

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
Centro de Filosofia e Ciências Humanas – CFCH
Escola de Comunicação – ECO
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura

QUE PROTAGONISMO É ESSE?

Amor e pós-feminismo nas comédias românticas brasileiras

Julia Favoretto

Dissertação de mestrado

Rio de Janeiro
Março de 2018

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
Centro de Filosofia e Ciências Humanas – CFCH
Escola de Comunicação – ECO
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura

QUE PROTAGONISMO É ESSE?

Amor e pós-feminismo nas comédias românticas brasileiras

Julia Favoretto

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. João Freire Filho

Rio de Janeiro
Março de 2018

FAVORETTO, Julia.

Que protagonismo é esse? Amor e *pós-feminismo* nas comédias românticas brasileiras.

144f

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO, 2018.

Orientador: João Freire Filho

1. Amor. 2. Pós-feminismo. 3. Neoliberalismo. 4. Comédia romântica.
I. Freire Filho, João (Orient.). II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação. III. Título.

Que protagonismo é esse? Amor e *pós-feminismo* nas comédias românticas brasileiras.

Julia Favoretto

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovado em _____ de _____ de 2018.

Banca examinadora

Prof. Dr. João Batista de Macedo Freire Filho – Orientador
Doutor em Literatura Brasileira – PUC-RJ
ECO-UFRJ

Prof^a. Dra. Mayka Castellano
Doutora em Comunicação e Cultura – ECO-UFRJ
IACS - UFF

Prof^a. Dra. Renata Tomaz
Doutora em Comunicação e Cultura – ECO-UFRJ
IACS - UFF

Ao Universo, por me colocar sempre no lugar certo e na hora certa para a realização de meus objetivos e missão;

À Escola de Comunicação da UFRJ, por ter me acolhido por todos os anos de minha formação acadêmica;

Ao meu orientador, João Freire Filho, por ter participado ativamente desse processo, me proporcionando a realização de um grande sonho de vida;

Às minhas colegas do grupo NEMES por todas as trocas possíveis – em especial à Renata Tomás, Tatiane Leal e Francine Tavares, que me apoiaram, orientaram e/ou somaram novos pontos de vista à minha pesquisa;

Aos meus alunos, que me fazem ter a certeza de que toda a dor do processo de nascimento desse trabalho vale a pena para estar em sala de aula;

Aos meus pais, por serem, desde sempre, meus melhores e mais amados amigos;

Aos meus irmãos, pelo carinho, apoio e risadas durante o mestrado;

Aos meus amigos, que souberam, pacientemente, lidar com a minha ausência por dois anos – sem deixar de me amar;

A Luiz Magalhães, grande amigo que através de seus *memes* diários, manteve meu ânimo em alta durante todo o processo;

À Nildinha Batalha, mulher que é inspiração de sempre para a minha vida.

RESUMO

FAVORETTO, Julia. **Que protagonismo é esse? Amor e pós-feminismo nas comédias românticas brasileiras.** Orientador: João Freire Filho. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura).

A comédia romântica emerge como um dos carros-chefes do ressurgimento do cinema nacional, impulsionado por leis de incentivo e por um contexto econômico florescente que fomentou o consumo de lazer. Um dos marcos iniciais desse processo foi o lançamento da grife cinematográfica *De Pernas Pro Ar* (2010), que validou um perfil de protagonismo feminino com recorte etário, étnico, socioeconômico e cultural específico – e que passou a ser replicado em diversos outros filmes do gênero. Tais narrativas se propõem a “discutir com leveza e humor os deliciosos conflitos das mulheres modernas” (GLOBO FILMES, 2011) – porém, boa parte dessas obras não foi dirigida, roteirizada ou mesmo editada por uma mulher. Que protagonismo seria esse, então? Em um contexto de ascensão das temáticas feministas por maior equidade, protagonismo e diversidade – sobretudo na indústria audiovisual –, investigo a construção de um molde de personagem principal. Para além da tipificação social, busco, neste trabalho, indícios de uma padronização dos desejos femininos, refletidos nos cenários de *crise e felicidade* presentes nessas películas. Minha hipótese é que, em um contexto contemporâneo de pluralidade afetiva, a noção de autorrealização feminina ainda recai em um imaginário construído no século XVIII: o amor romântico burguês – intrinsecamente branco, heteronormativo e monogâmico. Com base nos eixos *produção, representação e identidade* – oriundos do *circuito da cultura*, proposto por Stuart Hall (1997) – utilizo a análise textual dos filmes, sinopses e matérias vinculadas à obra audiovisual principal para esmiuçar as raízes e a construção desse modelo afetivo. O relaciono, ainda, ao protagonismo das comédias românticas, às identidades *pós-feministas* em ascensão e à cultura neoliberal. Pretendo demonstrar que o engajamento com um *self* autônomo, capaz de gerenciar a vida de maneira “equilibrada”, habilitaria a heroína a realizar seus anseios amorosos heteronormativos – cuja efetivação seria sinônimo do verdadeiro *final feliz*. Para tanto, utilizo um referencial teórico composto, basicamente, por autores dos estudos culturais, da comunicação, dos estudos cinematográficos e da crítica feminista.

Palavras-Chave: amor, comédia romântica, pós-feminismo, neoliberalismo.

ABSTRACT

FAVORETTO, Julia. **What role is this? Love and post-feminism in Brazilian romantic comedies.** Advisor: João Freire Filho. Rio de Janeiro: ECO / UFRJ, 2018. Dissertation (Master in Communication and Culture).

Romantic comedy emerges as one of the flagships of the resurgence of national cinema, driven by laws of encouragement and a flourishing economic context that has fueled leisure consumption. One of the initial milestones in this process was the launch of the film brand *De Pernas Pro Ar* (2010), which validated a profile of female protagonism with specific age, ethnic, socioeconomic and cultural clipping - and that has been replicated in several other films of this genre. Such narratives propose to "discuss with lightness and humor the delicious conflicts of modern women" (GLOBO FILMES, 2011) - but most of these works were not directed, scripted or even edited by a woman. What role would this be, then? In a context of the rise of feminist themes for greater equity, protagonism and diversity - especially in the audiovisual industry - I investigate the construction of a main character mold. Besides social typing, I seek, in this work, indications of a standardization of female desires, reflected in the crisis and happiness scenarios present in these films. My hypothesis is that, in a contemporary context of affective plurality, the notion of female self-realization still rests on an imaginary constructed in the eighteenth century: bourgeois romantic love - intrinsically white, heteronormative and monogamous. Based on the production, representation and identity axes - from the culture circuit proposed by Stuart Hall (1997) - I use the textual analysis of the films, synopses and subjects related to the main audiovisual work to break down the roots and the construction of this affective model. I also relate to the protagonism of romantic comedies, post-feminist identities on the rise and neoliberal culture. I intend to demonstrate that engagement with an autonomous self, able to manage life in a "balanced" way, would enable the heroine to fulfill her heteronormative love yearnings - whose fulfillment would be synonymous with the true happy ending. For that, I use a theoretical reference composed basically by authors of cultural and cinema studies, communication and feminist criticism.

Keywords: love, romantic comedy, post-feminism, neoliberalism.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	10
2.	CAPÍTULO 1: UMA VISÃO GERAL DA ABORDAGEM	27
2.1	<i>O circuito da cultura</i>	27
2.2	Dados da equipe criativa	29
2.3	Os testes de representatividade feminina	32
2.4	A narrativa em três atos	33
2.5	Resumo de <i>De Pernas pro Ar</i>	35
2.6	Resumo de <i>Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou</i>	40
2.7	Resumo de <i>S.O.S. Mulheres ao Mar</i>	44
2.8	Resumo de <i>Loucas pra Casar</i>	47
3.	CAPÍTULO 2: DEUS EM QUEDA, AMOR EM ALTA – O SURGIMENTO DE UMA SENSIBILIDADE BURGUESA	52
3.1	Amor na Antiguidade	54
3.2	Paixão medieval	57
3.3	Mecanicismo e a decadência da sociedade da corte	66
3.4	Amor moderno: Iluminismo e um novo ideal de amor para a sociedade burguesa	68
3.5	Sensibilidade romântica	72
3.6	A indústria literária do amor	75
4.	CAPÍTULO 3: CINEMA, REPRESENTAÇÕES, CRISE E FELICIDADE .	82
4.1	Contexto histórico e o surgimento do cinema no mundo	82
4.2	Primórdios do cinema no Brasil	84
4.3	Verossimilhança, aburguesamento do imaginário coletivo e o herói simpático	86
4.4	Comédias românticas: cinema feito para mulheres	89
4.5	Cinema, serialização, tipificação e arquétipos	93
4.5.1	Cinema e arquétipos femininos	96
4.6	O cinema e a crítica feminista.....	98

4.7	Mutações no cinema: no mundo e no Brasil	106
4.8	A indústria cinematográfica a partir da <i>retomada</i>	109
5.	CAPÍTULO 4: IDENTIDADES NEOLIBERAIS E SENSIBILIDADE PÓS-	
	-FEMINISTA	114
5.1	Identidade e transmutações do sujeito	114
5.2	Felicidade neoliberal, indústria terapêutica e as narrativas de superação ...	116
5.2.1	Narrativas de superação na cultura neoliberal.....	118
5.3	Retrospectiva feminista e relevância da mulher em um novo cenário mundial	121
5.4	Pós-feminismo: feminismo para ser visto e consumido.....	122
5.5	Análise: enquanto o amor não vem – a jornada da heroína no engajamento com o <i>self</i>	128
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	132
	BIBLIOGRAFIA	135

1. INTRODUÇÃO

“Talvez a verdadeira alegria seja encontrar alguém com quem você pode [sic] dividir a sua conquista” – essa é uma das frases finais do filme *De Pernas pro Ar* (2010) e indica a moral presente em diversas comédias românticas brasileiras. Se o “dividir a conquista”, nesse gênero de filmes, fosse um modelo simbólico aberto, que admitisse diferentes percepções de compartilhamento de afeto; se as protagonistas não fossem estereótipos étnicos, culturais e profissionais restritos, com anseios e receios e reafirmados seriadamente, provavelmente esse trabalho jamais teria sido escrito.

Fenômeno de bilheteria em 2011, *De Pernas pro Ar* obteve um público de 3.506.552 pagantes e gerou uma arrecadação de mais de R\$ 27,5 milhões, segundo dados da ANCINE (OCA, 2016). A obra faz parte de uma nova safra do cinema nacional, inserida numa lógica de incentivos do governo e vista como atrativo espaço de visibilidade para produtos e serviços. Desde 1995, o Brasil vive uma retomada de sua produção, fruto, em boa parte, da criação da Lei Audiovisual¹. Com os investimentos, a cadeia cinematográfica reergueu-se, se profissionalizou e tornou-se um potencial bom negócio: houve um aumento de anunciantes, salas de cinema e bilheterias (*ibidem*; CINEMA EM CENA, sem data).

Tal processo foi acompanhado da primazia de alguns gêneros cinematográficos, assim como de certos perfis de protagonismo. Até 2007, apenas um dos dez filmes mais vistos, desde o início da retomada da indústria do cinema, tinha como personagem principal uma mulher: Fernanda Montenegro, no aclamado drama *Central do Brasil* (1998). A partir de 2010, tal tendência sofre uma reviravolta – e *De Pernas pro Ar* é considerado um dos marcos desse desenvolvimento (OCA, 2016).

A comédia romântica mostra Alice – mulher branca, magra, da classe C-B², na faixa dos 35-40 anos, moradora de área nobre de uma capital no sudeste brasileiro – entrando numa

¹ “A Lei do Audiovisual (8.685/93) é um mecanismo de apoio indireto a projetos audiovisuais. Ela é um ‘apoio indireto’ porque se dá através de incentivo fiscal. Ou seja, permite que contribuintes (pessoas físicas e jurídicas) tenham abatimento ou isenção de tributos, desde que direcionem recursos a projetos audiovisuais aprovados na Ancine. (...) Permite que os contribuintes possam deduzir do Imposto de Renda as quantias investidas na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras. (...) Em troca, o patrocinador tem o benefício de associar sua imagem ao produto audiovisual resultante do projeto fomentado. A Lei do Audiovisual foi sancionada em 20 de julho de 1993. Era válida até 2017. Em 7 de novembro, o presidente Michel Temer anunciou que irá estendê-la até 2022”(O GLOBO online, matéria “Como funciona a Lei do Audiovisual”, sem data).

² Segundo dados divulgados pelo Centro de Políticas Sociais da FGV, as classes sociais no Brasil poderiam ser divididas nas seguintes categorias, a partir dos rendimentos familiares per capita: a classe E entre 0 e R\$1.254, a

completa crise pessoal e profissional. Uma personagem que parecia estar com a vida sob controle e que, em menos de 15 minutos de roteiro, é abandonada pelo marido, demitida e se vê perdida, sem saber que rumo tomar.

O perfil socioeconômico, étnico e cultural de Alice se replica em diversos outros filmes nacionais, invariavelmente comédias românticas, de sucesso similar. Dos nove filmes do gênero mais vistos entre 2011 e 2015, seis têm à frente esse modelo: *De Pernas para o Ar* (2010), *De Pernas para o Ar 2* (2012), *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014), *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014), *SOS Mulheres ao Mar 2* (2015) e *Loucas pra Casar* (2015). A serialização de *De Pernas para o Ar* e *S.O.S. Mulheres ao Mar* evidencia o sucesso deste padrão.

Assim, escolhi para compor o *corpus* desta dissertação quatro filmes que julgo os mais pertinentes nesse cenário: a primeira versão de *De Pernas pro Ar*, de Roberto Santucci; *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou*, de Marcus Baldini; o primeiro filme *S.O.S. Mulheres ao Mar*, de Cris D'Amato; e *Loucas pra Casar*, também de Santucci. Todas as produções são da Globo Filmes, possuem linguagem e estética televisiva e tiveram um público pagante entre 1.776.579 e 3.726.547 pessoas, segundo dados da Agência Nacional de Cinema – fazendo parte, cada um deles, da lista dos filmes nacionais mais vistos no ano de seus respectivos lançamentos (OCA, 2016).

Tal fato aponta que, mesmo invariavelmente percebida por críticos de cinema como um produto cultural de gosto duvidoso, intelectualmente raso e de valor artístico menor (LIMA, 2010; MORIN, 1997), a comédia romântica desponta como o carro-chefe do ressurgimento cinematográfico nacional. É notável, também, a transformação no modelo de protagonismo que tais filmes apresentam: se, em seus primórdios hollywoodianos, tal gênero privilegiava a estória³ de um casal – cujos personagens tinham peso relativamente proporcional na narrativa –, os filmes dos quais tratarei alçam a mulher como motor principal dessas ficções.

Porém, é interessante constatar que a maioria dessas obras brasileiras não foi dirigida, roteirizada ou mesmo editada por uma mulher. Uma proposta contrária, por exemplo, da série *Sex and The City*: um marco audiovisual na apresentação de feminilidades em ascensão na

classe D entre R\$ 1.255 e R\$ 2.004, a classe C entre R\$ 2.005 e R\$ 8.640, a classe B entre R\$ 8.641 e R\$ 11.261 e a classe A acima de R\$ 11.262.

³ Ao longo deste trabalho uso os termos *estória* e *história*, porque entendo que cada um se refere a ideias diferentes: o primeiro seria relativo à criação de narrativas com viés ficcional; o segundo, como referente às grandes narrativas históricas, econômicas e culturais. Não irei adentrar na discussão a respeito do tema que, mesmo a macro-história, também é uma ficção – desejo apenas apontar a diferenciação utilizada.

sociedade de consumo e que contava com um quadro de mais de 90% de roteiristas do sexo feminino (HENRY, 2004). Que espécie de protagonismo estaria sendo construído, então?

Tal dado não é descartável no atual cenário global de crescente visibilidade das temáticas feministas. Um marco importante para esse contexto foi o discurso, na premiação do Oscar 2015, da ganhadora Patricia Arquette, que clamou por equidade de protagonismo na frente das câmeras – e de condições de trabalho atrás das mesmas (G1, 2015). A reação das mulheres contra o atual governo conservador de Donald Trump, presidente da maior potência mundial, também fez o feminismo ser notado em escala global (TVI24, 2017). Mais recentemente, no Globo de Ouro de 2018, houve o protesto de Natalie Portman, ao apresentar os nominados ao prêmio de melhor diretor – todos homens (SANDOVAL, 2018); assim como o discurso de *empoderamento* feminino, contra os abusos sexuais e racismo, pronunciado pela premiada, Oprah Winfrey (G1, 2018).

A 75ª edição do prêmio Globo de Ouro foi uma grande discussão sobre o movimento feminista, que vem causando uma reviravolta na indústria do cinema. O fim do assédio sexual no setor, dos *testes do sofá* exigidos das mulheres na época dourada, está em curso. Decidiu-se que o preto seria a cor da solidariedade com as vítimas que tiveram a coragem de falar, e essa foi a cor que dominou o tapete vermelho. Somaram-se a isso broches com a frase “Time is Up” (“o tempo acabou”) e contundentes declarações para os microfones. Se há uma mensagem nessa edição do Globo de Ouro é que as mulheres de Hollywood já não sorriem e se não calam (SANDOVAL, 2018).

Assim, em uma espécie de guerrilha midiática, as mulheres estão encontrando formas de dar visibilidade a abusos, falta de representatividade, racismo e iniquidade salarial na indústria cinematográfica americana. No Brasil, tal movimentação vem ganhando corpo de crescente evidência.

Em coletivos e páginas na internet, especialmente, as brasileiras do mercado audiovisual vêm se organizando. A página no Facebook, Mulheres no Cinema, por exemplo, se propõe a celebrar e divulgar o trabalho feminino no meio, e conta com 37.545 seguidoras. O grupo Mulheres no Audiovisual Brasil, também no Facebook, é um dos exemplos mais ativos: em 09 de janeiro de 2018, contava com uma comunidade de 16.191 profissionais da área, dispostas a pedir indicações de outras mulheres para trabalho; oferecer seus préstimos; debater temas de interesse, como o fim da iniquidade salarial; propor ações de melhoria para o setor; além de produzir dados sobre o mesmo, através de pesquisas organizadas na página.

Do grupo, nasceu o site Mulheres do Audiovisual, que pretende dar visibilidade, assim como “estabelecer uma plataforma de comunicação e de convergência entre as informações e

os registros (históricos e atuais) das produções audiovisuais de mulheres brasileiras” (MULHERES DO AUDIOVISUAL, 2016). Como o texto de apresentação da página manifesta:

As mulheres representam mais de 50% população brasileira, no entanto, ainda somos praticamente invisíveis nas produções artísticas nacionais. Segundo pesquisa estatística publicada em 2014 pelo Instituto Gemma sobre a produção audiovisual no Brasil, apenas 13,7% dos filmes produzidos aqui são dirigidos por mulheres, e esse dado se torna ainda mais assustador quando descobrimos que, entre essas diretoras, menos de 1% é de mulheres negras. A plataforma Mulheres do Audiovisual surge não somente como uma proposta à falta de visibilidade dos trabalhos dessas mulheres, mas também, como um importante registro sobre a História e a Memória da participação fundamental das mulheres na construção da cinegrafia nacional (*ibid*).

