

A Validação Feminina em Comédias Românticas: Uma Análise do Estereótipo Feminino nas Produções Cinematográficas de Maior Bilheteria¹

Deborah Evelyn SILVA²

Fabielly BARRETO³

Milena PINTO⁴

Rogério COVALESKI⁵

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O presente estudo objetiva analisar como o gênero cinematográfico das comédias românticas, como produto da indústria cultural, perpetua estereótipos e arquétipos femininos que reforçam a necessidade de validação amorosa para as mulheres. A partir de recorte temporal de três décadas em que são destacadas as dez obras de maior bilheteria do gênero, busca-se explorar a condição e o protagonismo feminino nessas narrativas. Além da perspectiva do consumidor e da relação do espectador com o filme em contraponto com a realidade, questiona-se, ainda, a influência da indústria cultural na construção da identidade feminina.

PALAVRAS-CHAVE: comédia romântica; cinema; indústria cultural; representação feminina; estereótipo.

INTRODUÇÃO

A identificação de um produto cultural capaz de atingir as massas e funcionar como uma reprodução de aspectos sociais é uma construção de significado resultante da interação entre representações midiáticas e o reconhecimento do consumidor em relação a esses aspectos. Sobre a crítica feminista de Teresa de Lauretis, “as maneiras pelas quais cada pessoa é interpelada pelo filme, as maneiras pelas quais sua identificação é solicitada e estruturada no filme específico, estão íntima e intencionalmente relacionadas ao gênero do espectador” (1994, p. 140). Assim, os romances, especialmente as comédias românticas, surgiram como gêneros representativos e estratégicos para o público feminino, constituindo uma maneira de o entretenimento se comunicar diretamente com esse espectador, destacando-se na forma como se desenvolve um arquétipo de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Cinema e Audiovisual e Interdisciplinaridade, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8-10 mai. 2024.

² Graduanda do 4.º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, e-mail: deborah.silvasantos@ufpe.br

³ Graduanda do 4.º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, e-mail: fabielly.santana@ufpe.br

⁴ Graduanda do 4.º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, e-mail: milena.souzap@ufpe.br

⁵ Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE; Orientador do trabalho, e-mail: rogerio.covaleski@ufpe.br

protagonista que representa tal gênero e que seja prontamente reconhecida em produções cinematográficas.

Abordando essa relação de reconhecimento e representatividade, Ana Lúcia Andrade (1999), observa como o cinema é um artefato cultural e que busca em sua estrutura cuidadosamente manufaturada produzir identificação com seu público, dessa forma permitindo que toda sua estrutura narrativa seja montada para que produza uma resposta simbólica em seus espectadores.

Desta maneira, as produções fílmicas são elaboradas como produtos que necessariamente irão disseminar determinados valores sociais e culturais em seu público, sendo que, neste caso, o foco recai especialmente sobre o público feminino.

Nesse contexto, o paradoxo da dualidade do protagonismo feminino em obras de comédias românticas é frequentemente confrontado com determinadas ideologias que são implementadas em sua estrutura e fortalecidas por uma narrativa comercial, que buscam o reconhecimento de suas espectadoras como um elemento essencial para seu funcionamento, e as transformam em uma idealização da identidade feminina almejada.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Frequentemente, nos filmes de comédia romântica, a personagem feminina é conduzida a um único tipo de desfecho positivo, esse que ainda reflete uma visão patriarcal: a mulher encontra sua verdadeira realização ao compartilhar a vida com um homem que ama (Lima, 2010). Diante desse cenário, ao analisar os destaques cinematográficos no gênero comédia romântica, torna-se evidente uma construção narrativa de estereótipos femininos, os quais associam a completa validação da mulher à conquista de um relacionamento.

Para abordar essas relações é preciso analisar sobre como tal estereótipo se constrói com base em uma limitação feminina na narrativa, necessária para que ocorra a formação ideológica da felicidade vinculada à necessidade romântica. O cinema, como uma forte influência de valores e ideais, perpassa pela cultura moldando a perspectiva da qual a sociedade se estrutura e reconhece (Dalbosco, 2020). Em decorrência disso, há uma ênfase dada à aceitação e validação da felicidade feminina em torno de uma figura masculina, que é apoiada por um contexto narrativo onde a construção social dessa mulher é reforçada por essa ação, baseando-se em uma visão patriarcal e limitada dessas

personagens, o que acaba por exercer uma forte influência na percepção de mulheres sobre sua própria identidade e realização.

