” (Bourdieu, 2007, p. 35).

O lado cômico da comédia romântica se manifesta de maneira um pouco menos padronizada do que o romance. O humor é necessário para garantir à categoria seu *status* de cinema “leve”, por meio do riso. Por mais presentes que sejam os elementos dramáticos, mesmo que os personagens principais sofram antes de atingirem seus objetivos, a comédia está distribuída de maneira uniforme em toda a narrativa de qualquer filme de comédia romântica. O tipo de humor – que pode ser irônico, exagerado, sutil, pateta, pastelão etc. – varia entre cada obra, mas é bastante comum que um filme apresente mais de um estilo de comédia, em doses e intensidades diferentes.

De uma maneira ou de outra, é certo que, por mais irreverente que seu lado cômico possa ser, a moral da história da comédia romântica é tipicamente bem comportada, impregnada pela ética dos bons costumes estadunidenses e do amor romântico. Isso se reflete em sua estética, *clean* e tradicional, e na aparência de seus protagonistas, sempre arrumados diante das câmeras, com cabelos e pele bem tratados a qualquer hora do dia e independente de suas profissões – a não ser que o contrário seja especificamente relevante para a trama. Por esse motivo, é bastante comum encontrar críticas que julgam negativamente o gênero de comédias românticas, por ser excessivamente artificial e idealizado.

Entretanto, a maior parte das peculiaridades apontadas pertence também a outros gêneros cinematográficos *hollywoodianos*: os cinemas de aventura e policial são normalmente direcionados para um previsível final feliz; os dramas e suspenses também apresentam seus protagonistas com cabelos e pele impecáveis; a narrativa de quase todo filme produzido para o público *mainstream* é relativamente simples de ser compreendida. Essas são características comuns à Indústria Cultural como um todo e são valoradas negativamente pelo campo da estética:

No presente momento, a literatura, a arte, o cinema de má qualidade são uma influência de primeira grandeza na fixação de atitudes imaturas e concretamente inaplicáveis em relação à maioria das coisas... São evidentes as perdas provocadas por essas fixações artificiais de atitude. Por seu intermédio, o adulto comum é pior e não melhor ajustado às possibilidades de sua existência do que uma criança (Richards in Connor, 1994, p. 16).

Essas razões, portanto, ainda não são suficientes para explicar o motivo da desmoralização específica da categoria da comédia romântica pela sua própria indústria e pelo senso comum. Por conta disso, outros aspectos precisam ser levados em consideração com maior profundidade. Em especial, o fato de que a comédia romântica é um gênero que oferece, como o próprio nome sugere, a felicidade no romance. Além disso – e por conta disso –, é importante salientar que se trata de uma categoria cinematográfica direcionada principalmente para a audiência feminina, apesar de também atingir outros públicos. O amor romântico é o tema central, o que qualifica a comédia romântica como um tipo de *chick flick*.

A dicotomia entre razão e emoção, fortemente construída e estimulada na Modernidade, associou-se também às diferenças entre masculino e feminino. De acordo com Neri (2005), é no século XVIII, com o Iluminismo, que se introduz o modelo de dois sexos diferenciados pela sua “essência”: o homem, próximo da razão; a mulher, destinada ao lar, à paixão, à maternidade. Essa divisão funcionou como uma estratégia para preservar o *status quo* masculino, assegurando o lugar do homem no espaço público e reprimindo as possibilidades intelectuais da mulher.

Nesse contexto, o homem se consolidou como ser racional, enquanto a mulher foi oprimida por ser – supostamente – dotada de uma *essência* passional, emocional. E, por mais que se anuncie o fim ou a crise da Modernidade,

não se pode negar que o cinema *mainstream* ainda pensa as demandas de seu público baseando-se nesse modelo essencialista. O cinema de ação, agressivo e violento, é produzido principalmente para atrair a audiência masculina, enquanto os dramas e comédias românticas parecem mais interessantes às mulheres – os dramas sendo um espaço para o sofrimento amoroso, enquanto as comédias prestam um elogio ao romance, oferecendo o final feliz.