Há ainda o projeto do *site* Hysteria, dedicado a conteúdo produzido por e dirigido às mulheres – que evidencia um desconforto do gênero com relação ao que vêm sendo ofertado em termos de representatividade pela indústria massiva. O projeto nasceu dentro de uma das maiores e mais importantes produtoras de conteúdo audiovisual do país, a Conspiração Filmes.

Hysteria é uma plataforma de conteúdo sonhada, criada e produzida por mulheres. Nascemos dentro da Conspiração para amplificar nossas vozes e anseios por meio de vídeos, textos, *podcasts* e qualquer outro formato que surgir no meio do caminho. Somos uma ponte entre profissionais criativas e o mercado. Somos a equidade de gênero saindo da teoria e partindo para a prática. Somos um bando de manas cavando espaço para cada vez mais minas. Somos uma rede. Ambiciosas? Muito. Porque juntas vamos mais longe (HYSTERIA, sem data).

A liberação da primeira pesquisa realizada pela ANCINE que irá revisar e analisar a diversidade nas grandes telas brasileiras é um forte indicativo de que a mobilização das mulheres do setor audiovisual brasileiro está gerando frutos concretos. O resultado da análise foi divulgado em janeiro de 2018 e escancara que “o cinema brasileiro é masculino e branco” (MARTÍN, 2018), conforme denuncia o título da matéria no El País:

O Brasil é um país que não se vê nos filmes. É um enorme território miscigenado, preto, branco, indígena e pardo e com mais mulheres do que homens, mas cujo cinema é praticamente branco e masculino. Um exemplo: dos 142 longas-metragens lançados em 2016, 75,4% foram dirigidos por homens brancos. Outro dado: nenhum de todos esses filmes foi dirigido ou teve como roteirista uma mulher negra (MARTÍN, 2018).

A organização feminina no setor audiovisual encontra-se em sintonia com a emergência das temáticas feministas na sociedade brasileira como um todo, em especial a partir de 2015. Nesse ano ocorreu a chamada *Primavera das Mulheres Brasileiras* – uma onda de protestos contra a tentativa de parlamentares em dificultar o acesso ao aborto em casos de estupro (EL PAÍS, 2015). Ações no ambiente virtual, como as *hashtags* #naotiraobatomvermelho e #primeiroassedio, questionaram ainda a violência de gênero e ajudaram a popularizar termos como *sororidade* e *empoderamento* (BELLO, 2015).

Parece-me relevante apontar que esse processo de maior engajamento com os assuntos feministas, em especial por uma maior visibilidade e melhor representatividade da mulher, no Brasil, coincide com a chegada de Dilma Rousseff ao poder, em 2011. Segundo dados da BBC Brasil (2015), o país passaria, então, a integrar os aproximadamente 10% de governos mundiais que são chefiados por mulheres. Ter uma presidente à frente de um país historicamente machista possivelmente foi um fato que não passou incólume nem ao inconsciente coletivo da nação, nem ao setor de produção cultural nacional. O período abrangido pelo *corpus* deste trabalho, conforme me aprofundarei mais à frente, está, em sua maior parte, circunscrito no período de seus mandatos, que perduraram de 2011 a 2016 – e que, apesar de todas as polêmicas, marcaram uma nova fronteira de representatividade e poder feminino no país.

A despeito desse cenário ideologicamente efervescente, nas comédias românticas brasileiras, as questões que orientam o desenrolar das narrativas das protagonistas indicam beber de uma fonte mais conservadora, que desenha um arcabouço com expectativas de autorrealização profissional e afetiva comuns. Uma paisagem moral que, no fundo, parece admitir um único verdadeiro redentor: o amor. Porém, não se trata de *qualquer* amor, mas aquele alcançado no estabelecimento de uma relação heterossexual, monogâmica, monoétnica e entre dois indivíduos de uma mesma classe social. Um envolvimento, portanto, tradicional, cujo ápice seria o casamento. Um *amor merecido*, invariavelmente, após um árduo processo de autodescoberta e desenvolvimento pessoal/profissional – uma moral que viria a perceber após um ano e meio de aprofundamento nessa pesquisa.

Outro fato instigante na reafirmação do modelo tradicional de relacionamento é a atual conjuntura de diversidade afetiva disponível. Segundo pesquisa do IBGE, divulgada no site da EBC Brasil, o país registrou uma queda no número de matrimônios e aumento de divórcios em 2016 (CAMPOS, 2017). Vivemos uma crise dos casamentos de longo-prazo; aproveitar a vida como solteiro ou solteira encontra respaldo em diversos aplicativos de paquera; mais

pessoas optam por morar sozinhas nas grandes cidades; mais e mais se permitem experimentar uma sexualidade e afetividade para além da heteronormatividade e da monogamia. Matérias como “O Brasil está em crise (e a monogamia também)!” do site feminista Superela (2016) ou “Será o fim do tabu da monogamia?” da Istoé (2014), apontam um panorama no qual “o crescimento do número de casas de swing, de adeptos do poliamor e de casais que optam pelo relacionamento aberto coloca em xeque a exclusividade afetiva e sexual, o último dogma das relações conjugais” (ISTOÉ, 2014).

Tal multiplicidade de visões – que tem a vivência do *amor*, do *sexo* e da *individualidade* como base – vêm sendo discutida, nos últimos anos, também em inúmeros produtos audiovisuais. Há o desinibido *Amor e sexo*, da Rede Globo; o tradicional *The Love School*, da TV Record; o que propõe a ensinar como fisgar *O cara perfeito*, do Discovery Mulher; o que mostra o relacionamento entre pessoas transgênero, em *Liberdade de Gênero*, do GNT. Dada à diversidade afetiva possível nos dias atuais, a reiteração do modelo tradicional nas comédias românticas nacionais despertou o meu interesse em examinar esses artefatos comunicacionais com maior atenção.

Para além das justificativas de relevância contextual desta dissertação, parece-me importante delinear minha identificação íntima, profissional e acadêmica com as temáticas abordadas na mesma. Em primeiro lugar, sou mulher, branca, magra, de família da classe C-B, na faixa dos 30 anos e moro numa área nobre de uma capital no sudeste brasileiro – assim, vejo-me espelhada em termos étnicos e culturais nas protagonistas das comédias românticas nacionais.

Hoje percebo, também, ter sido fundamental o momento de vida no qual me encontrava no período de escolha desse objeto: havia acabado de me separar e vivia, intensamente, a *crise* causada pela perda do *sonho romântico* que esses filmes parecem insistir em reafirmar como o único elixir da felicidade feminina. Tal fato me causava muito desconforto na época, ao assistir essas obras, mas que ainda não conseguia entender exatamente a sua origem.

Fora esses aspectos de índole mais pessoal, desde 2008, trabalho como editora e diretora audiovisual – o que torna o processo de construção narrativa uma realidade cotidiana para mim e tema de meu interesse. Sei, pela minha vivência profissional, que cada produto cultural conta uma história, e que esta emite, invariavelmente, uma mensagem de cunho moral. Minha experiência profissional reforçou, portanto, o desejo de entender meu próprio incômodo ainda mais de perto.

Nesta feita, retomei a linha de estudos que integrava na graduação, desenvolvida pelo meu orientador, o professor João Freire Filho. Há dez anos, guiada por ele, pude contribuir para suas investigações sobre mídia, pedagogia do consumo e governabilidade neoliberal na construção de representações da adolescência feminina. Na época, pude trabalhar a questão dos discursos ambíguos a respeito do corpo magro nas revistas juvenis (FAVORETTO, 2007). No mesmo período, investiguei, em parceria com outras integrantes do Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação – NEPCOM –, a construção de uma *rock star* brasileira, posicionada como ícone para o mercado adolescente feminino (BAKKER; FAVORETTO; RIBEIRO, 2007). Ambos os objetos revelaram a existência de um conjunto de normatizações culturais direcionado às garotas que, por trás de um discurso que alternava os imperativos do cuidado de si, autoestima e autenticidade, as convocava a se alinhar a padrões conservadores de comportamento.

Dessa maneira, no mestrado optei por aprofundar as investigações sobre representações e produção de subjetividade – temas que também perpassam diversas pesquisas de Freire Filho. Acrescentei a esse escopo o estudo dos sentimentos: área a qual se dedica hoje meu orientador, como organizador do Núcleo de Estudos de Mídia, Emoções e Sociabilidade (Nemes), grupo do qual faço parte. Vista a emergência das temáticas feministas e a crise contemporânea do modelo afetivo tradicional (BAUMAN, 2004), nada me pareceu mais oportuno que investigar as representações do *amor* e seus construtos em obras que dialogam, culturalmente, com o público feminino.

Numa pesquisa realizada no banco de dissertações e teses da plataforma Capes, em 29 de janeiro de 2018, foram encontrados oito resultados para o uso do termo “pós-feminismo”, sendo apenas três realmente para a área de comunicação – o que evidencia abertura para trabalhos inovadores. Já o termo “feminismo” alcança mais do triplo de resultados, porém muitos se referem aos mesmos trabalhos de pós-feminismo. O tema “amor” possui 4172 resultados na plataforma, 131 em comunicação. Para “comédia romântica” foram encontrados 46 resultados na área.

A seleção de filmes para criar o *corpus* desta dissertação – *De Pernas pro Ar* (2010), *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014), *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014) e *Loucas pra Casar* (2015) – obedeceu a um recorte geográfico, temporal⁴, de gênero

⁴ Penso, hoje, esse recorte temporal como um período de transição entre o início de uma representatividade política feminina, com Dilma chegando à presidência do Brasil a um desejo de representatividade pulverizada e *empoderada* em diversas instâncias, após a Primavera de 2015 e a retirada dessa líder do poder. Essa conclusão a respeito do recorte foi um *insight* que ocorreu com o desenrolar da pesquisa – inicialmente, busquei apenas me

cinematográfico, de perfil de representação e de sucesso de público. Assim, os longas-metragens escolhidos foram produzidos no Brasil; lançados entre 2010 e 2015; são do gênero comédia romântica; com protagonista do sexo feminino, branca⁵, magra, da classe C-B e na faixa etária produtiva entre 35 e 40 anos; e todos tiveram um público pagante acima de 1.776.579 – quando, a partir de 1.000.000, a ANCINE já considera o filme brasileiro um sucesso (OCA, 2016).

A pergunta que deu origem à minha pesquisa já está no título deste trabalho: que protagonismo é este que está sendo construído nos filmes de comédia romântica brasileiros? A quem esse protagonismo se refere, a quem ele se destina, que valores primordiais ele articula – e como? Ou seja, me interessa as questões envolvidas na construção de um perfil de personagem principal para além de identificações puramente étnicas e socioculturais – sem, obviamente, perdê-las de vista.

Com base em autores especializados na criação de roteiros cinematográficos, como Syd Field (1997) e Robert McKee (1997), entendo que a personagem principal é uma criação narrativa em evidência, que articula motivações, expectativas e frustrações para essas personagens, inseridas em um contexto que espera algo delas, também. Assim, levando em consideração a estrutura narrativa fílmica tradicional, ampliei minha inquietação e a foquei em dois momentos-chave, que costumam orientar o sentido das histórias contadas: o que deixa essas protagonistas em *crise*⁶ e o que as fazem *felizes*.

Desses questionamentos iniciais, cheguei à hipótese que orientou este trabalho – e que se dobra sobre a ambivalência do *amor idealizado*, como lugar de *falta* ou de *êxito*: se, como apregoam boa parte das sinopses que compõe o *corpus* desta dissertação, tais filmes se posicionam como território ameno para discutir os “dilemas da mulher contemporânea”, por que o amor apontado como *final feliz* para esta remete a um imaginário construído no século XVIII? Entre tantas formas hodiernas de vivenciar os laços afetivos e sexuais, o que leva esse arranjo a prevalecer como representação da máxima felicidade feminina? Como o discurso

focar em um período de cinco anos no qual houvesse uma produção expressiva de filmes com o perfil de protagonismo estudado.

⁵ Quando propus o projeto e dei início à pesquisa, percebia esse recorte apenas com protagonista do sexo feminino, da classe C-B e na faixa etária entre 35 e 40 anos – a questão étnica e de magreza se evidenciou para mim com o desenrolar do trabalho.

⁶ A questão da *crise feminina* construída nesses filmes foi um dos marcos fundadores deste trabalho e estava presente na primeira versão do título, que se chamava “representações da *mulher em crise*: amor e pós-feminismo nas comédias românticas brasileiras”. O título foi modificado, por sugestão da banca de qualificação, por compreender que as minhas inquietações em relação ao objeto iam além desse momento constitutivo da narrativa fílmica, que costuma estabelecer uma *crise* no início da história, para impulsionar a mesma rumo a um *final feliz* (SYD FIELD, 2001).

feminista é apropriado por essas narrativas e como as mesmas se articulam ao contexto neoliberal existente no momento dessas produções?

A partir desse ponto de partida, após aproximadamente um ano e meio de pesquisa, cheguei a um novo elemento constitutivo para essa hipótese: o engajamento da protagonista com a produção de um *self* autônomo – comprometido com o aprimoramento de qualidades e sobrepujamento de imperfeições, capaz de gerenciar a própria vida de maneira eficiente – capacitaria a personagem a encontrar ou recuperar seu par romântico.

Tendo por base tais elementos, a dissertação possui como objetivos principais: analisar a derivação do cenário cultural romântico, a partir do século XX, na vertente cinematográfica das comédias românticas, identificadas como obras de gênero com fórmulas próprias, que articulam a concretização do amor ao imperativo do *final feliz*; examinar como o protagonismo verificado conjuga a emergência da mulher como ator econômico e político à ascensão dos discursos pós-feministas em um contexto neoliberal; e como tais representações estabelecem relações entre os significados de *crise e felicidade feminina* com o ideário do *amor* em um momento de aparente colapso da relação tradicional.

Meus objetivos secundários são: realizar um levantamento das *modulações culturais do amor* na história ocidental até a eclosão do *amor romântico*; traçar um panorama das *identidades* privilegiadas no contexto neoliberal, assim como suas definições de *felicidade e sucesso*; identificar como é criada uma nova *mitologia contemporânea de sucesso feminino*, com base na *indústria de autoajuda*; identificar os pontos de encontro e repulsa entre o *pós-feminismo* e o *amor romântico*; e delinear os cenários possíveis, criados nas comédias românticas, que representam *o que a mulher brasileira poderia esperar da experiência amorosa hoje*.

Usarei um referencial teórico composto, especialmente, por autores oriundos dos estudos culturais, dos estudos das emoções, da comunicação, dos estudos cinematográficos e da crítica feminista – como Stuart Hall (1997, 2003, 2016), Simon May (2012), Eva Illouz (1996, 2011, 2012) Freire Filho (2005, 2007, 2010a, 2010b, 2011), Laura Mulvey (1975), Ann E. Kaplan (1995), Angela McRobbie (2006) e Susan Faludi (2001). Parto da compreensão de que os produtos midiáticos se configuram como um dos principais espaços discursivos contemporâneos nos quais os significados de *crise e felicidade feminina* são construídos, conectados, defrontados e entendidos. Entendo também que as comédias românticas, como artefatos culturais, auxiliam na regulação do corpo social mediante a ativação de esperanças,

desejos e ansiedades dos indivíduos, inclusive com relação ao seu papel de gênero e, portanto, seu protagonismo (FREIRE FILHO, 2007, 2010a).

Como metodologia, utilizarei a análise textual do roteiro, das composições visuais e/ou sonoras dos filmes, assim como das sinopses e matérias vinculadas à obra audiovisual principal. Basearei-me no *circuito da cultura* proposto por Stuart Hall (1997), focando-me na articulação entre os momentos de *produção, representação e identidade*. Será levado em consideração, também, o enquadramento dos longas-metragens em um gênero cinematográfico específico e com estruturas discursivas próprias: o das *comédias românticas*.

É importante salientar, também, que meu lugar de fala é o de uma mestrandia de Comunicação, na linha de Mídias e Mediações, mas que possui uma relação próxima à formação em História. Fiz dois períodos de graduação na Unirio, em 2003, e esse olhar – que busca raízes em um contexto mais amplo – faz parte de como penso e como analiso meus objetos comunicacionais. Acredito que tal prática só venha a somar ao melhor entendimento dos mesmos, assim como de suas correlações aos macromodelos em vigência no momento de sua eclosão.

Começo minha explanação teórica indicando um dos conceitos fundamentais para este trabalho: o de *representação*. De acordo com o dicionário de filosofia organizado por Niccola Abbagnano (2007), o vocábulo de origem medieval indica imagem, ideia ou ambas as coisas. Seu uso teria sido iniciado pela tradição escolástica como um conceito de conhecimento que traduz “semelhança” ao objeto. Utilizarei, porém, a compreensão de *representação* trabalhada por Hall (1997), que a define como um momento-chave no processo de comunicação, a partir do qual os sujeitos são interpelados nos sistemas culturais – tal noção, no entanto, não deixa de derivar e se conectar às suas compreensões iniciais.

Hall entende que *cultura* se relaciona, fundamentalmente, com a produção e o intercâmbio de significados entre os membros de uma sociedade ou grupo. Já o antropólogo e filósofo francês Edgar Morin a concebe como um conjunto complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que colonizariam o indivíduo em sua intimidade e orientariam as emoções, além de incentivar e inibir certas qualidades humanas (MORIN, 1997) – tendo a me alinhar com ambos os autores.

Morin argumenta que, desde os primórdios do século XX, o cinema emerge como um meio que ajuda a definir e consolidar os principais valores e tendências culturais. Suas narrativas, personagens, atores e atrizes são idealizados de forma a se sintonizar com a

subjetividade da audiência e a propor “mitos de autorrealização, ideologias e receitas práticas para a vida privada” (*ibidem*, p. 90).

A proposta do antropólogo se inspira na mitologia grega, que apresentaria bases de interpretação, além de orientações práticas e morais, a respeito do funcionamento da vida como um todo (CAMPBELL, 1997). Os trabalhos de Morin a respeito dos mitos, lançados da década de 1950, são contemporâneos aos do sociólogo Roland Barthes, que trabalhou identificando uma mitologia burguesa, fundamentalmente midiática, na França daquele período (MORIN, 1970, 1989, 1997; BARTHES, 2001).