Lauretis (1987, p. 208) cita que “desta forma, propor-se-ia que também o gênero, como representação e como autorrepresentação, é produto de diferentes tecnologias sociais, como o cinema”. Assim, a construção de determinadas ideologias de gênero é sustentada por uma rede de interações sociais, a exemplo das narrativas dos filmes, que destacam um modelo e disseminam por meio de tais representações cinematográficas o ideal o qual o seu público deve ter como aspiração para suas vidas.

Diante disso, a percepção da influência da indústria cultural no consumidor é evidente, com seus produtos adaptados ao consumo das massas, constituindo uma forma de “sistema” que determina o que consumimos:

a indústria cultural é a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores. Ela força a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior. Com o prejuízo de ambos. A arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito: a inferior perde, através de sua domesticação civilizadora, o elemento de natureza resistente e rude (Adorno, 1977, p. 287).

Essa afirmação reflete como a indústria não cria apenas produtos culturais, mas também busca ativamente integrar e influenciar os seus consumidores, promovendo valores sociais ou perspectivas que são absorvidas pelo público de uma maneira que muitas vezes não é plenamente consciente para eles.

METODOLOGIA

A fim de analisar a persona feminina no meio cinematográfico, com intuito de compreender o olhar da indústria sobre a mulher e sua relação com o amor através do gênero de filmes comédia-romântica – criado para o público feminino e junto ao qual obteve grande êxito –; o estudo analisou dez filmes do gênero de acordo com seu sucesso de bilheteria (*cf.* dados do IMDB) ao longo de 30 anos (décadas de 1990, 2000 e 2010). Em decorrência disso, recorreremos à pesquisa bibliográfica em torno da influência do cinema no público, do gênero fílmico de comédias românticas e do papel de gênero para compreender essa relação de causa e efeito.

ANÁLISE

Com a análise preliminar realizada, percebe-se a reprodução de ideais de necessidade romântica expostas na construção de roteiros que se repetem, criando uma fórmula utilizada de forma massiva pela indústria cinematográfica. Em *Uma Linda Mulher* (*Pretty Woman*, Gary Marshall, 1990), que marca um dos maiores êxitos do gênero, a garota de programa Vivian (Julian Roberts), cuja vida é instável e sem grandes perspectivas futuras, tem *ponto de virada* ao se envolver com o rico e poderoso empresário Edward (Richard Gere). No entanto, o destaque da narrativa concentra-se na figura masculina representada por Edward, que além das oportunidades que seu dinheiro confere a Vivian, é na figura masculina que essa personagem encontra sentido e propósito de vida. Tal enredo é repercutido em obras posteriores desse gênero, perpassando por *O Casamento do Meu Melhor Amigo* (1997), *O Diário de Bridget Jones* (2001), *A Proposta* (2009), *Idas e Vindas do Amor* (2010). Filmes que repercutem como o ideal masculino surge como alternativa de sentido à vida das mulheres presentes em tais narrativas, como um “salvador” de suas próprias incompetências, conforme destaca Shumway (2003) sobre as *screwball comedies*.

Durante a coleta de dados foram observadas algumas exceções à regra. Entre os 10 filmes de maior bilheteria no período, foram quatro exceções, onde em três delas os personagens principais eram homens, com histórias focadas na perspectiva masculina, como nos longas-metragens *Um Lugar Chamado Notting Hill* (1999), *Hitch – Conselheiro Amoroso* (2005) e *Amizade Colorida* (2011); e não foram encontradas nesses filmes personagens femininas que respondessem aos critérios da pesquisa. Além destes, apenas em *Legalmente Loira* (2001) há uma protagonista feminina livre dos estereótipos já citados. Dos 10 filmes selecionados, apenas uma personagem feminina presente na análise não é a protagonista – Astrid Leong-Teo (Gemma Chan), do filme *Podres de Rico* (2018), que apresenta um enredo de superação do tema tratado nesta pesquisa.

Assim, mesmo que a indústria por vezes procure romper com paradigmas históricos, principalmente em filmes atuais, é inegável a existência do dilema que problematiza o presente estudo, já que dos 10 filmes de maior bilheteria em 30 anos de observação, seis deles possuem validação, sendo cinco em personagens principais e um em uma personagem secundária.