Os sentimentos associados ao feminino foram oprimidos do universo agressivo do mercado de trabalho capitalista, e, por isso, há de se compreender porque o romance foi, pouco a pouco, se convertendo em “pieguice”, nos dizeres do senso comum. Se a arte “legítima” recusa sistematicamente todas “emoções, os sentimentos que os homens *comuns* experimentam em sua existência *comum*” (Bourdieu, 2007, p. 35), os próprios homens comuns recusaram de maneira hegemônica as representações simbólicas de sentimentos associados ao feminino, como o amor romântico. Além disso, o movimento feminista também criticou essa suposta “essência” feminina e levantou-se para garantir o direito das mulheres ao espaço público e à racionalidade. Nesse processo, foi fortemente combatida a ideia de que a entrega amorosa é a única responsável pela felicidade feminina. O espaço doméstico provou-se como pouco satisfatório para elas, junto com as promessas do amor dos homens e da maternidade. Os protestos do movimento feminista surtiram seu efeito e, de certa forma, foram capazes de consolidar seu pensamento: “[...] o feminismo, transformado em ideologia mais ou menos dominante entre as mulheres da classe média, instituiu uma espécie de desprezo pela supermãe, pela ‘rainha do lar’ etc.” (Kehl, 1996, p. 67).

Um gênero que promove o triunfo romântico para as mulheres e que, em muito, se assemelha aos contos de fadas infantis, só pode, dentro desse pensamento, ser enxergado como mau gosto. “Água com açúcar”, uma espécie de placebo que, apesar da promessa de acalmar os nervos, não oferece nada além do gosto adocicado. Se a Indústria Cultural é condenada pelos teóricos da Escola de Frankfurt por preservar em seu consumidor uma gratificação ilusória (Connor, 1994), pode-se levantar a hipótese de que a comédia romântica é rebaixada duplamente por oferecer a felicidade romântica, por si só, como promessa de prazer. O amor pode estar presente em outras categorias *hollywoodianas*, mas as comédias românticas padronizadas frequentemente representam o “grande amor” como a única e exclusiva maneira de se obter a “verdadeira” felicidade – na ética da comédia romântica, o nobre herói é aquele que escuta o “coração”. Talvez, então, seja por esse

motivo que a atriz Naomi Watts se sinta “anestesiada” e censure o gênero, pois ele não incentiva a razão – nem em sua estética, nem em sua abordagem temática.

A esperança no grande amor que triunfa, enfim, é desvalorizada pelo senso comum, classificada como sinal de ingenuidade – afinal, a história das mulheres, por intermédio do movimento feminista, deixou claro que o amor dos homens não é capaz de satisfazê-las plenamente. O sonho romântico é criticado e ridicularizado, porque seria algo que só poderia ser apreciado como uma espécie de válvula de escape, um prazer infantil para aqueles que desejam não pensar. Assim, a comédia romântica oferece um bem estar que atropela a racionalidade, supostamente capaz de “anestesiá-la” sua audiência. Entretanto, considera-se que é justamente por conta desse mesmo motivo que o gênero é tão amplamente consumido: pelas suas fórmulas escapistas e tranquilizadoras que, apesar de “inacreditáveis”, conseguem envolver e comover seu público. Portanto, é necessário analisar essa receita padrão, assim como seus efeitos de sentido, dentro do contexto de rebaixamento da comédia romântica.

As estratégias e efeitos do “mau gosto” amoroso

Apesar de ser taxado como “piegas”, o romance ainda se configura como uma excelente estratégia de mercado cinematográfico: a comédia romântica é um gênero financeiramente bem sucedido, preservando sua fórmula sem grandes alterações. Entretanto, é pouco levada a sério pelo senso comum, por ser cômica e por insistir num tipo de felicidade socialmente desprezada. É claro que esse julgamento típico provocará algum tipo de efeito na experiência de recepção do espectador, mesmo que apenas em nível inconsciente. Afinal, por não ser levada a sério, a comédia romântica ganha uma espécie de chancela social para apresentar seus temas e sua visão de mundo.

Essa visão de mundo é compartilhada com o público, pois o cinema de Hollywood pretende se aproximar de seu espectador, possibilitando mecanismos psíquicos de identificação e projeção. Assim, os personagens e situações tentam se sintonizar com a subjetividade de sua audiência, criando um espectro de seus supostos ideais. O fato de ser pouco levado a sério racionalmente não interfere nesse jogo de operações psíquicas afetivas, apenas o torna menos perceptível.

A maior parte dos apreciadores da comédia romântica é, portanto, capaz de se identificar com os tipos que o gênero representa mais frequentemente: a mulher branca, ocidental, de classe média, heterossexual, consumidora. Esse modelo, entretanto, é processado esteticamente de maneira a dar uma impressão de universalidade – para atingir uma maior audiência – e acaba por fixar valores positivos à burguesia como naturais ao ser humano. Isso não somente preserva certos ideais selecionados para atender a demanda da classe média, como também os fomenta para qualquer outro tipo de mercado.