Os escritos de ambos foram realizados após a publicação do livro *O herói de mil faces*, em 1949, pelo escritor e mitólogo americano, Joseph Campbell. Nele, com base na psicanálise e na antropologia, o autor elabora a teoria do *monomito* – que seria uma narrativa basilar comum aos principais mitos de uma série de culturas ancestrais. O trabalho de Campbell influenciou diversos autores na escrita literária e na criação de roteiros para cinema, como na trilogia de George Lucas, *Guerra nas Estrelas* (VOGLER, 2006).

Não me proponho a fazer um trabalho de análise mitológica nesta dissertação, mas parto do pressuposto do valor e eficácia da reiteração de determinados modelos narrativos a fim de validar certas mensagens. Para tanto, o trabalho de Roland Barthes, ainda que eu não adentre na teoria semiológica proposta por ele, me parece levantar questões cruciais a respeito do que é e como funciona um mito. Para o sociólogo, o mito é uma intenção materializada na repetição de conceitos que tendem a eliminar a qualidade histórica das coisas, mesmo essas coisas participando da construção do mundo – uma mensagem que transforma história em natureza (BARTHES, 2001).

É com o intuito de desnaturalizar as narrativas basilares que retratam a experiência amorosa contemporânea, especialmente as relacionadas à mulher, o meu ponto de partida nesta dissertação. Assim, inicio a análise com a observação das sinopses dos filmes que compõem o *corpus* de meu estudo: as mesmas estão disponibilizadas no site da Globo Filmes e indicam as linhas de conflito em destaque em cada longa-metragem.

Em De Pernas pro Ar:

Alice é uma mulher *workaholic* que tenta se equilibrar entre a rotina do trabalho e a família. Depois de perder o emprego e o marido, Alice vai descobrir com a ajuda da vizinha Marcela que é possível ser uma profissional de sucesso sem deixar os prazeres da vida de lado. O filme discute com leveza e humor os deliciosos conflitos das mulheres modernas (GLOBO FILMES, 2010).

Já em Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou:

Fernanda é um exemplo da mulher do terceiro milênio, livre em suas escolhas, independente... e com dificuldades de encontrar um marido. Assim como suas contemporâneas, Fernanda abandonou a vida pessoal para se dedicar à carreira e agora acha que a situação afetiva é emergencial. Estar solteira aos 39 é bem diferente de estar solteira aos 29, afinal “óvulo tem prazo de validade!” (GLOBO FILMES, 2014).

S.O.S. Mulheres ao Mar apresenta uma mulher:

Desiludida com o fim de seu casamento, Adriana decide reconquistar o ex-marido Eduardo, embarcando no mesmo cruzeiro onde ele está com a nova namorada, uma estrela de novelas. Motivada pelo livro de autoajuda “SOS – Salvando um Sonho”, Adriana leva no navio a irmã, Luiza, e a empregada, Dialinda. Decididas a arruinar a viagem de Eduardo, essas três mulheres acabam descobrindo caminhos novos e surpreendentes para suas vidas (GLOBO FILMES, 2014).

Em Loucas pra Casar:

Na trama, Ingrid Guimarães interpreta Malu, uma mulher que sonha em se casar com seu namorado (Marcio Garcia). Após contratar um detetive particular para tentar descobrir porque ainda não foi pedida em casamento, ela descobre que Samuel tem duas outras pretendentes: a dançarina de boate Lucia (Suzana Pires) e a carola Maria (Tatá Werneck). As três começam uma verdadeira guerra pelo mesmo homem (GLOBO FILMES, 2015).

Ao analisar a construção narrativa das sinopses é possível rascunhar um perfil comum de representação a essas protagonistas: uma mulher independente, que prioriza a vida profissional em detrimento da pessoal; mas que se preocupa em ser mãe, em casar, em não ser trocada por outra mulher, em não perder o marido. Que se encontra pressionada entre as demandas de trabalho e uma vida pessoal que caminha para o colapso. E que busca, finalmente, reinventar-se a partir da crise.

De acordo com o *Dicionário Aurélio*, encontramos como significados de *crise*: “manifestação súbita, inicial ou não, de doença física ou mental”, “manifestação repentina de ruptura do equilíbrio”, “fase difícil, grave, na evolução das coisas, dos acontecimentos, das ideias” e a mais interessante para este trabalho – a “manifestação violenta de um sentimento” (FERREIRA, 2004). Pude concluir, pelas resenhas, que as crises nos filmes selecionados se dão, principalmente, pela ausência de um sentimento ou por um sentimento não correspondido – o amor. As fases difíceis nessas narrativas seriam, dessa forma, motivadas pelo receio ou vivência da *solidão* e/ou *rejeição afetiva*. Tais noções de “ruptura do equilíbrio” retratadas nas sinopses estão intimamente ligada ao próprio gênero das comédias românticas. Nessa vertente cinematográfica, o *amor romântico*, finalmente concretizado em

um arranjo estável heterossexual e monogâmico, costuma ser o único *final feliz* que realmente importa – a ausência do mesmo indicaria a crise da personagem, portanto.

O filósofo americano Robert C. Solomon (1991) argumenta que o *amor romântico*, como qualquer sentimento, é formado por sensações, crenças e julgamentos com raízes históricas. No caso da visão amorosa romântica, ela estaria intimamente atrelada às noções, surgidas na sociedade burguesa, de cultivo da privacidade, de autonomia individual e de um *eu interior* “autêntico”.

O amor romântico só se tornou adulto quando as sociedades recém-industrializadas e criadoras do anonimato alimentaram a independência econômica e o isolamento social da família nuclear; quando foi concedida a mulheres e homens uma considerável margem de escolha pessoal na formação de parcerias conjugais; quando as narrativas românticas difundiram o evangelho do amor para uma multidão de mulheres da classe média (enquanto o amor cortês tinha sido privilégio de algumas poucas heroínas aristocráticas) e, o que é mais importante filosoficamente, quando o contraste entre amor sagrado e amor profano se esfacelou e foi sintetizado numa forma secular, como tantas outras ideias o foram no Iluminismo. (SOLOMON, 1991, p. 505-506 *apud* FREIRE COSTA, 1998, p.203).

Para a lógica romântica burguesa é o amor que provê o sentido de pertencimento ao indivíduo. O sentimento ajudaria, ainda, no desenvolvimento da capacidade individual de gerência sob a própria vida, já que a partir desse momento seria concedido às pessoas o poder de *escolher* seus parceiros – fato razoavelmente inédito na história da humanidade (*ibidem*).

No século XIX, primeiro a sentir os efeitos de uma produção em larga escala, o mercado literário atingiria níveis de alcance de público jamais vistos até então. O gosto por romances voltados ao público feminino passaria a ser estimulado pela indústria, ainda que pais e maridos torcessem o nariz por considerar tais obras excessivamente fúteis e desconectadas da realidade. Assim, o cultivo dos sentimentos amorosos atrelados ao exercício imaginativo foi enquadrado em uma perspectiva que enxerga as pretensões afetivas românticas como algo feminino em sua “essência”, frívolo frente à realidade da vida prática, das grandes decisões que concerniam, naquele momento, exclusivamente aos homens (ILLOUZ, 2012).

Subproduto desse contexto e com uma prosa de fácil assimilação, a comédia-romântica se consolidaria como uma vertente leve, “açucarada”, *melange* de amor e humor para entreter os corações femininos. Mesmo diversas vezes escrita por nomes prestigiados da literatura – como William Shakespeare, Jane Austen e Oscar Wilde – era considerada “menor” frente às grandes narrativas clássicas, geralmente dramáticas.

Assim como sua vertente literária, o gênero cinematográfico das comédias românticas foi identificado a uma forma simplista de expressão, abordando temáticas classificadas como pueris e femininas, sendo considerado diversas vezes sem grande valor cultural. Mesmo assim, as *romcoms* se tornaram *hits* de sucesso nos EUA desde a popularização do som no cinema e sua produção se manteve firme, com resultados majoritariamente lucrativos, desde então (LIMA, 2010; NOGUEIRA, 2010).

Em linhas gerais, o gênero tem como motor narrativo central a busca pelo amor, missão esta tratada de forma leve e bem humorada (KAKLAMANOUDOU, 2013) e tende a massificar o desfecho do *final feliz* – usualmente representado pelo casamento entre um homem e uma mulher, de uma mesma classe social e etnia. A junção moral *casamento-felicidade* se torna, dessa forma, o núcleo afetivo do novo imaginário cultural midiático, da mesma maneira que a *solidão* passa ser compreendida, em contraponto, como um estado de *crise e infelicidade*, especialmente para a mulher (MESSA, 2007).

Nesse momento, surge também o que o antropólogo francês Edgar Morin (1997) chama de *herói simpático*. Diferentemente do *herói trágico* ou *lastimável*, ele é ligado identicamente ao espectador, por semelhanças no modo de se viver, se vestir e se portar, gerando assim, empatia na audiência. Tal identificação seria reforçada pelo pano de fundo também crível: ao contrário dos grandes dramas predecessores, que recorriam não raro a contextos pomposos, a comédia romântica se desenrolaria em um cenário cotidiano para o cidadão médio ocidental, em especial o americano (MORIN, 1997).

Esse processo, estimulado pelas narrativas cinematográficas, se referencia a *identidades* privilegiadas na cultura de consumo do contexto de *produção* dos filmes. Nesta dissertação, examino o caso específico das identidades femininas incentivadas por esse meio massivo através de *estereótipos* que fixam a diferença entre o que é considerado “normal” e o que é “desviante” (DYER, 1977). No aprofundamento da pesquisa, pude perceber que essa tipificação se baseia, no contexto de produção neoliberal, em uma mescla de valores tradicionais arraigados no ideal de *amor romântico* – em especial o imaginado por Rousseau – na *cultura de consumo* e na perspectiva empreendedora de *autoajuda* (TAYLOR, 2005, 2011; FREIRE FILHO, 2010b).

A estereotipação indicada possui uma relação dialética com o modelo de *nova mulher* (LEAL, 2015) surgido no final da década de 1980: vaidosa; instruída; bem-sucedida na vida profissional, sexual, afetiva e familiar; possuidora de um *self empoderado* e um estilo de vida com grande potencial mercadológico. A *mulher poderosa* (*ibidem*) passaria a ser alardeada

em diversas instâncias midiáticas como o perfil de sucesso forjado por uma noção de poder feminino em sintonia com o seu tempo. Se, especialmente durante os anos 90 e primeira década dos 2000, o modelo feminino em evidência era o da *mulher poderosa* – alinhada com a ideologia *yuppie*⁷ americana, que valorizava cargos executivos em grandes corporações – o que os filmes parecem indicar é uma revisão desse modelo, uma *atualização do mito de sucesso feminino*, portanto.

Assim, na emergência da cultura neoliberal, que favorece explicações individualistas de sofrimento e felicidade humanas (FREIRE FILHO, 2010b), eclodem novas propostas de reflexão e representação do papel da mulher. Repleto de contradições, o conceito de *pós-feminismo* surge, desta maneira, na interseção e hibridização de meios de comunicação massivos, da cultura de consumo, da política neoliberal, das teorias pós-modernas e, significativamente, do feminismo (GENZ, BRABON; 2009). Definido por Rosalind Gill (2007) mais como uma sensibilidade do que um movimento ou uma teoria uníssona, o *pós-feminismo*, a partir de 1990:

Propõe uma agenda que reabilita, social e politicamente, ações e artefatos que a “anacrônica” “ortodoxia” feminista renegara – “usar batom não é mais repulsivo, noções de identidade se distanciaram de um eixo racional/ moral e são muito mais profundamente informadas por ideias de *performance*, estilo e desejo” (Brunsdon, 1997:85). De maneira descontraída, as pós-feministas enfatizam a importância das escolhas individuais de estilo de vida e dos prazeres e poderes proporcionados pelo engajamento, devidamente habilitado, com ingredientes básicos da indústria da feminilidade (FREIRE FILHO, 2007).

Angela McRobbie e Judith Butler, ambas críticas feministas, propõem que o *pós-feminismo* pode ser compreendido como um “duplo enredamento” (BUTLER, 2000 *apud* MCROBBIE, 2006) que acarretaria na coexistência de valores neoconservadores em relação a gênero, sexualidade e vida familiar. Dessa forma, em um contexto no qual as premissas básicas feministas já haviam sido divulgadas, emergiria um novo léxico fundamentado em noções como escolha, prazer, independência, reinvenção, amor e autoestima.

⁷ “*Yuppie* é uma expressão inglesa que significa ‘Young Urban Professional’, ou seja, Jovem Profissional Urbano. É um termo usado para se referir a jovens profissionais entre os 20 e os 40 anos de idade, geralmente de situação financeira intermediária entre a classe média e a classe alta. Os yuppies em geral possuem formação universitária, valorizam bens materiais, trabalham em suas profissões de formação e seguem as últimas tendências da moda. O termo também passou a ser utilizado no Brasil e em Portugal sem tradução, e com o mesmo significado adotado na língua inglesa. O termo *yuppie* descreve um conjunto de atributos e traços de comportamento que vieram a constituir um estereótipo que se acredita ser comum nos EUA, Inglaterra e vários outros países do Ocidente”. Dados retirados de <https://www.significados.com.br/yuppies/>. Acesso em 29/01/2018.

As comédias românticas tiveram um papel central na construção desse cenário de possibilidades pós-feministas. Produtos audiovisuais – como os seriados americanos *Ally Macbeal* (1997) e *Sex and the City* (1998), além das *romcoms* protagonizadas por *Bridget Jones* (2001; 2004; 2016) – se mostraram essenciais na disseminação de novas identidades femininas para consumo.

As heroínas “verossímeis” passaram a retratar problemas considerados pertinentes às mulheres contemporâneas, além de indicar possíveis soluções para uma estória de superação e sucesso. Dessa forma, a sensibilidade pós-feminista oriunda do clima neoliberal influenciaria a perspectiva política e ideológica presente nos filmes, contribuindo para moldar as narrativas pessoais disponibilizadas pelos mesmos (GERAGHTY, 2011 *apud* KAKLAMANOUDOU, 2013).

Assim, tendo com objetivo principal desenvolver as conexões entre as representações do protagonismo feminino nas comédias românticas brasileiras, o ideário do *amor romântico* e o *pós-feminismo* em um ambiente *neoliberal*, a dissertação se organizará em quatro capítulos.

No primeiro capítulo, apresento de maneira mais detalhada meu objeto de análise. Para tanto, esmiúço a metodologia usada; incluo dados sobre o núcleo criativo principal das películas, assim como sua divisão segundo gênero; abordo a discussão sobre os testes de representatividade feminina que vêm sendo compilados nas últimas décadas e aplico os mesmos aos filmes; apresento a perspectiva de narrativa em três atos principais, que me permite adotar um parâmetro de identificação dos momentos-chave do discurso fílmico; e resumo as obras analisadas a partir desse entendimento.

No segundo capítulo, trato das grandes transformações na moral do amor até o surgimento do *amor romântico*, no século XIX, fruto da sociedade burguesa moderna. Avalio a conjugação desse afeto com uma indústria cultural florescente (a literária) e um público específico (o feminino), que irá estimular uma nova sensibilidade, em estreito diálogo com uma divisão de gênero da esfera pública.

No terceiro capítulo, debato a respeito do surgimento da indústria cinematográfica no exterior e no Brasil; o aburguesamento do imaginário coletivo e seu estímulo à estética da verossimilhança; assim como as implicações desse cenário para o mercado de representações culturais disponíveis. Discorro sobre o surgimento do gênero cinematográfico das comédias românticas e suas imbricações com o público feminino; analiso a serialização e tipificação no cinema – responsáveis por produzir modelos de feminilidade para consumo; e examino as

críticas feministas em relação a essa padronização. Por fim, investigo as mutações ocorridas no cinema após os movimentos de maio de 1968 – no mundo e em solo brasileiro; e finalizo com uma seção sobre o contexto de eclosão da indústria cinematográfica nacional a partir da chamada “retomada”, após a Lei do Audiovisual.

No quarto capítulo, apresento algumas das diferentes noções de *identidade* e *sujeito* formuladas desde a Modernidade até a contemporaneidade; delinco o conceito de *felicidade* em um contexto neoliberal, seu atrelamento à cultura terapêutica e dessas às narrativas de superação, em especial na vertente audiovisual. Faço também uma breve retrospectiva da segunda onda feminista e o papel de relevância, primordialmente econômica, que a mulher alcança a partir de então. Abordo, finalmente, a sensibilidade pós-feminista e a jornada da heroína *empoderada* no engajamento com o seu próprio *self* como forma de tornar-se merecedora de um grande amor.

2. CAPÍTULO 1: UMA VISÃO GERAL DA ABORDAGEM

Neste capítulo, apresentarei a metodologia na qual me baseio para o exame teórico deste trabalho: uma análise textual pautada no *circuito da cultura*, com foco na articulação entre a produção, as representações e as identidades privilegiadas pela cultura neoliberal. Incluirei dados sobre o núcleo criativo principal dessas películas e sua divisão segundo gênero, permitindo, dessa forma, uma reflexão mais atenta a respeito dos textos produzidos sobre a mulher, assim como os significados de *crise e felicidade* atrelados à mesma.

Apesar de seu caráter *pop*, incorporarei a discussão sobre os testes de representatividade feminina que vêm sendo compilados nas últimas décadas, e que partem, basicamente, de coletivos feministas e de fãs de ficção. Eles parecem fazer uma óbvia declaração da insatisfação perante o rarefeito e problemático protagonismo da mulher nos produtos culturais – assim como da valorização de personagens femininas fortes, que abrem outros caminhos discursivos para além dos territórios da busca pelo amor heteronormativo e da maternidade.

Com relação aos longas-metragens, proponho a perspectiva de construção narrativa em três atos principais, que me permite adotar um parâmetro de identificação dos momentos-chave no discurso fílmico. A partir desse entendimento, resumirei as quatro obras que compõe o *corpus* da dissertação.

2.1 O *circuito da cultura*

Ana Carolina Escosteguy aponta que o protocolo teórico-metodológico proposto pela matriz britânica dos *estudos culturais* em Stuart Hall (2003) – assim como em Richard Johnson (1999) e na latino-americana, em Martín-Barbero (2003) – reivindica uma visão global e complexa do processo comunicativo. Tal perspectiva se fundamenta na ideia de integração do espaço da produção e da recepção (ESCOSTEGUY, 2007).

A filiação do sociólogo jamaicano, Stuart Hall, à escola inglesa de Birmingham, pós-marxista, fica evidente na adoção do *circuito da cultura* (DU GAY *et al.*, 1997) – que parte de uma analogia ao modelo de produção de mercadoria proposto por Marx. Hall, porém, rejeita o economicismo, o pequeno espaço destinado à cultura, à ideologia e ao simbólico, além do eurocentrismo implícito no paradigma de transformação capitalista marxista.