CONSIDERAÇÕES

Podemos destacar como a percepção do papel da mulher perpassa muito além das suas funções sociais e é bastante validada por suas relações no meio. Essa relação é extremamente reforçada quando se aborda o consumo e arquétipos femininos transmitidos em obras cinematográficas, em especial nas comédias românticas. Com isso, entende-se que, ainda que tal gênero cinematográfico tenha se consolidado a partir dos anos 1930, os rótulos atrelados à ordem e disciplina das mulheres são frequentemente reforçados nos enredos desses filmes ainda atualmente (Amaral, 2018). Por isso, ao observarmos as obras cinematográficas, ponderamos que há uma recorrência ou padrão atrelado à produção de comédias românticas em favor de uma base historicamente patriarcal, que vincula tais personagens femininas ao seu único ideal de felicidade: um parceiro masculino.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **A indústria cultural**. In: COHN, Gabriel (org.). Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Nacional, 1971. p. 287-295.

AMARAL, Carolina Oliveira. **O espaço-tempo da comédia romântica**. Universidade Federal Fluminense, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3VrgzZ8>. Acesso: 28 fev. 2024.

ANDRADE, Ana Lúcia. **O Filme dentro do filme**. Belo Horizonte, Ed. UFMG, 1999.

DALBOSCO, Cleber Nelson. Comédias românticas: Situações de consumo e idealização social. **Revista Teoria e Evidência Econômica**, [S. l.], v. 26, n. 54, p. 132-161, 2021.

SHUMWAY, David R. Screwball Comedies: Constructing Romance, Mystifying Marriage. In: GRANT, Barry Keith (Ed.). **Film Genre Reader III**. Austin: University Of Texas Press, 2003. Cap. 25. p. 396-416.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. Tradução de Suzana Funck. In: HOLLANDA, Heloisa (org.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 206-242.

LIMA, Cecília. **Da Bond Girl à Comédia Romântica: identidades femininas no cinema de Hollywood**. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3628>. Acesso: 24 fev. 2024.

FILMOGRAFIA

Amizade Colorida (2011). Direção: Will Gluck. Intérpretes: Justin Timberlake, Mila Kunis, Patricia Clarkson. Produção: Screen Gems. Ano de lançamento: 2011. 1 DVD (109 min). Formato widescreen. Son., color.

Hitch – Conselheiro Amoroso (2005). Direção: Andy Tennant. Intérpretes: Will Smith, Eva Mendes, Kevin James. Produção: Columbia Pictures, Overbrook Entertainment. Ano de lançamento: 2005. 1 DVD (118 min). Formato widescreen. Son., color.

Idas e Vindas do Amor (2010). Direção: Garry Marshall. Intérpretes: Julia Roberts, Ashton Kutcher, Jennifer Garner. Produção: New Line Cinema. Ano de lançamento: 2010. 1 DVD (125 min). Formato widescreen. Son., color.

Legalmente Loira (2001). Direção: Robert Luketic. Produção: Marc Platt; Ric Kidney. Roteiro: Karen McCullah Lutz; Kirsten Smith. Estados Unidos da América: Type A Films; Marc Platt Productions; Metro-Goldwyn-Mayer, 2001. (96 min)

O Diário de Bridget Jones (2001). Direção: Sharon Maguire. Produção: Tim Bevan, Eric Fellner & Jonathan Cavendish . Roteiro: Helen Fielding. Estados Unidos da América: StudioCanal Working Title Films, 2001. (97 min)

O Casamento do Meu Melhor Amigo (1997). Direção: P.J. Hogan. Produção: Ronald Bass; Patricia Cullen; Bill Johnson; et al. Roteiro: Ronald Bass. Intérpretes: Julia Roberts; Dermot Mulroney; et al. 1997. 1 DVD (105 min).

Podres de Ricos (2018). Direção: Jon M. Chu. Intérpretes: Constance Wu, Henry Golding, Michelle Yeoh. Produção: Warner Bros. Pictures. Ano de lançamento: 2018. 1 DVD (120 min). Formato widescreen. Son., color.

Um Lugar Chamado Notting Hill (1999). Direção: Roger Michell. Produção: Duncan Kenworthy. Roteiro: Richard Curtis; Roger Michell. Intérpretes: Julia Roberts; Hugh Grant; et al. 1999. 1 DVD (160 min).

Uma Linda Mulher (1990). Direção: Garry Marshall. Produção: Gary W. Goldstein; et al. Roteiro: J.F. Lawton. Intérpretes: Julia Roberts; Richard Gere; et al. 1990. 1 DVD (119 min).