Assim, uma série de valores é transmitida e reforçada pelo discurso da comédia romântica, dialogando inconscientemente com seu público. Por exemplo, a associação do gênero feminino com o romance é reproduzida e, apesar das conquistas do movimento feminista, continua aceita hegemonicamente – não é à toa que a comédia romântica é rotulada pelo senso comum como um tipo de *chick flick* – numa demonstração de permanência do essencialismo iluminista. Além disso, pode-se verificar que os padrões de beleza hegemônicos são sustentados e reafirmados pelos filmes de comédia romântica. É bastante frequente que, no desenrolar das narrativas do gênero, a mocinha precise reformular sua aparência ou sua maneira de se vestir para ser bem aceita pelos seus pares e pelo herói⁹. Nesse momento, ela escolhe as marcas mais caras e as roupas que representam o padrão de moda da sua época: é bastante comum a presença de sequências de montagens rápidas, em que uma música alegre toca enquanto a heroína vai às compras, como um suporte ao comportamento consumista.

Assim, as câmeras elegem certo tipo de beleza para identificar suas protagonistas: beleza que passa, quase necessariamente, pela magreza, senso de moda e juventude. Filmes que tentam subverter essa lógica, como o politicamente correto *O amor é cego* (2001), também definem o que é a beleza dentro desse padrão, mesmo que o protagonista opte pela garota considerada pela própria narrativa como feia.

A afirmação da beleza é, também, revestida por estratégias estéticas que conferem *glamour* aos personagens. A heroína é constantemente mostrada como uma mulher que, em qualquer momento do seu dia, está em sua melhor forma e aparência física. Nesse sentido, as protagonistas normalmente acordam perfeitamente maquiadas, nunca têm espinhas e seus cabelos estão sempre bem arrumados e tratados – a não ser que o contrário seja relevante como ele-

mento da narrativa e precise ser mostrado. Assim, qualquer mulher, seja ela garçanete, estudante, prostituta, jornalista ou policial, pode ser convertida em uma expressão estética de *glamour*. Essa característica pode ser contrariada para fins de comédia ou de drama, pois o excesso de choro ou de sofrimento pode afetar a beleza da heroína, para que, no final feliz, ela se torne ainda mais bela. Mesmo a azarada Bridget Jones¹⁰, personagem anti-heroína que contradiz o modelo de ideais estéticos hegemônicos e busca representar a mulher real, está sempre tentando se adequar aos padrões de beleza com regimes intermináveis, visitas à academia de ginástica e promessas de largar o álcool e o vício do cigarro.

Apesar de se tratar de uma categoria cinematográfica politicamente correta, a oferta de sexo está bastante presente – mas de uma maneira que normalmente define o ato sexual como o ato de “fazer amor”. Na comédia romântica, o sexo é mais especial, se houver sentimentos envolvidos, se os personagens estiverem apaixonados. No que diz respeito à montagem, as cenas eróticas são frequentemente cortadas para se adequarem ao moralismo estadunidense e à censura. Isso não impede que o corpo de suas mulheres seja exibido de maneira que as converta em foco de desejo sexual. Assim, sensualizadas pela câmera e olhadas com volúpia pelos personagens masculinos, as heroínas da comédia romântica *hollywoodiana* são, enfim, estética e discursivamente legitimadas como belas.

Mas não basta apenas ser bonita externamente. A protagonista da comédia romântica precisa, necessariamente, ter beleza interior. Isso significa que ela deve ser dotada de características construídas socialmente como nobres, dentro dos padrões éticos estadunidenses: altruísmo, inteligência, compaixão, sensibilidade, honestidade. Ela deve, também, estar disposta a fazer e arriscar tudo por amor. Mesmo que a heroína não se apresente dessa forma no início de sua história, ela provavelmente conquistará esses valores ao longo da trama – e, a partir disso, será premiada com a felicidade amorosa ou, ao menos, com a certeza de ter feito “a coisa moralmente certa”, para os casos excepcionais em que a protagonista termina sem seu par romântico¹¹.