O *circuito da cultura* se fundamenta em cinco etapas: *produção, representação, identidade, consumo e regulação* – ao mesmo tempo independentes e articuladas entre si. Nesta dissertação, me focarei nas fases de produção, representação e identidade nas comédias românticas que compõe o *corpus* de minha pesquisa⁸.

De acordo com o teórico jamaicano, *cultura* seria mais que um simples conjunto de coisas – novelas, músicas, fotografias, comédias românticas, etc. –, mas sim um composto de práticas que diz respeito à produção e ao intercâmbio de sentidos entre os membros de uma coletividade ou sociedade (HALL, 2016). Fazer parte da mesma cultura significa, sob esse ângulo, que um grupo interpreta o mundo de maneira semelhante, que seus indivíduos podem expressar suas idéias e emoções de forma que um compreenda o outro, proporcionando aos mesmos uma noção de *pertencimento*.

Conforme exposto na introdução, tal visão dialoga, em parte, com a do sociólogo e filósofo francês Edgar Morin (1997), cujo trabalho se desenvolveu no final da década de 1950. Hall argumenta, ainda, que toda cultura ou sociedade inclina-se a impelir suas classificações do mundo cultural, social, e político. “Essas classificações constituem uma ordem social dominante, apesar de esta não ser nem unívoca nem incontestável” (HALL, 2003, p. 396). Dessa maneira, os significados culturais coíbem ou estimulam práticas sociais, influenciam nossa conduta e produzem efeitos concretos em nossas vidas.

Assim, para Hall, a cultura é uma produção – tem sua matéria-prima, seus recursos, seu trabalho produtivo. Nesse sentido, a produção cultural é entendida como um local crítico da ação social e de intervenção, onde as relações de poder são tanto estabelecidas quanto potencialmente instáveis devido às disputas por sua hegemonia.

Para o sociólogo, o ambiente cultural se refere a sentidos construídos e compartilhados pela linguagem. Através dela, os signos e símbolos – que podem ser sons, palavras, notas musicais, imagens eletrônicas e até objetos – significam ou representam para outras pessoas aquilo que lhes queremos comunicar: sejam idéias, conceitos ou sentimentos. Dessa forma, em uma cultura, o sentido é, em parte, produzido pela maneira como representamos as coisas:

As palavras que usamos para nos referir a elas, as histórias que narramos a seu respeito, as imagens que dela criamos, as emoções que associamos a elas, as maneiras como as classificamos e conceituamos, enfim, os valores que nelas embutimos (HALL, 2016, p.21).

⁸Infelizmente, não havia tempo hábil para conseguir abarcar as etapas de regulação, e principalmente, de consumo, durante a pesquisa de mestrado. Pretendo trabalhar com o *circuito da cultura* completo no projeto de doutorado.

Logo, para o teórico jamaicano “damos significado às coisas pela forma como as representamos” (HALL, 1997, p.3), tendo as palavras, histórias, imagens, emoções, conceitos e valores agregados a essas coisas – objetos, pessoas ou eventos – um papel fundamental no processo de significação das mesmas. Com relação à representação, as críticas feministas Lorraine Gamman e Margaret Marshment corroboram com a visão de Hall, afirmando que é da cultura de massa que a maioria das pessoas em nossa sociedade recebe as definições dominantes de seus respectivos papéis sociais, inclusive e, sobretudo, os de gênero (GAMMAN e MARSHMENT, 1988 *apud* STOREY, 2015).

Tais noções serão essenciais para examinar o contexto de produção das obras cinematográficas; as representações dominantes de protagonismo; os significados de *crise* e *felicidade* construídos para as heroínas; os modelos identitários aclamados pela cultura neoliberal e o *pós-feminismo*; e a concretização de práticas subjetivas e de consumo relacionadas ao *amor romântico*.

2.2 Dados da equipe criativa

“Tudo o que os homens escreveram sobre as mulheres deve ser suspeito, pois eles são, a um tempo, juiz e parte” (DE LA BARRE *apud* BEAUVOIR, 1970). A frase do poeta francês é uma das que dá início ao prólogo do *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir. Ainda que se refira ao registro literário, tal reflexão pode ser aplicada a todas as produções midiáticas, inclusive a cinematográfica. Com relação especificamente ao território da “sétima arte”, a atriz e produtora americana Reese Witherspoon proferiu um discurso potente na premiação *Women of the Year*, em 2015⁹. Nele, Reese afirma o quanto detesta ler roteiros nos quais não há mulheres envolvidas na sua feitura, já que essa ausência geraria uma sucessão de clichês que tendem a subalternizar e infantilizar a capacidade feminina.

Devido à tendência do mercado em reproduzir a estrutura dominante, ainda patriarcal (HALL, 1997), a atriz montou uma produtora especializada em contar histórias sobre mulheres, escritas e realizadas por equipes que contenham mulheres. Reese dá uma importância especial ao roteiro como lugar no qual o olhar, temáticas e abordagens de fato femininas são impressas.

⁹ Dados retirados de https://www.facebook.com/glamour/videos/10155637551490479/?hc_ref=ARS4tQc4yL76HxP0aBIfkB3gpRRo cBIqWycmv3UKGsBqncdrNrKyVhz- kPj3vacjHA. Acesso em 02/11/2017.

Geena Davis, ganhadora de um Oscar como atriz coadjuvante, sempre questionou os motivos pelos quais a presença feminina em produções audiovisuais era tão menor que a masculina. Com o intuito de responder a essa questão, ela criou o Geena Davis Institute, que se dedica a analisar filmes para medir o quanto e como mulheres são representadas nesse meio. Em uma pesquisa em parceria com o Google e lançada em 2017, 100 produções americanas de maior bilheteria entre 2014 e 2016 foram examinadas. O resultado evidenciou a hierarquia de gênero que impera nas representações:

A presença feminina é esmagadoramente menor do que a masculina nas produções analisadas, ainda que filmes protagonizados por mulheres, segundo o estudo, rendam 16% a mais, em termos de bilheteria, do que os estrelados por homens. O tempo de tela das mulheres, calculado em relação à duração das produções, é de apenas 36% nos 100 filmes analisados. Já o tempo de fala das atrizes é de 35%. A pesquisa separou os dados por gênero. O terror é o único em que as atrizes aparecem mais do que os atores, com 53%. Nessa categoria, personagens femininas costumam ser retratadas como históricas e desesperadas. O terror é seguido pelo romance e pela comédia, que contam, respectivamente, com 45% e 40% de tempo de tela para as mulheres. O estudo analisou filmes premiados com o Oscar 2015 em todas as categorias. O resultado também revela a disparidade. Nos vencedores, o tempo de tela das mulheres é de apenas 32%, o de fala alcança 27% (DE PAULA, 2017).

A pesquisa aponta que a hierarquia de gêneros também se aplica aos cinematográficos: a mulher ter maior visibilidade nos filmes de terror e romance (no qual se inserem as comédias românticas) diz sobre os territórios simbólicos que a cultura falocêntrica a permite reinar.

De acordo com o trabalho de Karla Holanda, *Da história das mulheres ao cinema brasileiro de autoria feminina* (2017), no país, as mulheres ainda fazem menos filmes que os homens, embora cada vez produzam mais. Porém, os filmes das diretoras geralmente não chegam às grandes salas e circuitos, o que os exclui de maiores bilheterias ou públicos, alcançados pelo cinema dito “comercial”¹⁰. Segundo Holanda, esse cenário não seria exclusivo da indústria nacional brasileira: “na história do cinema, assim como na história em geral, como defende Joan Scott, a parte concernente às mulheres não está suficientemente contemplada” (HOLANDA, 2017, p. 1).

Em território brasileiro, conforme já evidenciado, a vontade por protagonismo da mulher na indústria cinematográfica também vem ganhando força. Como afirma Inês Castilho, jornalista, curtametragista e ativista feminista:

¹⁰ Esse foi o perfil de cinema contemplado pela pesquisa divulgada pela ANCINE, em janeiro de 2018.

Em meio à multiplicação de grupos feministas e do peso político alcançado pelas manifestações de mulheres no Brasil, o cinema começa a ganhar centralidade. Entre pés na porta, câmeras na mão, lutas e resistência contra o machismo, racismo e sexismo, mulheres estão ocupando todos os campos do audiovisual e questionando seus lugares históricos no setor: da representação no cinema aos papéis e cargos que desempenham nas relações de trabalho (direção, fotografia, roteiro e mais), passando pela crítica e curadoria de festivais (CASTILHO, 2017).

Mas será que tal estímulo se aplica também à indústria cinematografia massiva realizada no país, majoritariamente, pelo oligopólio de mídia *Globo Filmes*? No caso das obras que compõe o *corpus* deste estudo (todas do conglomerado supracitado) há apenas protagonistas femininas – mas como se divide a equipe de criação desses longas-metragens?

Com relação ao roteiro, dois dos filmes possuem uma equipe totalmente masculina – *De Pernas pro Ar* (2010) e *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014). *Loucas pra Casar* (2015) possui um time misto, porém o roteirista que vem em primeiro plano, ou seja, que chefia a equipe, é homem. Já *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014) foi escrito apenas por mulheres e originado de uma peça teatral de autoria de Monica Martelli, que faz a personagem principal. Ainda é interessante constatar que dos quatro filmes, três contam como roteirista principal Marcelo Saback¹¹, indicando uma tendência da indústria em criar e buscar profissionais especializados em criar determinado tipo de narrativa.

No que tange à direção, dos quatro filmes apenas um foi dirigido por uma mulher: *S.O.S. Mulheres ao Mar*, por Cris D'Amato – diretora oriunda da televisão. *De Pernas pro Ar* e *Loucas pra Casar* foram dirigidos por Roberto Santucci, que vem se especializando em comédias e comédias românticas. *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* foi dirigido por Marcus Baldini, que tem passagem pela *MTV* e dirigiu o sucesso *Bruna Surfistinha* (2011).

No departamento de montagem, que é a etapa na qual se dá o tom final da narrativa, todas as películas foram editadas por homens – sendo três pelo montador Marcelo Moraes. Ou seja, mais um caso de especialização em construir determinado gênero de narrativa, mesmo que seja a respeito do gênero oposto.

Assim, com base nos principais cargos de criação (roteiro, direção e montagem) das obras analisadas – filmes que se propõe a tratar sobre a vida de mulheres, seus dramas e anseios –, apenas 16% detém algum protagonismo em cargos-chave atrás das câmeras.

¹¹ Marcelo Saback é o roteirista de filmes como, “S.O.S.: mulheres ao mar”, “De pernas para o ar 1 e 2” e “Divã”. Dados retirados de <http://extra.globo.com/tv-e-lazer/telinha/marcelo-saback-estreia-como-autor-de-novela-13344221.html#ixzz4XT2jgIKK>. Acesso em 02/11/2017.

Conforme apresentado na introdução, tal quadro está em sintonia com a pesquisa divulgada pela ANCINE, na qual “dos 142 longas-metragens lançados em 2016, 75,4% foram dirigidos por homens brancos” (MARTÍN, 2018). Que protagonismo feminino seria construído em tal cenário?

2.3 Os testes de representatividade feminina

As assimetrias de gênero na produção simbólica popular vêm impulsionando a formulação de bases para analisar e comparar dados de representação de seres humanos reais e fictícios. Sobre esse tema, a geógrafa, professora e mestra Amanda Hoelzel (2017), administradora do site *nerd-feminista* Momentum Saga, atuando sob o codinome Lady Sybylla, fez um compilado dos mais relevantes: o Teste de Bechdel, o Teste Mako Mori, o Teste Tauriel e o Teste do Filme Feminista – todos criados a partir da década de 1980. Apesar do caráter *pop* de tais provas, alguns artigos e livros acadêmicos recentes já incluem essas categorias em suas discussões sobre comunidade de fãs e desejo por representatividade, evidenciando a atualidade da questão. Esse é o caso do trabalho de David Garcia sobre o Teste Bechdel (GARCIA *et al*, 2014), Cait Coker a respeito do Teste Mako Mori (COKER, 2017) e Carolyn Michelle acerca do Teste Tauriel (MICHELLE *et al*, 2017).

O Teste de Bechdel teria sido formulado em 1987, pela cartunista norte americana Alison Bechdel, responsável pela criação da famosa tirinha *Dykes do Watch Out For*. O exame consiste em avaliar três pontos nos filmes: que eles tenham ao menos duas personagens femininas; que elas conversem entre si em alguma cena; que o diálogo seja sobre algo além de homens (GARCIA *et al*, 2014; HOELZEL, 2017). Dos filmes que analiso neste trabalho, apenas *De Pernas pro Ar* passa no exame.

O Teste Mako Mori foi inspirado no filme *Pacific Rim* (2013), ou *Círculo de Fogo*, em português. De acordo com Hoelzel, Mako Mori é uma personagem forte que busca livrar-se da figura paterna, porém não seria aprovada no Teste de Bechdel. Tal fato haveria gerado grande discussão nos grupos sobre ficção científica e feminismo na internet – até que uma usuária do Tumblr sugeriu a formulação do Teste Mako Mori. Ele demandaria que o filme se encaixasse no seguinte recorte: tivesse ao menos uma personagem feminina; que ela tivesse seu próprio arco narrativo; e que esse arco não existisse para dar suporte a uma estória

masculina – como no caso da *Manic Pixie Dream Girl*¹² (COKER; HOELZEL, 2017). Nesse teste, todos os quatro filmes analisados são aprovados.

Segundo Hoelzel, o Teste Tauriel seria enganosamente simples e demonstraria como as mulheres estão mal representadas na mídia em geral. Tauriel é uma personagem que não existe no original do livro *O Hobbit*, mas foi inserida no filme – o que teria causado revolta no público masculino por “estragar a estória”. Ao contrário dos rapazes, a audiência feminina teria se identificado com a competente guerreira – assim, o filme, para passar no Teste Tauriel precisaria ter ao menos uma mulher e que esta fosse competente no que faz (MICHELLE *et al*; HOELZEL, 2017). Novamente, todas as obras que compõem o corpus desse trabalho passam na prova.

Hoelzel ainda cita o Teste do Filme Feminista, criado pelas autoras do blog *Women in Wetlands*, em algum momento impreciso, anterior a 2011. Esse teste consistiria em: ter uma protagonista feminista; que esta não morresse durante o filme; que conseguisse concluir sua missão; e que não contasse com a intervenção de nenhum homem para salvá-la, morrer por ela ou algo similar (HOELZEL, 2017). Pensando numa salvação simbólica, apenas *Loucas pra Casar* (2015) e *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014) conseguem passar, pois neles, a transformação da mulher aconteceria a partir de um mergulho pessoal, individualizado – e não fomentada pelo amor do homem, como evidenciarei na sessão de resumo dos filmes.

Os filmes analisados passarem na maior parte dos testes demonstra quão complexa é a tarefa de buscar avaliar um real protagonismo feminino nessas e em outras narrativas. Até que ponto a verossimilhança criada nesses produtos culturais, inclusive com base em pesquisas de mercado¹³ e grupos focais, realmente atende aos anseios femininos por equidade?

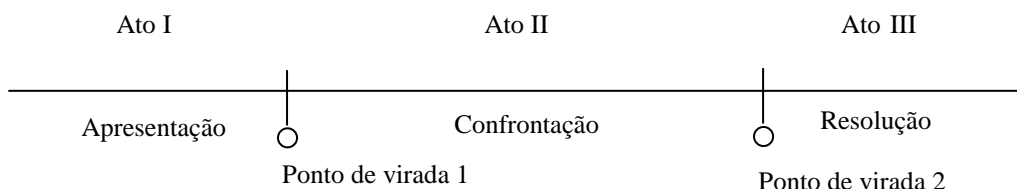
2.4 A narrativa em três atos

¹² *Manic Pixie Dream Girl*, segundo o site de notícias Vix, é a personagem machista disfarçada de “garota ideal”. O termo teria sido cunhado, em 2005, pelo crítico de cinema Nathan Rabin quando fez uma análise da comédia romântica *Tudo Acontece em Elizabethtown*. O crítico identificou na personagem de Kirsten Dunst, um estereótipo utilizado em dezenas de filmes e que representa um imaginário sexista e problemático. Caminhando na contramão das “femme fatale”, que fizeram muito sucesso no cinema ao longo das últimas décadas, as “manic” parecem até garotas comuns, meio desajustadas, solitárias e discretas, apesar do espírito selvagem. Dados retirados de <https://www.vix.com/pt/cinema/543246/manic-pixie-dream-girl-a-personagem-machista-disfarçada-de-garota-ideal>. Acesso em 11/12/2017.

¹³ “Uma história clara e de personagens profundos, capazes de levantar discussões pertinentes e, ainda assim, render uma boa dose de entretenimento. Em linhas gerais, essas parecem ser as principais características esperadas pelo público em um bom filme nacional. Mas, dependendo de inclinações pessoais, as opiniões podem divergir. É o que revela um projeto que oferece sessões de teste para filmes que ainda não estrearam”. (RODRIGUES, 2016).

Syd Field (2001) – roteirista, avaliador de roteiros para Hollywood e professor universitário – foi o responsável pela concepção de um dos manuais de escrita fílmica mais conhecidos e utilizados do mundo ocidental. Nele, Field estabelece uma estrutura narrativa em três atos que se relacionariam ao início, meio e fim: Ato I, Ato II e Ato III, conforme ilustração abaixo.

Figura 1 – Paradigma de três atos e pontos de virada.



Fonte: FIELD, 2001, p.101.

Nesse esquema, o Ato I apresentaria a estória, informando quem é a personagem principal, qual seria a sua premissa dramática, ou seja, sobre o que é o filme; assim como a situação dramática, delineando as circunstâncias que rodeiam a ação.

O primeiro ato seria encerrado pelo primeiro *ponto de virada* da trama, ou *plot point*: um incidente, evento ou episódio que move a narrativa para outra direção, dando início ao Ato II.

No segundo ato, a personagem principal enfrenta uma série de obstáculos que se colocam entre ela e a realização de sua necessidade dramática, ocorrendo mais um *plot point* ao seu final, o que daria início ao Ato III.

O terceiro ato ou *resolução* não significa fim, mas uma *solução* para as premissas dramáticas do roteiro. Field afirma ainda que o paradigma não é fórmula, mas um guia que pode servir de fundamento para estruturar uma boa estória.

Outro modelo bastante popular na construção de narrativas fílmicas é o da *Jornada do Herói*, cunhado em 1949 pelo mitólogo americano Joseph Campbell. Uma proposta subdividida em 12 estágios definidores da trajetória do personagem, mas que podem ser agrupados também em três atos principais.

O primeiro ato seria a *partida*, que revelaria o herói aspirando à sua jornada; o segundo ato diria respeito à *iniciação*, que contém as várias aventuras e provações do herói ao longo de seu caminho, aperfeiçoando suas técnicas e caráter; no terceiro ato ocorreria o *retorno*, que é o momento em que ele volta para casa com o conhecimento e os poderes que

adquiriu ao longo da jornada para finalmente cumprir sua missão (CAMPBELL, 2014; VOGLER, 2006).

Campbell se inspirou em mitos presentes na história humana, no trabalho de Freud sobre o inconsciente, no conceito junguiano de arquétipo e na teoria de estruturação dos ritos de passagem proposta por Arnold Van Gennep para criar a noção de *monomito*. Este seria uma estrutura narrativa basilar das sagas humanas e se repetiria ao longo das eras (CAMPBELL, 2014). Baseando-se no trabalho de Campbell, o roteirista Christopher Vogler busca evidenciar como funcionam essas estruturas míticas na criação de narrativas fílmicas com grande apelo junto à audiência.

Tal metodologia não é aplicável a todos os filmes, mas provê uma ferramenta interessante de análise, em especial pelo fato do modelo da *Jornada do Herói* ser exaustivamente utilizado pelo viés psicologizante das estórias de superação – essa correlação será pormenorizada nos capítulos 3 e 4 deste trabalho. Assim, utilizarei tanto a abordagem proposta por Syd Field, quanto a de Campbell e Vogler para o resumo das narrativas fílmicas em três atos principais, que geralmente leva a protagonista da *crise ao final feliz*.

Ressalto que esta é uma primeira aproximação das obras e visa esboçar as narrativas construídas para que o leitor se familiarize com os objetos de estudo. No entanto, retomarei trechos específicos dos filmes ao longo da dissertação para que sejam esmiuçados e articulados com a teoria em questão.

2.5 Resumo de *De Pernas pro Ar* (2010)

A protagonista, Alice (Ingrid Guimarães), é uma mulher branca, em torno dos 35 anos, moradora do bairro nobre da Barra da Tijuca, executiva bem sucedida, casada e com um filho – como pode-se descobrir nos primeiros dez minutos de filme. A cena inicial, nos quais surgem os primeiros créditos, apresenta duas pessoas na cama dormindo sob lençóis de cetim. Não vemos seus rostos, mas sabemos tratar-se de um casal heterossexual. Com uma trilha cômica de fundo, o homem busca de todos os jeitos ter relações com sua mulher: primeiro tocando suas nádegas, depois seu seio, finalmente tentando uma investida com força na posição lateral da “conchinha” – todas as tentativas solenemente negadas pela companheira. O homem persiste, sem sucesso. Então toca o despertador, a mão feminina o desliga e vemos finalmente o rosto da mulher que se levanta.

Alice desliga o despertador de três celulares, no mesmo momento em que surge um relógio em computação gráfica na tela, os ponteiros rodando rápido, sob tema musical militar. No clima de disciplina, objetividade e organização, a protagonista escolhe três opções de terno feminino para vestir, além de sapatos, bolsa, brincos – tudo já previamente organizado por item e cor. Enquanto toma banho, responde ao celular que toca. A trilha militar persiste enquanto ela se veste, passando a mensagem que ela é como um soldado preparando-se para o serviço. Vemos o marido da personagem sentado prostrado de costas na cama, mas não conseguimos ver seu rosto. Alice termina de se vestir e sai para o trabalho dando um breve tchau para a família. Quando dá um beijo rápido no filho, Paulinho (Eduardo Mello) o mesmo diz: “Não atrapalha, mãe”.

A focada mulher trabalha numa empresa de brinquedos chamada *Happy Toys*, na parte de marketing e treinamento da equipe de vendas, formada apenas por homens – equipe essa que Alice treina com punhos de ferro. Quando se trata de trabalho, fica claro que a protagonista é praticamente um general.

O *plot point* do primeiro ato se inicia quando Alice chega em casa tarde mais uma vez do trabalho, no mesmo dia em que a gerência de marketing lhe é ofertada por seu chefe. Ela escuta o recado que seu marido deixou na secretária eletrônica do casal, se dizendo cansado de não ser escutado e de ser colocado, constantemente, atrás do trabalho da personagem. O companheiro, então, pede um tempo do casamento deles – Alice cai no chão de susto com o pedido. Na sequência, o seguinte diálogo se dá entre Marion (Denise Weinberg), mãe de Alice, e a protagonista:

Marion – Filha, encara a verdade, o seu casamento tá [*sic*] em crise.

Alice – Que crise? Imagina! João e eu temos um filho saudável, apartamento próprio, minha carreira vai bem, a dele também, temos um bom carro, uma empregada de confiança, viajamos para o exterior uma vez por ano... Enfim, uma vida maravilhosa. O que pode faltar no nosso casamento?

Marion – Sexo (DE PERNAS PRO AR, 2010).

Alice tenta não se abalar, pois no dia seguinte tem uma importante apresentação do brinquedo “minhoquinha feliz” para a diretoria da empresa. Entretanto, ao sair de casa apressada e ainda abalada com o pedido de “tempo” do marido, Alice pega em sua portaria uma caixa que era destinada a outro apartamento, achando que fosse a entrega de amostras da “minhoquinha feliz”.

No percurso para o trabalho, Marion liga para a filha e avisa que viu o marido de Alice, João, entrando num *flat* com uma loura sensual. A protagonista decide interromper o

trajeto e checar se o que a mãe disse era verdade, e se depara com uma loura no apartamento em que o marido estava.

A protagonista sai da situação atordoada, repetindo para si mesma: “Foca no trabalho, foca no trabalho”. Alice chega na apresentação para sua diretoria já atrasada e, ao abrir a caixa trocada e jogar na mesa seu conteúdo, a executiva e toda a diretoria da empresa se deparam com uma série de brinquedos eróticos, entre eles vibradores de várias cores e tamanhos. A “general das vendas”, futura gerente de marketing, é então demitida.

O primeiro *plot point* é exatamente essa grande reviravolta, na qual a trama A, que diz respeito ao aspecto afetivo da vida de Alice, e a trama B, ao aspecto profissional, entram na mais completa *crise*.

A nova desempregada se dá conta, ao chegar em seu prédio, de que a caixa que levou para o trabalho era, na verdade, da vizinha “boazuda” (interpretada por Maria Paula Fidalgo) e havia sido trocada na portaria. Alice vai devolver à dona a caixa que havia sido a causa de sua desgraça profissional, iniciando um bate-boca com a vizinha:

Alice – Seus brinquedinhos de baixo nível acabaram com a minha vida.

Marcela – Baixo nível, não. Isso é material de trabalho. Eu sou uma profissional do sexo.

Alice – Ah, eu sabia. Garota de programa, claro.

Marcela – Não, não. Eu sou dona de *sex shop, baby* (*idem*).

Alice sai andando irritada e Marcela, a vizinha “boazuda”, vai atrás. A protagonista lança um julgamento moral sobre Marcela, devido ao uso de roupas decotadas, insinuando que ela fosse vulgar. A vizinha, então, rebate, impedindo de se fechar a porta do elevador no qual Alice acabara de entrar:

Marcela (segurando a porta do elevador e visivelmente irritada) – Olha que eu também posso te dizer a imagem que você passa, hein?

Alice (em tom desafiador) – Fique à vontade, querida.

Marcela – Você é uma mulher infeliz, egocêntrica, viciada em trabalho, que não dá a menor importância à sua casa, à sua família. Que não escuta ninguém. Ah, e o principal, que não dá uma boa “trepada” [*sic*] com o seu marido há anos. Acertei (soltando a porta do elevador, com um sorriso irônico)?

Alice (com feição desolada) – Errou completamente, tá [*sic*] (*idem*)?

A protagonista chega em casa e sua mãe diz que o fato de Alice não se importar com sexo e só pensar em trabalho a tornava uma pessoa equivocada. Marion sai em seguida e a executiva liga a TV. Sozinha, Alice é bombardeada por uma sequência de cenas românticas e outras afirmando quão horrível é estar só. A protagonista tem uma crise de choro, repensa sua atitude para com a vizinha e vai pedir perdão à mesma.

Alice assume que está errada com relação a uma série de coisas e decide que esse é o primeiro passo para mudar de vida – é através da crise que a personagem percebe que é necessário se reinventar. Nesse momento, se inicia o segundo ato, que irá conter diversas aventuras e provações para a protagonista, tanto na vida pessoal quanto na profissional, o que lhe possibilitará aperfeiçoar suas habilidades e caráter, como no modelo da *jornada do herói*.

Conversando com Marcela, Alice confessa: “Às vezes parece que o mundo é uma imensa suruba e eu não fui convidada. Não sei por que as pessoas pensam tanto em sexo, gente”. A vizinha questiona então, tendo como cenário um apartamento adornado com brinquedos eróticos, se Alice já havia tido um orgasmo. A ex-executiva afirma que sim, mas fica evidente que ela jamais havia atingido o clímax.

A dona de *sex shop* falida apresenta à nova amiga, então travada e excessivamente séria, não apenas o êxtase em forma de droga recreativa – proporcionando uma noite de diversão liberada numa boate – como também o sexual, ao dar a Alice um vibrador. É com o *sex toy* que a protagonista tem seu primeiro orgasmo, sozinha em seu quarto após a “balada”. O prazer sexual faz a protagonista assumir uma postura mais descontraída perante à vida, que se traduz visualmente em uma indumentária mais leve, colorida e cabelos livres do alisamento.

É com Marcela, também, que Alice se reencontra profissionalmente: se torna uma empreendedora de sucesso ao entrar como sócia e reerguer a *sex shop, então falida*, que era da amiga. Nesse processo, Alice percebe que foi relapsa com sua família e se autorresponsabiliza pela crise no casamento. Através do engajamento pessoal no desenvolvimento de uma vida autônoma, a mulher consegue se realizar sexualmente e recuperar o marido, João (Bruno Garcia). Somente nesse momento, no reencontro dos dois, vemos o rosto do homem pela primeira vez, como se a personagem principal tivesse o notado apenas a partir dessa hora. Eles fazem as pazes e terminam na cama. Porém, com o desenrolar do filme, João ainda se queixa que a protagonista apenas ampliou seu espectro de obsessou pensa em trabalho ou em sexo e nunca num aspecto mais profundo e companheiro da relação dos dois – um questionamento um tanto quanto inusitado vindo de um homem em uma cultura machista como a brasileira.

Alice e João voltam à vida de casados, mas a mulher esconde do marido seu novo ganha-pão. O segundo ponto de virada ocorre quando o marido de Alice descobre, durante uma feira erótica na qual acompanha o sogro, que o novo emprego da mulher é no ramo dos artigos sexuais. João abandona a feira revoltado e Alice corre atrás do marido de salto, na

chuva, berrando o nome do amado enquanto o mesmo parte – dá-se, então, início ao terceiro ato. Nas cenas seguintes, João evidencia que ficou enfurecido não apenas pelo preconceito que nutre com o ramo erótico, mas pelo fato de Alice ter escondido dele esse trabalho. O fato da mulher estar trabalhando tanto ou mais que antes, novamente não o escutando e notando como ele gostaria, pesaria para que João decidisse realmente por um fim ao casamento.

No Ato III, passam-se seis meses e Alice está cada vez mais bem sucedida profissionalmente – à frente, com Marcela, da *sex shop* que agora se expande por todo o Brasil. Como uma verdadeira heroína ela cumpre sua missão de ser uma empresária bem sucedida, mas sexualmente e amorosamente está sozinha, o que é retratado como algo difícil, solitário, não quisto.

Ela compra para o filho um videogame para que o menino leve na viagem que fará com o pai, mas o garoto prefere não levar o brinquedo. Dá-se, então, o seguinte diálogo entre mãe e filho:

Alice – Enjoou do seu videogame? Meu Deus, que milagre é esse?

Paulinho – Sabe o que é mãe? Às vezes é legal, mas brincar sozinho é muito chato.

Alice (em tom pesaroso) – É, é sim, filho (*idem*).

A cena claramente faz uma referência ao uso de *sex toys*... A sequência prossegue com o menino, espertamente, deixando escapar que na viagem de barco que fará com o pai, irá também uma mulher chamada Shirley – o que desperta o ciúme de Alice.

O pai chega para buscar Paulinho e “rola um clima” entre Alice e o ex-marido, que a elogia pela beleza. A protagonista também se mostra uma mãe mais atenta, nem de longe se assemelhando à personagem do início da narrativa, que se esquecia de todas as atividades do menino. Ela se lembra do remédio para alergia, repelente para mosquito e o cobertozinho de lã que o garoto adora – e coloca na mochila para Paulinho levar na viagem.

Na cena seguinte, durante a entrega do prêmio empresário do ano, que aconteceria no mesmo dia da viagem do pai e do menino, Alice decide abandonar o recinto e ir atrás dos dois para tentar recuperar sua família. Ela deixa sua mãe encarregada de receber a premiação em seu lugar. O discurso da mãe segue no evento, em *voice over*, enquanto a montagem mostra Alice percorrendo de carro, rápido, o percurso para alcançar João e Paulinho.

Marion – Foi por conta da redescoberta de alguns valores, que Alice não pôde comparecer aqui esta noite. Talvez a realização maior não seja o fato de comemorar sozinha a alegria de uma conquista profissional (*idem*).

Nesse momento da fala, Alice chega ao porto onde o barco no qual o filho, o ex-marido e Shirley provavelmente estão zarpando. A heroína se desespera e sai correndo, mais

uma vez de salto alto e agora em câmera lenta, pelo píer do cais. O *voice over* continua, enquanto Alice grita, ao fundo, “João, João”. Marion segue o discurso: “Talvez a verdadeira realização seja a de encontrar alguém com quem você pode [*sic*] dividir a sua conquista”.

Alice se joga na água atrás do barco, mas a protagonista não sabe nadar. O ex-marido pula e a salva da morte. João fala, ainda molhado, com a ex-mulher em seus braços: “Pôxa, Alice, eu pensei que você fosse morrer, cara [*sic*]”. E ela diz: “E eu pensei que fosse viver sem você – não é muito pior?”. O casal se beija e Alice descobre que Shirley na verdade era apenas uma senhora que iria cozinhar durante a viagem. A heroína retorna, então, à sua família.

A mesma decide zarpar de férias. O celular toca e Marcela diz que há uma oportunidade de investimento estrangeiro para a empresa. Alice responde animada, mas quando vê os rostos frustrados de Paulinho e João, percebendo que iriam perder a protagonista, mais uma vez, para o trabalho, a mulher, em um ato impulsivo, joga o celular no oceano para se dedicar aos dois.

O letreiro escrito “fim” surge sobre uma cena em que se vê um *take* aéreo do barco navegando no mar verde. Quando o letreiro final sai da tela, Alice aparece à noite, do lado de fora da embarcação, ligando para Marcela de seu celular reserva. Ela diz à sócia para fechar o contrato com os empresários “gringos” para quinze lojas *sex delícia* em Nova York e para marcar a viagem dela para a cidade na próxima semana. Desliga o telefone rápido e volta para dentro do iate, enquanto o filho chama por ela. O final feliz apresenta, assim, soluções tanto para a trama A, pessoal, quanto para a B, profissional.

2.6 Resumo de *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014)

Fernanda (Mônica Martelli) é mulher branca, empresária de si mesma que atua como cerimonialista de casamentos, apesar de formada em jornalismo. Mora sozinha em São Paulo, mas produz matrimônios constantemente no Rio de Janeiro. É solteira e tem 39 anos. Para superar sua jornada por desventuras românticas, a protagonista conta com o apoio do sócio *gay*, estereotipado, Aníbal (Paulo Gustavo) e da amiga Nathalie (Dani Valente), uma atriz simpática e mal sucedida.

A cena inicial se dá no interior de um banheiro e o espelho está embaçado, indicando que alguém acabou de tomar uma ducha. Uma pessoa começa a desenhar um coração com o dedo no espelho e entendemos que é a protagonista, que está molhada e de toalha. Dentro do

coração é escrito “Fernanda e ?”. Começa então um *voice over* da personagem principal “Fernanda”. Enquanto ela passa creme no corpo, já vestida pede combinado japonês para apenas uma pessoa, toma floral, acende incenso, vela para Santo Antônio e luminária escrito “love” desenrola-se a seguinte fala:

Se eu fosse contar a história da minha vida seria através dos amores que eu tive. Nem todos foram correspondidos, claro.

Segundo Oscar Wilde, “amar a si mesmo é o começo de um romance para a vida inteira”. Ok, eu entendo. Eu “tô” [*sic*] me amando há anos. Esse romance comigo está incrível. Mas agora estou super afim de amar uma outra pessoa e ser amada também.

A vida inteira ouvi minha mãe falar: “pensa bem antes de casar! Você tem uma vida pela frente!”. Nos anos 70, ela saía com uma plaquinha pela rua escrito: “quem precisa dos homens?”. Hoje eu vou sair com uma plaquinha escrito: “Eu preciso!” (OS HOMENS SÃO DE MARTE... E É PRA LA QUE EU VOU, 2014).

Fernanda vive a angústia da solidão afetiva, numa fase em que a “solteirice” já não é uma novidade bem quista e a carência faz qualquer homem que seja educado com ela tornar-se apaixonável. Ao mesmo tempo, a protagonista trabalha tornando realidade para outras mulheres o sonho do casamento. Sobre isso Fernanda diz: “Esse é meu trabalho, vejo noiva todo o dia. E todo dia eu penso: ‘O será que essas mulheres têm que eu não tenho, meu Deus’”.

O primeiro ponto de virada se dá quando, numa das festas que produz, conhece um senador que, após alguns flertes, a convida para seu apartamento para que ela visse “uma das vistas mais bonitas do Rio de Janeiro”. A vista em questão não passa de uma brecha de faixa de areia de praia com alguns latões da Comlurb na frente. O senador parte para o ataque e Fernanda repete para si mesma: “Eu não vou ‘dar’ para esse cara de jeito nenhum! Que isso, ‘dar’ assim de cara?! Acabei de conhecer!”. Ela acaba transando com o homem, que se mostrou bastante afoito na cama, mas dormia de “conchinha” – o que deixa a mulher feliz. Na manhã seguinte, o político menciona que espera vê-la novamente. A protagonista, então, se dá um banho de loja e uma recauchutada no *look*, na esperança de jantar com o senador – mas o príncipe encantando não dá mais sinal de vida. Fernanda repete para si mesma: “Não era para ser, não era para ser”.

Na trama B, profissional, o *plot point* se dá quando uma cliente rica procura a empresa de Fernanda, a fim de orçar os custos da festa de casamento de seu filho, Lourencinho. Porém, o contrato ainda não é fechado, entrando em concorrência pelo *job* com outras produtoras matrimoniais.