Essa forte presença da ética e moral aproxima a comédia romântica da fábula e dos contos de fadas infantis, motivando em seu discurso o sonho do grande amor que dura pela vida inteira, a ética do “felizes para sempre”. Essa característica também contribui para o rebaixamento

⁹ *Uma Linda Mulher* (Marshall, 1990) e *Ela é Demais* (Iscove, 1999) são exemplos do que se afirmou.

¹⁰ *O Diário de Bridget Jones* (Maguire, 2001) e a continuação *Bridget Jones: no limite da razão* (Kidron, 2004) são exemplos disso.

¹¹ *O Casamento do meu melhor amigo* (Hogan, 1997) e *Terapia do Amor* (Younger, 2005) são exemplos disso.

do gênero, pois o infantil é muitas vezes associado com a inocência ou ingenuidade – atributos pouco valiosos para a sociedade capitalista. Os protagonistas da comédia romântica são facilmente comparados aos príncipes e princesas infantis, contando com a ajuda de fadas madrinhas para atingir seus objetivos. Nesse contexto, o grande ensinamento é de que os heróis precisam “escutar o coração” para se tornarem, efetivamente, heróis. São os sentimentos nobres que os guiam ao seu final feliz, pois a escolha mais racional implica na infelicidade. Assim, apesar de todos os obstáculos, o casal fica junto e o sonho do amor eterno é realizado.

Esse sonho condiciona de alguma forma a felicidade da mulher, protagonista, à companhia de um homem. Mesmo que seja bem sucedida financeira e materialmente, ela será apenas uma “pobre menina rica”, enquanto não encontrar seu grande amor. Ele, é claro, não pode ser representado por qualquer homem: deve ser um homem que corresponda a um ideal social específico e selecionado para atender à mulher burguesa. A beleza do príncipe encantado é fundamental, assim como seus valores éticos. Ele deve ser sensível, honesto, capaz de se comprometer amorosamente e compartilhar sua intimidade.

O retorno financeiro refletido nas bilheterias é uma confirmação de que, mesmo que rebaixados por sua suposta ingenuidade, a combinação desses valores ainda é capaz de seduzir e de divertir o público de classe média a que se destina. O sucesso comercial implica dizer que, em algum nível, ela consegue se aproximar do espectador e envolvê-lo em sua narrativa e estética, por meio dos mecanismos psíquicos de identificação projetiva. Ou seja, os valores transmitidos pela comédia romântica correspondem a significantes desejos de seu público – por mais que ele próprio insista em desprezá-los e reprimi-los.

Considerações finais

O desejo de entrar na representação, identificando-se com as alegrias ou sofrimentos dos personagens, interessando-se por seu destino desposando suas esperanças e causas, suas boas causas, vivendo sua vida, baseia-se em uma forma de investimento, uma espécie de opinião preconcebida de 'naïvité', de ingenuidade, de credulidade de público simplório ("estamos aqui para nos divertir") (Bourdieu, 2007, p. 36).

Não há como negar que a categoria *hollywoodiana* de comédias românticas é bem sucedida em sua estratégia:

estrelas como Audrey Hepburn, Molly Ringwald, Meg Ryan e Julia Roberts ganharam a fama e a simpatia do público ao atuarem nesse tipo de filme; os ideais de beleza e de moda sustentados pelas narrativas são reproduzidos na sociedade – o obsessivo culto ao corpo esbelto e saudável, extremamente presente na contemporaneidade, é um exemplo disso. Além disso, o sonho romântico, tão qualificado como infantil e ingênuo, permanece como grande atrativo para a audiência e continua vinculado a uma suposta essência feminina. A comédia romântica não é a única ferramenta transmissora desse padrão, mas se consolidou como uma representante fortíssima dele.

O comum rebaixamento de gosto do gênero, portanto, não interfere nesse processo de apreensão de valores por parte do espectador. Entretanto, o fato de que a comédia romântica não é levada a sério faz com que esse processo se torne menos visível para o olhar do público e da crítica. Se não é um tipo de filme feito “para pensar”, não seria necessário, a princípio, analisá-lo de maneira mais profunda – como se suas estratégias de identificação e projeção fossem tão levianas quanto sua suposta qualidade.