O segundo ato começa com a decisão de Fernanda em mudar de ambiente e frequentar novos lugares, como museus e livrarias, na esperança de conhecer um novo futuro marido – mas ela não encontra ninguém interessante. Dá-se início a uma série de romances frustrados na busca incessante da mulher pelo amor, cada nova investida mostrando-se uma “cilada” pior que a outra. Como pano de fundo dessa peregrinação há a tentativa de levar a empresa de casamentos que tem com o sócio a um novo patamar. Esses serão os dois motes principais da peregrinação da heroína.

Ela decide ir ao ensaio da peça de sua amiga e lá conhece o empresário Robertinho (Humberto Martins), que está patrocinando o espetáculo. Os dois flertam e ele a convida para uma festa em sua casa. Fernanda e Robertinho conversam e “rola um clima”. No final da festa, os dois transam – mesmo Fernanda tentando não ceder: “Eu não vou ‘dar’ para esse cara de jeito nenhum! Que isso, gente, acabei de conhecer!”, repete a protagonista.

O casal já engata um romance cheio de aventuras, viagens de helicóptero, passeios de iate e muitos outros agitos. Fernanda jura para si mesma e para os amigos que “dessa vez será diferente” e que não irá se decepcionar como nos romances anteriores. A protagonista compra todo um guarda roupa novo, cheio de pretinhos básicos para agradar o gosto do novo namorado.

Um dia recebe uma ligação de Robertinho dizendo que tem uma proposta inesquecível para lhe fazer. Na mesma hora a protagonista pensa que será pedida em casamento. Enquanto se arruma em casa para o que imagina ser a grande noite, sonha acordada com uma cena digna de Hollywood: ela correndo em uma praia ao passo que o helicóptero de Robertinho a sobrevoa, o empresário jogando pétalas de rosas vermelhas sobre Fernanda e a pedindo em casamento.

Mais tarde, já na casa de Robertinho e praticamente explodindo de ansiedade, a moça recebe a proposta, que cai como uma bomba aos seus ouvidos: fazer um *ménage à trois* com uma prostituta universitária contratada pelo empresário. Mais uma vez Fernanda repete a si mesma: “Não era para ser, não era para ser”. E emenda com a seguinte lição de positividade:

Sempre levamos uma pequena bagagem ao final de cada relacionamento. E quando a bagagem começa a pesar, ficamos com medo de nos envolvermos novamente. Mas como a minha mãe sempre me diz, eu tenho vocação pra ser feliz (*idem*).

Na trama B, a empresa de Fernanda ganha da concorrência e começa a produzir o casamento do rico Lourencinho. Contudo, é preciso convencer Lulu Santos a tocar no casório.

A jornada da moça para encontrar um romance que vingue persiste. Para esquecer Robertinho, Fernanda convida a amiga Nathalie a uma viagem paradisíaca na Bahia. Durante o forró local, a protagonista conhece um alemão radicado na ilha que decidiu aderir ao desapego material e levar uma vida sossegada, em meio à natureza. Os dois transam na primeira noite – mesmo Fernanda dizendo para si mesma que não iria “dar de cara” para o rapaz – e passam a viagem toda juntos.

Quando Fernanda está já na balsa para ir embora, o alemão sai nadando atrás da embarcação e grita para ela ficar. A mulher se joga na água e vai ao seu encontro, dando um tempo de sua vida profissional em São Paulo para viver uma estória no clima “um amor e uma cabana” (BARTHES, 2001).

Sem Fernanda, Aníbal precisa tocar o casamento de Lourenço sozinho. Sem a concordância de Lulu Santos para tocar no casamento, o sócio busca um sócia do cantor, sem sucesso. O casamento na selva começa a dar errado e Fernanda passa a se sentir entediada longe da civilização. Depois de uma discussão com o namorado alemão, ela machuca o pé e é levada até a curandeira da ilha, que nada mais é que uma peixeira.

A mulher está com os óculos que Fernanda perdera durante a viagem. O desapego da protagonista aos bens materiais se revela inexistente ao ver o amado bem com outra pessoa. O namorado alemão diz para a protagonista não se exaltar, pois a peixeira seria a responsável por fazer o parto dos futuros filhos do casal. Ao se deparar com a imagem de morar “para sempre” numa tapera e com meia dúzia de filhos louros, chorões e “melequentos”, Fernanda dá um berro e decide, rapidamente, voltar para sua vida em São Paulo. “Não era pra ser, não era pra ser”, repete a si mesma, subindo as escadas do metrô já na capital paulista.

Novamente à frente da empresa, ela e o sócio seguem nos preparativos para o casamento de Lourencinho. Fernanda aparece no camarim de Lulu Santos e consegue convencê-lo a tocar na celebração.

O começo do ponto de virada começa, na trama B, quando Lourencinho se assume gay no dia do seu matrimônio, não acontecendo, assim, a cerimônia. Após esse fiasco se inicia o *plot point* na trama A: no bar, “curtindo a fossa” depois dessa reviravolta, Fernanda é apresentada a Tom (Marcos Palmeira), que todos acreditam ser namorado de Aníbal. Num determinado momento, descobre-se que o bonitão, além de heterossexual, está solteiro.

Depois de alguns flertes, Tom e Fernanda se beijam. O clima esquenta, porém, naquela noite, Fernanda consegue, finalmente, controlar seus desejos e não transar no primeiro encontro – pela primeira vez no filme. O encontro carnal é consumado em um segundo *date*.

No terceiro ato, Fernanda e Tom vão se conhecendo aos poucos, se apaixonam e, finalmente, se casam. A festa é produzida de dia, pela própria empresa da protagonista e com direito a Lulu Santos tocando na celebração. Assim, trama A e trama B se resolvem em um típico *final feliz*. Fernanda arremata, cortando o bolo de casamento com Tom e depois sendo carregada por ele no colo:

Acho que na vida a gente se apaixonou por um só motivo: nada nos faz nos sentir tão bem.

Eu vou colocar uma foto minha bem grande, vestida de noiva na parede da minha sala. Não me importa se é cafona, eu quero. Uma foto minha bem grande, como símbolo da conquista mais importante da minha vida: encontrar um amor (OS HOMENS SÃO DE MARTE... E É PRA LA QUE EU VOU, 2014).

2.7 Resumo de *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014)

Adriana (Giovanna Antonelli) tem em torno de 35 anos, é branca, escritora frustrada, casada há 10 anos com um arquiteto de sucesso. Ela trabalha em casa (um belo apartamento da zona sul do Rio de Janeiro), e traduz filmes pornô para viver – evidenciando que seu estilo de vida seria bancado pelo marido. O primeiro *plot point* da trama ocorre quando o companheiro da protagonista, Eduardo (Marcelo Airoldi), ganha um prêmio internacional e, ao chegar de viagem, pede o divórcio.

A *sororidade*¹⁴ aparece quando a empregada Dialinda (Thalita Carauta) surge pela primeira vez no filme com uma sugestão de livro de autoajuda para a lacrimosa patroa ler e superar a sua crise; assim como no apoio da irmã, Luisa (Fabíula Nascimento), que chega para dar acolhimento e carinho para Adriana, tirando três semanas de férias para se dedicar à recém-separada.

Porém, Luisa também é porta voz da notícia que iria mergulhar a protagonista numa longa cena de “fossa” com mais de três minutos de duração. Adriana passa dias de pijama chorando na cama, comendo sorvete no pote ao descobrir que o ex-marido já estava com outra – a bela atriz famosa Beatriz (Emanuelle Araújo) – antes mesmo de terminar com a tradutora de filmes pornô. Tudo devidamente registrado pela revista *Contigo*, que informava que o badalado arquiteto e a nova namorada iriam embarcar num cruzeiro rumo a Itália, viagem que Adriana e Eduardo haviam sonhado por anos em fazer.

¹⁴ “Sororidade é a união e aliança entre mulheres, baseado na empatia e companheirismo, em busca de alcançar objetivos em comum. O conceito da sororidade está fortemente presente no feminismo, sendo definido como um aspecto de dimensão ética, política e prática deste movimento de igualdade entre os gêneros”. Dados retirados de <https://www.significados.com.br/sororidade/>. Acesso em 29/01/2018.

O segundo ato se inicia quando a personagem principal pede ajuda à irmã para viajar com ela no navio e tentar recuperar o seu casamento. As duas embarcam no transatlântico, mas Dialinda, a faxineira, consegue entrar de penetra no mesmo (imbuindo-se de coragem com seu livro de autoajuda) – está formado o trio de mulheres que levará a estória adiante.

S.O.S. Mulheres ao Mar se passa em um transatlântico que faz o trajeto Brasil-Itália, mostrando não apenas o luxuoso navio, suas dependências, atividades, assim como os pontos turísticos abordados durante o percurso e diversas cenas de um público de terceira idade, animadíssimo, se divertindo no transatlântico.

Na viagem, a necessidade dramática de Adriana em recuperar o ex-marido se expressa em diversas tentativas de sabotar o novo relacionamento de Eduardo. O rancor toma conta de sua personalidade, tornando a uma mulher mal humorada e irritadiça, conforme se percebe no diálogo abaixo, que acontece à beira da piscina da embarcação, onde outros turistas se divertem:

Luísa – Irmã se acalma! Sabe o que você tá parecendo? Um rodamoinho de tristeza nesse mar de felicidade!

Adriana – Que felicidade? (...) Como se a vida fosse feliz, feliz, feliz. A vida não é um musical de Hollywood onde todo mundo dança onde quer a hora que quer, pô [*sic*]! Não é (*S.O.S. MULHERES AO MAR*, 2014)!

Em uma armação para prejudicar Beatriz e jogar todas as roupas da moça para fora do navio, as mulheres invadem a cabine do casal pela janela enquanto este não está. Porém, ao passar pela varanda, em frente ao quarto do belíssimo André (Reinaldo Gianecchini), Adriana se desequilibra dependurada para fora da embarcação e o moçoilo a socorre, salvando-a da morte.

Numa ocasião seguinte, ao tentarem dar *ecstasy* para Beatriz, Adriana acaba tomando a droga e o trio de mulheres vai parar na boate do navio, onde a protagonista, mais uma vez, encontra André. Adriana julga que o rapaz é gay devido a um mal entendido com uma frasqueira rosa e um vibrador no início do filme, ambos na realidade, de outra passageira. Pensando que o rapaz não teria interesse em mulheres e alterada pela droga, Adriana toma todas as liberdades possíveis com André, de quem acaba se tornando amiga e passando muitos bons momentos juntos, conversando sobre tudo um pouco. Numa dessas situações, a protagonista descobre que o bonito homem não era gay e os dois acabam se envolvendo.

Espiando o ex-marido e a namorada, a personagem principal se lembra de ter legendado um filme pornô com Beatriz. Adriana então entra escondida na cabine de controle e projeta o filme em todos os telões e TVs do navio, expondo a atriz. Enquanto isso, Eduardo encontra Dialinda e a segue, perguntando o que ela estava fazendo ali. Nesse exato momento,

entra a transmissão do filme pornô encenado por Beatriz, com o prólogo de Adriana dedicando o mesmo a Eduardo. O navio inteiro ri da situação, enquanto a atriz assiste a cena de sua cabine, absolutamente passada.

Eduardo invade os aposentos de Adriana enquanto esta gargalha pela vingança que conseguiu realizar contra a atriz. O seguinte diálogo se dá entre o ex-casal:

Adriana – Não fala nada, não fala nada... Eduardo. Eu sei que tudo isso pode parecer uma vingança estúpida, mas é muito mais que isso. Eu só precisava te mostrar quem é essa mulher de verdade, entendeu?

Eduardo (bastante irritado) – E você, quem é?

Adriana – Só fiz o que eu fiz para abrir os seus olhos.

Eduardo – Pra que você fez tudo isso? Para provar que me ama?

Adriana – Você sabe o que é amor? É passar dez anos da vida abrindo mão da própria felicidade em detrimento da sua. Isso é amor!

Eduardo – Eu nunca te pedi para ser infeliz. Você foi infeliz porque você quis. Aliás, o seu talento é ser infeliz! Não me culpe pelos seus fracassos (S.O.S. MULHERES AO MAR, 2014)!

Depois de ainda muitas confusões provocadas pela vontade de vingança da mal humorada Adriana, a personagem chegar à conclusão que havia se permitido amar mais o ex-marido que a si mesma. O sentimento de equívoco nas escolhas pessoais se intensifica ao transar com André e descobrir que ele é comprometido – esse é o ponto de virada para o terceiro ato, quando a heroína se volta para si e menos para acusar os outros de seus fracassos.

O terceiro ato começa com Adriana se permitindo conhecer e explorar sozinha o destino final do navio, Veneza, ao invés de ficar trancada no quarto desanimada, como passou a maior parte da viagem. Em um passeio pelas ruas da cidade, se deixa acompanhar por uma entusiasmada idosa que também viajava no navio. A senhora conta que sua alegria de viver era uma forma celebrar a vida, como faziam o marido e o filho que haviam falecido. Ela conta que antes desse fato era uma pessoa que só reclamava e que depois aprendeu, com a perda, a valorizar os bons momentos que a existência pode proporcionar. Mas pondera, com a seguinte lição: “Afinal, o que seria do poeta sem a tristeza para alegrar a alma?”, e sai sorrindo. Adriana, então, parece perceber que algo precisa mudar nela mesma.

Nos 10 minutos finais do filme, a protagonista é apresentada finalmente concretizando seu desejo de torna-se escritora. Adriana, como uma boa empreendedora de si, faz “do limão, uma limonada”, transformando sua crise em um relato de superação, dando um *upgrade* em sua vida profissional. Ela faz o seguinte discurso no lançamento de seu livro:

Bom, desde criança eu penso em escrever um livro, né [*sic*]? Mas eu precisei crescer, amadurecer e aprender a ser feliz para escrever o primeiro manual anti-ajuda do mundo. E aqui eu não defendo os direitos de ser infeliz não, até porque, ser infeliz é muito fácil, né [*sic*]? Eu defendo o direito do leitor para tentar resolver os seus problemas sem fórmulas, porque a vida não tem

definição, né[sic], gente? A felicidade não é uma obrigação, acho que é só uma opção (*idem*).

Adriana é apresentada no vernissage de seu livro claramente mais bonita e com um semblante sorridente, ausente em praticamente toda a narrativa. O bonitão André também aparece de surpresa no lançamento, já devidamente desimpedido. Adriana e André se acertam, se beijam e a protagonista diz: “Ainda não sei se encontrei a felicidade, mas tá [sic] pra nascer quem vai me tirar a alegria de procurar” e se beijam novamente, dando ao filme um típico *final feliz* pessoal e profissional.

2.8 Resumo de *Loucas pra Casar* (2015)

Loucas pra Casar (2015) possui um roteiro mais elaborado. A cena inicial já se dá no auge de uma crise: ela começa num sobrevoo sobre o Outeiro da Glória, tradicional igreja do Rio de Janeiro. Dela sai uma mulher vestida de noiva, em estado de histeria, gritando que foi abandonada e vai se matar. A atriz que a interpreta é, novamente, Ingrid Guimarães.

A protagonista entra num carro e dirige em ritmo alucinado, com o véu de noiva esvoaçando para fora. A montagem é frenética e passa o sentimento de angústia da mulher. Ela para de forma brusca em uma ponte, onde fica claro que irá se jogar – e lá encontra duas outras mulheres, também vestidas de noiva, todas querendo se matar pelo mesmo homem, Samuel (interpretado por Márcio Garcia), que chega em seguida.

As mulheres (Tatá Werneck e Suzana Pires) e Malu se estapeiam, as duas outras caem da ponte. A cena congela quando a protagonista está prestes a cair e Samuel tenta segurá-la. Inicia-se um *flashback* que a mostra, desde quando adolescente na década de 1980, pegando o buquê dos casamentos das amigas e desejando se casar. Malu diz: “Essa aí sou eu. Não a noiva, essa aí ó, a adolescente feliz (cena mostra adolescente pegando o buque jogado pela noiva). Nesse dia o meu destino estava traçado: o próximo casamento seria o meu”. A montagem então mostra mais e mais buquês sendo pegos pela protagonista ao longo dos anos. Malu prossegue:

Eu queria saber quem inventou essa tradição idiota. Eu peguei tanto buquê que subi no altar doze vezes! Como madrinha... Uma a uma vi todas as minhas amigas casando. A Beth, a mais bonita. A Dália, a mais safada. A Rosimary, a mais romântica. Mas quando até a Cibele casou... aí, juro, eu deprimi [sic] (LOUCAS PRA CASAR, 2015).

Rosimary era claramente a menos bonita das amigas... As cenas seguintes mostram uma sucessão de decepções ocasionadas por traições dos então namorados: “O que essa tem que eu não tenho?”, se questionava sempre Malu ao pegar o namorado da vez no flagra.

Então acontece o primeiro ponto de virada do filme: com uma trilha positiva ao fundo (“Because I’m Happy”, de Pharell Williams), Malu joga o cabelo para cima em câmera lenta e com o rosto sorridente. Ela está num banheiro *clean* e elegante, cheio de produtos refinados e pastas *Colgate*. Todos os itens limpos, organizados e com etiqueta identificadora, mostrando que a dona da casa é extremamente organizada. Dá-se início ao *voice over*:

E assim, de decepção em decepção, eu me tornei a mulher que eu fui. Fracassada, eu? (Risos) imagina! Me tornei uma mulher bastante organizada, relativamente bem sucedida, satisfatoriamente atraente, enfim, dessas poucas mulheres que valem por muitas. Profissão: corretora de imóveis – e das boas! Trabalho numa megaconstrutora imobiliária e consigo convencer a qualquer um a realizar o sonho da casa própria (LOUCAS PRA CASAR, 2015).

Esta cena termina com Malu, atendendo a um chamado do chefe para mostrar uma residência na Barra da Tijuca – a moça, porém, folheia uma revista de noivas antes de sair, evidenciando que o sonho de casar está longe de ter morrido.

Um homem facilmente identificado pelas mulheres como muito bonito (Márcio Garcia) toca a campainha da locação que a protagonista vai apresentar. Ele está vestido de piloto de avião e diz: “Bom dia, eu vim ver a casa. Você que é a mulher da imobiliária?” Entra música sexy de fundo, o vento balança os cabelos de Malu, que diz:

Eu vou te dizer quem eu sou. Eu sou a mulher que só tá [*sic*] esperando uma chance para fazer de você o homem mais feliz desse mundo. Vai casar, lavar, passar, virar santa, culta, puta – tudo o que você quiser numa mulher. Essa é a mulher que eu sou (*idem*).

Fica evidente que a protagonista apenas desejou falar o trecho acima, mas não falou. Porém, o aviador começa a elogiar a corretora e, depois de algum flerte, os dois acabam transando na própria residência que está para venda. A cena seguinte mostra Malu ajeitando detalhadamente a cama da casa, deixando implícito que os dois fizeram sexo ali. A audiência descobre, então, que se trata de uma brincadeira, de um jogo, e que o aviador, na realidade, é o namorado de Malu. Ambos costumam usar as locações que a agente representa para realizar as mais diversas fantasias sexuais e sair da rotina.

Na cena seguinte, a moça adentra o escritório de imobiliária onde trabalha, novamente com trilha positiva de fundo. A mulher delega ordens e cobra funcionários de forma

simpática, porém assertiva, mostrando que é alguém cordial, mas que sabe fazer bem seu trabalho. Entra *voice over* da protagonista:

Sou sexualmente resolvida, moderna, alto astral, sociável, excelente profissional, quarenta anos assumidos (entra colega de trabalho em cena e diz: “Está bonita, hein, Malu”). Ela responde: “Aos trinta e cinco a gente faz o que pode”), focada, batalhadora, decidida e competitiva sim, foi assim que eu consegui tudo o que eu almejei na vida. Só faltava uma coisinha: o marido (LOUCAS PRA CASAR, 2015).

Malu é, claramente, uma *vencedora*. A plateia, então, descobre que a corretora imobiliária bem sucedida namora o seu chefe, Samuel – que havia aparecido mais cedo na pele do charmoso aviador. Após três anos de namoro com o bonitão e nenhum pedido de casamento, em um dia na casa do rapaz, a super detalhista Malu percebe que estão faltando camisinhas no estoque do namorado. Preocupada, ela conversa com Dolores (Fabiana Carla), sua colega de trabalho e fiel escudeira:

Malu – E você, já sentiu falta de camisinha em casa?

Dolores – Pô [*sic*], perai, isso não aconteceria comigo.

Malu – Claro, você é uma pessoa centrada, você é uma pessoa equilibrada, você é uma pessoa, Dolores, que tem a sua vida emocional sobre controle, por isso eu te admiro.

Dolores – Nada disso, maluça, por que eu sou gay! Você esqueceu?

Malu – Ah, é...

Dolores – Mas você sabe por que você está assim né [*sic*]?

Malu – Sei, porque o cara que eu estou namorando há três anos, o “homem perfeito”, provavelmente tem uma amante.

Dolores – Não, não é nada disso não. É porque você sabe que apostou todas as suas fichas num relacionamento onde você quer ser a mulher perfeita, a mulher mais completa, coisa que mulher nenhuma é.

Malu – Dolores, eu já fiz trinta e cinco anos!

Dolores – Fez há cinco anos...

Malu – Não interessa, mas fiz. Você não consegue entender que se eu não casar agora acabou, eu não caso mais (*idem*)?!

Desconfiada e com a ajuda Dolores a protagonista contrata um detetive particular e descobre que Samuel tem, não só uma, mas duas amantes. Esse é o segundo ponto de virada da trama, que joga Malu numa crise pela disputa do “partidão”. Tal *plot point* irá iniciar a jornada da heroína para a realização dessa meta: casar com Samuel e vencer suas concorrentes. Elas são Lúcia (Suzana Pires), uma sensual dançarina de boate e Maria (Tatá Werneck), uma carola virgem e mais jovem.

No Ato II se dão todos os conflitos das três mulheres na disputa pelo belo rapaz. Malu concorre com o jeito meigo e prendado de Maria e com a sexualidade exuberante de Lúcia em diversas situações. Numa viagem em que as três disputam, em momentos alternados, pela atenção de Samuel e Malu está a ponto de desistir do moçoilo, o chefe a pede em casamento

num jantar romântico com músicos e coral ao fundo. Esse é o ápice do segundo ato, no qual será, aparentemente, atingida a necessidade dramática da protagonista.

Nas próximas cenas, volta a trilha positiva ao fundo (“Because I’m Happy”, novamente). Malu experimenta vestidos de casamento, Samuel compra para eles uma mansão na Barra da Tijuca... Tudo parece transcorrer bem até que Malu agenda um almoço com suas rivais, a fim de deixar claro que ela é a vencedora da disputa. Para seu choque, porém, as outras duas mostram as alianças que também ganharam de Samuel. As três noivas decidem, assim, entrar juntas na igreja e ensinar uma lição ao bonito.

Porém, quando Malu chega no dia do casório, pronta para dar o troco, encontra sua mãe – que sofria um aparente processo de demência e era tida como louca – a esperando do lado de fora da capela. A protagonista pergunta onde estão as outras duas noivas e avisa à mãe que não iria acontecer casamento algum. A mãe orienta a filha a se olhar no espelho que estava posicionado perto da entrada da Igreja. Ao se olhar, Malu vê Maria e Lúcia ao seu lado, também vestidas de noiva. A protagonista fala espantada: “Eu perdi completamente a lucidez”. A mãe rebate, em tom carinhoso: “Que bom! As pessoas muito lúcidas são completamente doidas”.

Malu adentra a igreja tentando se controlar, mas quando as outras duas mulheres ou alucinações – que entravam junto com ela rumo ao altar – saem correndo, Malu (ou Maria Lúcia), entra em surto e também foge de seu próprio casamento, voltando para a cena inicial do filme, na ponte, que passa em *fast forward*.

Vemos que a protagonista quase despenca da ponte, mas é salva por Samuel. Chegam amigos e familiares e Malu é apontada como... maluca. Mesmo Samuel tentando tranquilizar a noiva, a mesma desiste de casar.

Inicia-se o terceiro ato, o qual o *retorno* da personagem é uma volta a si mesma, a fim de se entender. Passa-se um ano e a mãe de Maria Lúcia – de quem ela havia herdado a aparente loucura – falece. Na volta do enterro da mãe, vão no mesmo carro a protagonista no carona, a amiga e fiel escudeira Dolores dirigindo o veículo, e no banco de trás o amigo coreógrafo (que era amigo de Lúcia) e o Padre (que era amigo de Maria). Dá-se então o seguinte diálogo, iniciado por Malu: “Ah, arrumei emprego, estou menos compulsiva. Acho que a terapia tem me feito bem.” O padre, então, lhe questiona: “E qual foi a conclusão que [sic] você chegou disso tudo, minha filha?”. Ela responde: “Ah, padre, sei lá, acho que eu quis tanto me casar que acabei me desdobrando em várias para agradecer, pra [sic] de repente, ser a mulher perfeita”. A amiga e confidente Dolores diz mais uma vez durante a trama: “Coisa que

mulher nenhuma é, né [*sic*]? Já te falei sobre isso”. O amigo coreógrafo diz em tom moderador: “A ilusão também faz parte do jogo do amor”.

Logo após esse momento eles avistam Samuel em um casamento. Malu, agora já devidamente em processo de autoconhecimento terapêutico, o enxerga pela primeira vez não como o príncipe encantado que as suas alucinações projetavam (moreno, alto, bonito e sensual), mas um homem de meia idade, acima do peso, careca e de bigode, porém com o mesmo coração e caráter de sempre. A partir desse momento, buscando seu equilíbrio, sem a pressão ser a mulher perfeita e com os pés no chão, a protagonista retoma o envolvimento com o ex, que acaba em mais um final feliz.

Malu e Samuel se casam de dia e, num passe de mágica, a personagem principal começa a vê-lo como o bonitão de antes, assim como Maria e Lúcia voltam a aparecer para ela – e a protagonista entende que está tudo bem ser dessa forma. Entra mais uma vez a trilha positiva ao fundo e todos aproveitam a festa de casamento dos consortes.

3. DEUS EM QUEDA, AMOR EM ALTA – O SURGIMENTO DE UMA SENSIBILIDADE BURGUESA

As coisas que amamos são diversas. Nós amamos objetos inanimados (...). Nós amamos atividades (...). Nós amamos coisas animadas: gatos, cachorros, (...) e, claro, pessoas, de quem amamos de diferentes maneiras, formando diferentes tipos de amor: amamos alguns de maneira romântica; outros que amamos como amigos ou como irmãos e irmãs; ainda outros que amamos como nossos filhos, e alguns afirmam amar a toda a raça humana. Nós chamamos a todos esses de “amor” (HALWANI, 2010, p.7).

Pelo texto do filósofo libanês Raja Halwani, percebemos como a natureza do amor pode ser absolutamente diversa. Então o que seria exatamente o amor? Da raiz semântica e morfológica grega temos *philia*, *eros* e *ágape* significando três diferentes formas de vivenciar esse sentimento: amor-amizade, amor-desejo e amor -incondicional (BARBOSA VICENTE e MARTINS FILHO, 2010). Irei me dedicar especificamente à construção da noção de amor-desejo, do amor erótico – que ocorre usualmente entre duas pessoas que se desejam sexualmente – e sua culminação na cultura do amor romântico. Porém, como irá se observar, as diferentes noções de amor podem se articular, criando formas novas de vivenciar a experiência amorosa ao longo das eras.

Ao adentrar nesta seara teórica, me deparei com uma profusão de significados, representações e práticas associadas que variam não apenas em função do período histórico analisado, mas de país, cultura e até mesmo de faixa etária – dentro de um mesmo período de tempo e território. O amor parece ser uma manifestação humana polifônica, diversa, potente, intrigante e escorregadia na tentativa de lhe impor barreiras e/ou territórios fixos.

Se o sentimento amoroso foi capaz de inspirar canções e obras literárias desde antes da Antiguidade Clássica, o estudioso que se propõe a examiná-lo vê-se em um terreno cercado de desconfiança e incredibilidade. Além da racionalidade pragmática imperante no meio acadêmico, existe um receio de que, ao estudar o amor, possa-se acabar com a magia do sentimento responsável, no imaginário ocidental, por conectar o *homem ao divino* – dentro e fora de si mesmo. O filósofo Simon May (2012) e o escritor Dennis de Rougemont (1988) foram alguns dos teóricos que iniciaram suas obras, a respeito do amor – ou a paixão –, relatando essas e outras dificuldades:

Ora, os homens e as mulheres aceitam perfeitamente que se fale de amor e, aliás, nunca se cansam disso, por mais vulgar que seja o discurso; mas temem que se defina a paixão, por menos rigorosa que seja a definição. Uns dirão que definir o amor significa perdê-lo; outros, que perdemos nosso tempo. A quem agradarei (ROUGEMONT, 1988, p.9)?

O amor pode ser entendido como a caixa de Pandora da humanidade: suscita adoração, encantamento e mesmo receio de ter sua natureza revelada. Platão, Agostinho de Hipona, Tomás de Aquino, Baruch Spinoza, Jean-Jacques Rousseau, Arthur Schopenhauer, Alain Badiou, Roland Barthes, Anthony Giddens, Eva Illouz e Zigmund Bauman foram alguns dos corajosos teóricos que lhe sondaram as suas curvaturas morais, geralmente imbricadas em contextos culturais mais amplos (BARTHES, 1981; PLATÃO, 1991; ILLOUZ, 1996, 2011, 2012; GIDDENS, 1998; BAUMAN, 2004; BADIOU, 2009; HIPONA, AQUINO, SPINOZA, ROUSSEAU, SCHOPENHAUER *apud* MAY, 2012).

Ciente da possível amplitude do estudo envolvendo a temática amorosa, assim como do curto tempo para desenvolver tal empreitada no mestrado, irei delimitar meu campo de atuação. Abordarei brevemente as diferentes modulações culturais do amor ao longo da história até o momento de criação de uma sensibilidade que fomentou o que chamamos hoje de *amor romântico*, sobre o qual irei aprofundar minha investigação. Delinearei uma linha moral que parte do Antigo Testamento como fundador de um conceito de amor que se transmuta ao longo das eras. Meu porto de chegada é a Modernidade e suas conseqüentes transformações no campo social, econômico, das mentalidades e da intimidade – que possibilita uma nova compreensão sobre o papel social e cultural desse sentimento.

Com relação à categorização afetiva do amor, apesar do mesmo ser identificado, por boa parte da bibliografia de língua inglesa utilizada neste trabalho, como uma *emoção* potencialmente de longo prazo (HALWANI, 2010), parto do entendimento cultural brasileiro de que se trata de um *sentimento*. A definição de amor no *Dicionário Aurélio* explicita essa visão:

1. (...) Que predispõe alguém a desejar o bem de outrem. 2 Sentimento de dedicação absoluta de um ser a outro, ou a uma causa. 3 Inclinação ditada por laços de família. 4. Inclinação sexual forte por outra pessoa. 5. Apego profundo a valor, coisa ou animal (...). 6. Devoção extrema (...) 7. O objeto do amor (FERREIRA, 2004, p.118).

A permuta e atrelamento conceitual entre *amor* e *sentimento* faz-se novamente presente na definição do último: “1. Ato ou efeito de sentir (-se) (...) 4. Afeto, amor” (FERREIRA, 2004, p.733). Ou seja, em nosso ideário cultural, a noção de *amor* está associada a um *sentimento*, essencialmente profundo e de longo termo. Tal sentimento difere-se, em profundidade e durabilidade, de afetos razoavelmente frívolos e ligeiros como alegria, raiva, tédio, etc., entendidos simplesmente como emoções ou estados de ânimo.

Por motivos de fluidez na escrita, me permitirei usar tanto as palavras *emoção* e *afeto* como substitutas do *sentimento amor* (FERREIRA, 2004; HALWANI, 2010). Utilizarei os mesmos parâmetros para tratar das *experiências* relacionadas ao mesmo, entendendo-as como *sentimentais*, *afetivas* ou *emocionais*. No decorrer deste capítulo, a noção de *paixão* também eclodirá, atrelada a uma vivência afetiva e corporal intensificada (ROUGEMONT, 1988; MAY, 2012).

3.1 Amor na Antiguidade

Jurandir Freire Costa, psicanalista brasileiro, escreveu em 1998 o livro *Sem Fraude nem favor*, no qual se propõe a discutir os enigmas morais envolvidos no processo de constituição das concepções amorosas. Segundo o autor, o amor é uma “crença emocional e, como toda crença, pode ser mantida, alterada, dispensada, trocada, melhorada, piorada ou abolida” (FREIRE COSTA, 1998, p.12). Para o psicanalista, o dado afeto seria uma invenção humana tanto quanto a roda, a medicina, a democracia, os deuses ou o casamento. Freire Costa defende, portanto, que os componentes afetivos, cognitivos ou conotativos do sentimento não seriam naturalmente fixos.

Simon May (2012), filósofo especializado no estudo das emoções, parte da tese de que o amor é um sentimento universal, mas que a maneira como é compreendido difere tanto em termos da sociedade, quanto do período histórico analisado. Assim como Freire Costa, May acredita que o amor é uma crença e se mantém, contemporaneamente, sob a égide dos seguintes preceitos:

O amor é incondicional: não é nem despertado nem diminuído pelo valor ou pelas qualidades do outro; é um dom espontâneo que nada busca para o doador (caso paradigmático: o amor dos pais pelos filhos).

O amor relaciona-se com o ser amado e o afirma em sua plena particularidade, tanto o “mau” assim quanto o “bom”.

O amor é fundamentalmente altruísta: um empenho desinteressado pelo florescimento dos seres amados em benefício deles mesmos.

O amor é benevolente e harmonioso - um refúgio de paz.

O amor é eterno: ele - ou suas bênçãos - nunca morrerá.

O amor nos transporta além das imperfeições sujas do mundo cotidiano para um estado superior de pureza e perfeição.

O amor redime as perdas e os sofrimentos da vida: liberta-nos deles; dá-lhes sentido, domina-os com seu próprio valor; reconcilia-nos com aquele mais elevado do qual eles expressavam nossa separação (MAY, 2012, p.14).

Esse ideário satura tanto o imaginário do senso comum, quanto a produção cultural. Com imagens e discursos que reiteram tais concepções a respeito do sentimento amoroso, educam a sensibilidade, expectativa e práticas relacionadas ao amor na cultura ocidental – como demonstrarei ao longo dessa dissertação.

May propõe, ainda, que somos capazes de amar apenas aquelas raras pessoas que possam nos inspirar um sentimento de pertencimento no mundo. O filósofo chama essa sensação de *enraizamento ontológico*: um “sentir-se em casa” com o outro, uma vontade de ficar e florescer ao lado de alguém – algo que daria sentido, fundamentalmente, à própria existência humana. A máxima dessa vontade de fixar raízes seria, invariavelmente, cristalizada no casamento, representado no imaginário popular – em especial para as mulheres – como a fonte suprema de felicidade e autorrealização.

Interessado em descortinar as narrativas que ajudaram a moldar esse ideário enraizado, principalmente, no amor romântico, Freire Costa pesquisa suas raízes históricas. O psicanalista localiza *O Banquete*, de Platão, escrito por volta de 380 a.C., como data inicial do discurso amoroso. Já Simon May, propõe uma origem ainda mais longínqua: ele remonta às escrituras hebraicas, que atribui como responsáveis pela criação do mito fundador do amor ocidental.

Segundo May, a compilação de escritos hebraicos apresenta, em apenas duas frases, as noções que orientariam os rumos do amor ao longo da história: “Amarás ao Senhor teu Deus de todo o teu coração, e de toda a tua alma, e com toda a sua força” (Deuteronômio 6:5) e “amarás o teu próximo como a ti mesmo” (Levítico 19:18). Esses dois mandamentos fariam de dois tipos de amor: em primeiro lugar, por Deus como fonte de todo valor e adoração; e, em segundo lugar, pelo próximo.

A partir desses dois mandamentos, o sistema de crenças propostos pelos judeus apresentaria três importantes inovações que nos impactam até hoje. A primeira seria entender que não existe amor maior que o a Deus, pois Ele seria a nascente de todo ser e de toda graça. A segunda seria imitar a Deus na sua forma de amar, amar a quem ele ama, trilhar seus caminhos, amar nosso semelhante. Essa seria a origem do princípio da *imitatio dei* cristã, que geraria, segundo May, um dos maiores equívocos com relação à crença do amor entre duas pessoas – que ele poderia ser incondicional, redentor e eterno. Tal crença será imortalizada ao longo das eras, inicialmente pela Bíblia, posteriormente por uma série de criações culturais – em especial aquelas atreladas a uma perspectiva *romântica* do amor, na qual me aprofundarei ao longo deste capítulo e do a seguir.

A terceira inovação seria transformar o amor em um dever moral. Outras religiões pré-cristãs como o budismo, confucionismo e platonismo também se centraram no amor, mas em nenhum deles esse sentimento foi definido como um mandamento tão categórico, que fluiria do único Deus presente no Universo. Na escritura hebraica, o sentimento amoroso é estabelecido como uma força moral, como uma conexão com o que existiria de mais divino e elevado no mundo. Essa perspectiva, como demonstrarei nas próximas páginas, é absorvida e remodelada no decorrer da história ocidental, em especial nas manifestações românticas e proto-românticas.