Entretanto, é importante enxergar além da discussão de mau gosto nesse caso, pois a comédia romântica atende a uma demanda específica de mercado, podendo se configurar de maneira a refratar os ideais de seu público – por mais escamoteados que eles possam ser pela crítica. O público feminino, portanto, continua associado à realização amorosa e emocional, tanto pela indústria quanto pelo senso comum – daí a categorização do gênero como *chick flick*. Além de representar e disponibilizar esses desejos nas telas, a comédia romântica confere-lhes legitimidade, preservando-os como valores positivos para as mulheres, perante a sociedade consumidora de maneira geral – indo, de certa maneira, na contramão das conquistas do movimento feminista.

Referências

- BOURDIEU, P. 2007. *A distinção. Crítica social do julgamento*. São Paulo/Porto Alegre, Edusp/Zouk, 556 p.
- CONNOR, S. 1994. Valor do prazer, prazer do valor. In: S. CONNOR, *Teoria e valor cultural*. São Paulo, Loyola, p. 43-63.
- HESSEL, M. 2006. Naomi Watts quer fazer comédia romântica idiota para ganhar mais. *Omelete*, [São Paulo], 28 dez. Acessado em: 04/08/2008, disponível em http://www.omelete.com.br/cine/21330/Naomi_Watts_quer_fazer_comedia_romantica_idiota_para_ganhar_mais.aspx.

- HOGAN, P.J. 1997. O casamento do meu melhor amigo. Produção: Ronald Bass; Patricia Cullen; Bill Johnson; *et al.* Roteiro: Ronald Bass. Intérpretes: Julia Roberts; Dermot Mulroney; *et al.* 1 DVD (105 min).
- INTERNET MOVIE DATABASE. 2008. All-time worldwide box office. Acessado em: 05/08/2008, disponível em: <http://www.imdb.com/boxoffice/alltimegross?region=world-wide>.
- ISCOVE, R. 1999. Ela é demais. Produção: Peter Abrams; Jennifer Gibgot; Richard Gladstein; *et al.* Roteiro: R. Lee Fleming Jr. Intérpretes: Freddie Prinze Jr; Rachel Leigh Cook; *et al.* (95 min).
- KEHL, M.R. 1996. *A mínima diferença. Masculino e feminino na cultura*. São Paulo, Imago, 269 p.
- KIDRON, B. 2004. Bridget Jones: no limited a razão. Produção: Tim Bevan; Jonathan Cavendish; Eric Fellner. Roteiro: Andrew Davies; Richard Curtis; Helen Fielding; Adam Books. Intérpretes: Renée Zellweger; Colin Firth; Hugh Grant; *et al.* (108 min).
- MADDEN, J. 1998. Shakespeare apaixonado. Produção: Linda Bruce; Mark Cooper; Donna Gigliotti; *et al.* Roteiro: Marc Norman; Tom Stoppard. Intérpretes: Joseph Fiennes; Gwyneth Paltrow; Ben Affleck; *et al.* (123 min).
- MARSHALL, G. 1990. Uma linda mulher. Produção: Gary W. Goldstein; *et al.* Roteiro: J.F. Lawton. Intérpretes: Julia Roberts; Richard Gere; *et al.* 1 DVD (119 min).
- MICHELL, R. 1999. Um lugar chamado Notting Hill. Produção: Tim Bevan; Richard Curtis; *et al.* Roteiro: Richard Curtis. Intérpretes: Julia Roberts; Hugh Grant; *et al.* (124 min).
- MIGUIRE, S. 2001. O diário de Bridget Jones. Produção: Tim Bevan; Jonathan Cavendish; Eric Fellner. Roteiro: Richard Curtis; Andrew Davies; Helen Fielding. Intérpretes: Renée Zellweger; Colin Firth; Hugh Grant; *et al.* (94 min).
- MORIN, E. 2007. *Cultura de massas no século XX: Volume 1: Neurose*. 9ª ed., Rio de Janeiro, Forense Universitária, 204 p.
- NERI, R. 2005. *A psicanálise e o feminino: um horizonte da modernidade. Novas configurações da diferença sexual*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 306 p.
- WYLER, W. 1953. A princesa e o plebeu. Produção: Robert Wyler; William Wyler. Roteiro: Dalton Trumbo; Ian McLellan Hunter; John Dighton. Intérpretes: Audrey Hepburn; Gregory Peck; *et al.* (118 min).
- YOUNGER, B. 2005. Terapia do amor. Produção: Mark Gordon; Bradley Jenkel; Anthony Katagas. Roteiro: Ben Younger. Intérpretes: Uma Thurman; Meryl Streep; Bryan Greenberg. (105 min).

Submetido em: 22/12/2008

Aceito em: 14/07/2009