Na Bíblia dos judeus, a linguagem do amor erótico permeia, também, o amor direcionado a Deus – algo que o misticismo cristão medieval irá retomar milênios depois. Para Simon May, a criação da natureza amorosa – incluindo a sexualidade – estaria muito mais próxima da visão proposta pelos escritos judaicos, que dos ideais ascéticos, de controle emocional e corpóreo, originados de fontes pagãs, como propõe Freire Costa. O psicanalista identifica nos textos platônicos a origem do mito do amor como algo *bom, belo e verdadeiro*. Em *O Banquete*, os discursos de Aristófanes, Agatão e Fedro (PLATÃO, 1991) influenciariam o modelo romântico a partir do século XVIII. Neles,

O amor é apresentado como um impulso que se dirige a um outro, homem ou mulher, do mesmo sexo ou do sexo oposto (...) e como um composto afetivo feito de desejo; de falta do objeto do desejo; de nostalgia ontológica do objeto ideal perdido; de sofrimento decorrente da perda ou da ausência deste objeto; de alegria intensa, quando o objeto é possuído (FREIRE COSTA, 1998, p.36-37).

Nos textos platônicos, é exaltada a importância da temperança no amor – qualidade que seria apontada por Erixímaco; a beleza da paixão que começa no corpo, mas deve ascender à alma – presente no discurso de Sócrates e; finalmente, o desejo sexual como um anseio humano por complementaridade – representado no mito das almas gêmeas, do discurso de Aristófanes. Tais elementos serão retomados na proposta do amor burguês, de Rousseau, no século XVIII, que criará as bases para o mito do casamento que imperará até meados do século XX.

Porém, para Freire Costa, seria no discurso de Diotima que Sócrates mostra uma outra face de Eros: aquela que enxerga que o amor verdadeiro se refere à posse daquilo que é permanente no Universo, do que é *verdadeiro, bom e belo*. Essa vertente será seguida à risca pela igreja cristã dos primeiros séculos, que conceberá amar a Deus como única possibilidade de beber do manancial da real beleza e bondade: “amai a Deus sobre todas as coisas”, princípio que May indica já estar no Antigo Testamento.

O amor no cristianismo é o primeiro e mais importante dos mandamentos que Deus revela à humanidade. Sua força e extensão é tão poderosa que deve ser entendida não apenas àqueles pelos quais nutrimos afeto, mas até mesmo aos nossos próprios inimigos – algo inimaginável até então. Ele cria uma nova moralidade – para uns, pautada na intensificação da moral proposta no Antigo Testamento, para outros na exacerbação do que é apresentado no discurso de Diotima (FREIRE COSTA, 1998; MAY, 2012).

Executo esse percorrido histórico, remontando a um passado longínquo da humanidade, num esforço para compreender as profundas raízes nas quais se baseiam diversas crenças amorosas, ainda hoje presentes nos mais diversos produtos culturais – em especial nas comédias românticas brasileiras, objetos de meu estudo. Essa metodologia de trabalho revela, também, uma paixão por História que me levou a cursar dois períodos da graduação na Unirio, antes de ingressar em Comunicação Social, na UFRJ. Deixo evidente esse lugar de fala, pois ele estará presente em toda a minha análise: presente no e relacionada ao campo comunicacional, mas buscando elementos que remetam a um cenário cultural mais amplo.

Nesse sentido, referencio-me aos trabalhos de Raymond Williams (1979) e Martín-Barbero (1995), ao entender os artefatos comunicacionais como territórios onde se encontram reverberações de múltiplas temporalidades, passíveis de congregarem formações culturais hegemônicas, alternativas ou ainda carregadas de um significado histórico oculto ou não (MARTÍN-BARBERO, 1995; WILLIAMS, 1979 *apud* GOMES, 2011).

Dessa maneira, prossigo essa retomada histórico-conceitual do sentimento amoroso no decorrer deste capítulo.

3.2 Paixão Medieval

Agostinho de Hipona, nascido em 354, foi um dos mais importantes teólogos e filósofos dos primeiros anos do cristianismo. Inspirado nos clássicos gregos, ele postulou a mentalidade do *amor-caritas*: nossas ações são julgadas com base no que cada um de nós ama, interpretando que todas as virtudes autênticas seriam formas de amor. O amor verdadeiro seria, assim, aquele que provém e, ao mesmo tempo, se direciona a Deus – “só Deus pode amar genuinamente, e quando experimentamos tal amor estamos, de fato, experimentando o amor de Deus” (MAY, 2012, p.123). É importante salientar que, segundo May e Freire Costa, é em Agostinho que a sexualidade começa a se configurar como um empecilho à realização do amor divino, sendo identificada como um pecado, algo que

poderia provocar a queda moral do ser humano (FREIRE COSTA, 1998; MAY, 2012). Tal percepção, fortemente influenciada por ideais ascéticos, marcaria as bases morais da cristandade a partir de então.

Freire Costa afirma que esse conjunto de crenças foi predominante até o século XVIII, tendo apenas dissidência nas vertentes do amor cortês francês do século XIII e no misticismo cristão, cujo auge se deu no século XVI (FREIRE COSTA, 1998). Ambos os acontecimentos divergiram da noção grega de equilíbrio e apaziguamento físico-emocional e incentivariam a vivência afetiva da *paixão avassaladora*, fosse por uma mulher, fosse por Deus.

Para melhor compreender o fenômeno do amor cortês é importante salientar que, segundo o sociólogo inglês Anthony Giddens (1992), o matrimônio na época pré-moderna não estava relacionado à atração ou prazer sexual, ou mesmo à existência de um afeto anterior que pudesse ser identificado como “amor” – as circunstâncias econômicas e políticas eram os fatores determinantes de um casamento. O escritor francês Denis de Rougemont (1988) acrescenta que, além do caráter primordialmente utilitário, a união, ao se tornar um sacramento, impunha uma fidelidade asfixiante, especialmente para as mulheres (ROUGEMONT, 1988; GIDDENS, 1992).

Giddens indica, ainda, que na classe camponesa o sexo marital, geralmente, não incluía carícias e sua principal função era a reprodução e não a comunhão do prazer: mais filhos significaria mais mão de obra nos campos. Porém, aos homens era tolerado socialmente a busca pelo prazer para além dos domínios do casamento – o que habilitaria culturalmente a prática da traição extraconjugal entre essa camada da sociedade. Tal propensão parece ter deixado marcas até a contemporaneidade, como veremos nas sessões a seguir, ao verificar incidência onipresente da traição masculina nos textos fílmicos analisados (GIDDENS, 1992).

O autor salienta, entretanto, alguns dados curiosos: nos extratos aristocráticos, as mulheres eram razoavelmente liberadas das exigências de reprodução contínua e do trabalho doméstico rotineiro – além de possuírem certa liberdade para buscar prazer com outros homens, além de seu marido. Rougemont articula esse processo a uma influência invisível da cultura pagã na psique das elites mal convertidas ao cristianismo, sofridas com o regime claustrofóbico do casamento. Tal vivência culminaria no *amor-paixão* – modelo afetivo-corporal relacionado ao culto a Eros. O literato o define da seguinte forma:

Eros é o desejo total, é a aspiração luminosa, o impulso religioso original elevado à sua mais alta potência, à extrema exigência de pureza que é extrema exigência de unidade. Mas a unidade última é a negação do ser atual em sua sofredora multiplicidade. Assim, o impulso supremo do desejo conduz àquilo que é o não-desejo. A dialética de Eros introduz na vida algo

totalmente estranho aos ritmos da atração sexual, um desejo que não decresce jamais, que nada mais pode satisfazer, que até mesmo desdenha e foge à tentação de se realizar em nosso mundo, porque só deseja abraçar o todo. É a superação infinita, a ascensão do homem para o seu Deus. E esse movimento é sem retorno (ROUGEMONT, 1988, p.50).

O aspecto de controle e negação corpórea como forma de elevação moral, de criar um caminho até Deus, já estava presente nos cultos ascéticos que influenciaram o pensamento de Agostinho (MAY, 2012). Rougemont, entretanto, identifica a influência do culto herege a Eros como base tanto para misticismo espanhol, quanto para o amor cortês – que implicaria, em ambos os casos, em uma dualidade *paixão arrebatadora-negação da carne*.

O surgimento do amor cortês se basearia numa profusão de jovens nobres, frutos de famílias que, segundo o costume jurídico da época, não teriam direito à herança – a mesma sendo destinada apenas ao primogênito. Sem atrativos financeiros e, devido a isso, sem muitas perspectivas de contrair matrimônio, esses nobres poderiam ingressar na cavalaria ou no sacerdócio. A possibilidade de uma livre expressão erótica, desejo usualmente presente na juventude, encontrava-se na cavalaria. No sistema militar era possibilitado e incentivado um estilo de adoração do homem para com uma senhora, que lhe invocaria as mais nobres e honrosas virtudes, mesmo que e, na ausência de relação sexual (ROUGEMONT, 1988; FREIRE COSTA, 1998).

A mulher-objeto de adoração, poderia ser, inclusive e não raro, casada. A ela era permitido aceitar publicamente a devoção cortês de um cavaleiro. Entendia-se que tal amor seria fundamentalmente platônico, uma forma de transcendência do pretendente (e também de seu objeto de estima) rumo ao enriquecimento ético e espiritual, sem a consumação sexual. Porém, vale lembrar a indicação de Giddens de que havia uma certa tolerância a escapadas extraconjugais femininas nos setores mais abastados da sociedade medieval. Tal abertura parece haver sido interrompida nos séculos seguintes e, até meados de 1960, momento de eclosão da segunda onda feminista, era uma prática considerada tabu, ainda que pudesse encontrar expressão em obras artísticas (GIDDENS, 1992).

Com relação ao amor cortês, havia todo um sistema de conduta que orientava a vassalagem amorosa, e suas possíveis complicações, questões ou transgressões eram julgadas publicamente nos chamados *Tribunais do Amor*. Esses tribunais eram geralmente presididos por uma senhora nobre e experiente nas regras de funcionamento do amor cortês. Freire Costa cita algumas dessas orientações, encontradas em um manuscrito do século XII:

1. A alegação de casamento não é uma desculpa válida contra o amor;
2. Quem não é ciumento não sabe amar;
3. Ninguém pode dar-se a dois amores;

8. Ninguém que não tenha um motivo razoável pode ser privado do direito de amor;
13. O amor divulgado raramente dura;
15. Toda pessoa que ama empalidece diante do amado;
16. Diante da visão imprevista de quem amamos, trememos;
21. Pelo verdadeiro ciúme, a afeição de amor sempre cresce;
22. Da suspeita e do ciúme que deriva dela, o amor sempre cresce;
23. Quem está tomado por pensamentos de amor come e dorme menos;
25. O amor verdadeiro só encontra o bem naquilo que pode agradar o amado;
26. O amor nada pode recusar ao amor;
27. O amante só pode saciar-se com o gozo do amado;
29. O hábito excessivo dos prazeres impede o nascimento do amor;
30. Uma pessoa que ama é ocupada pela imagem do amado, assiduamente e sem interrupção;
31. Nada impede que uma mulher seja amada por dois homens e um homem por duas mulheres (FREIRE COSTA, 1998, p.47).

Nesses julgamentos do amor, que determinavam as condutas e práticas aceitáveis ou não, o psicanalista vê o processo de individualização amorosa começar a criar raízes na mentalidade cultural ocidental. Tal movimento será burilado na sociedade de corte; na família nuclear burguesa; e, principalmente, a partir da criação dos campos *psi*, no final do século XIX.

Ao contrário do amor platônico ou cristão, que promulgavam um apaziguamento das emoções, o amor cortês permitia e incentivava a *paixão*. Essa pressupunha um afeto envolto em excessos emocionais, em arrebatamento, em obsessão pelo objeto de desejo – além de tolerar e compreender sentimentos considerados vis como o ciúme, a suspeita, a inveja e o ressentimento.

Se, conforme indicou Freire Costa, no romance cortês, esses estados internos conflitantes eram estimulados como provas emocionais da dedicação e lealdade para com a pessoa amada; no contexto contemporâneo parece acontecer o oposto. De acordo com o sociólogo e filósofo polonês, Zigmunt Bauman (2004), os tempos atuais – que o autor chama de *modernidade líquida*, devido aos laços passageiros e adaptáveis presentes na mesma – fomentariam indivíduos propensos a não estabelecer vínculos profundos ou duráveis. Nenhuma das conexões que o humano contemporâneo estabelece teria a garantia da permanência presente nos de outrora, tais quais os vínculos amorosos no contexto cultural cortês. Além disso, no mundo atual das relações descartáveis, qualquer comportamento que possa ser lido como um excesso, uma quebra no equilíbrio, é classificado como algo negativo e deve ser evitado (BAUMAN, 2004; TAVARES, 2017).

Essa leitura fica evidente no filme *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014), no qual a protagonista, Adriana, é tomada por sentimentos fixos de ciúmes, dor emocional e desejo de

vingança causados pelo abandono do ex-marido. Se, no amor cortês, a educação afetiva legitimava o fato de “quem está tomado por pensamentos de amor come e dorme menos”; “uma pessoa que ama é ocupada pela imagem do amado assiduamente e sem interrupção”; “quem não é ciumento não sabe amar”; e finalmente, “o amante só pode saciar-se com o gozo do amado” (FREIRE COSTA, 1998, p.47), na contemporaneidade esses aspectos¹⁵ são patologizados e lidos como indicativos de estados depressivos, obsessivos e carentes de uma autoestima equilibrada (ILLOUZ, 2011; TAVARES, 2017).

A sequência¹⁶ na qual Adriana se vinga da namorada do ex-marido, e é flagrada pelo mesmo comemorando o feito em sua cabine, evidencia essa compreensão:

Adriana – Não fala nada, não fala nada... Eduardo. Eu sei que tudo isso pode parecer uma vingança estúpida, mas é muito mais que isso. Eu só precisava te mostrar quem é essa mulher de verdade, entendeu?

Eduardo – E você, quem é?

Adriana – Só fiz o que eu fiz para abrir os seus olhos.

Eduardo – Pra que você fez tudo isso? Para provar que me ama?

Adriana – Você sabe o que é amor? É passar 10 anos da vida abrindo mão da própria felicidade em detrimento da sua. Isso é amor!

Eduardo – Eu nunca te pedi para ser infeliz. Você foi infeliz porque você quis. Aliás, o seu talento é ser infeliz! Não me culpe pelos seus fracassos! (S.O.S MULHERES AO MAR, 2014).

Se a cartilha amorosa cortês incitava a abdicação da própria felicidade em prol da do ser amado, na visão contemporânea, expressa no diálogo acima, o comportamento da protagonista é interpretado como inadequado, como um amor patológico, nocivo (TAVARES, 2017). Há um claro alerta emitido pelo filme: uma conduta afetiva pautada nos sentimentos de posse, ciúmes e vingança leva à infelicidade. O interessante é constatar que, se a mesma cena fosse trasposta para o momento cultural cortês, provavelmente seria interpretada como a demonstração de um grande amor.

Freire Costa aponta o romance cortês como o principal responsável por colocar, pela primeira vez na história ocidental, o amor por outra pessoa no lugar central da criação de sentido na vida. May complementa, ainda, que o movimento foi absolutamente inovador ao propor a vassalagem amorosa a uma mulher em carne e osso, destronando Deus (e a figura masculina, portanto) do lugar de adoração. Também revolucionou ao associar o amor à liberdade, não sendo possível amar verdadeiramente dentro da instituição do casamento, que

¹⁵ Tais aspectos da cultura emocional contemporânea serão aprofundados no capítulo quatro desta dissertação.

¹⁶ Conforme indicado no primeiro capítulo deste trabalho, no qual foi realizado o resumo das obras cinematográficas analisadas. Alguns trechos serão retomados durante a dissertação a fim de serem esmiuçados a partir da teoria.

se trataria de uma obrigação motivada por interesses políticos e/ou econômicos, conforme já mencionado anteriormente (GIDDENS, 1992; FREIRE COSTA, 1998; MAY, 2012).

Segundo Freire Costa e May, diversos traços do amor cortês irão perdurar e alimentar a criação do imaginário romântico, em especial do movimento alemão (como demonstrarei em algumas sessões a frente). Alguns dos elementos que serão reavivados em parte das narrativas românticas são: o ciúme como sinal de amor profundo; a noção de que o afeto deve consumir a alma; a obsessão pelo objeto do amor entendida como um estado benfazejo, etc.

Rougemont associa boa parte da lógica do amor cortês à infelicidade sadomasoquista, que teria como um dos principais mitos fundadores a tragédia *Tristão e Isolda*. Fruto de uma lenda celta do século IX, a estória narra a vida de encontros e desencontros de um casal ao qual não é permitido – e nem se permite – concretizar o amor. Tristão, um mero cavaleiro do rei com o qual a nobre Isolda deveria se casar, mesmo quando banido com a amada para uma floresta, recusa-se a ter relações com ela, colocando a sua espada entre os dois no momento de dormir, como sinal de honra e castidade. O casal, após muitos desencontros – e encontros não consumados –, refugia-se, em definitivo, na morte compartilhada.

O mito de Tristão e Isolda é reproduzido em diversas narrativas subsequentes ao momento cortês, como na peça *Romeu e Julieta*, escrita entre 1591 e 1595, nos primórdios da carreira literária de William Shakespeare. Ele será retomado no movimento romântico dos séculos XVIII e XIX, povoando a produção artística até a contemporaneidade. Nota-se, por exemplo, uma série de elementos da estrutura do amor-paixão de *Tristão e Isolda* na saga literária e cinematográfica *Crepúsculo* (2008, 2009, 2010, 2011, 2012).

É relevante apontar que Rougemont escreve *O Amor e o Ocidente* em 1939, em resposta a uma crescente onda de divórcios e à colonização do imaginário coletivo com narrativas de romances trágicos, especialmente no cinema e literatura da época. Assim, boa parte da crítica de Rogemount ao amor-paixão, provém de um aspecto moral. O autor entende que tal modelo afetivo colocaria em risco a instituição do casamento, por conduzir ao adultério.

Nos filmes analisados, a representação do adultério nos mostra que essa é uma das piores e a mais banal turbulência emocional pela qual uma mulher pode passar numa “vida a dois”. Nas quatro películas analisadas, a traição masculina está presente em todas – senão como causadora principal da crise, ao menos como uma motivadora secundária do desequilíbrio da protagonista. Em *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014) e *Loucas pra Casar* (2015) a traição, ou suspeita de traição, é o principal motor dramático das tramas; em *Pernas pro Ar*

(2010) e *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014) ambas as situações incitam o mergulho das protagonistas em si mesmas, como forma de questionar suas escolhas profissionais e/ou afetivas.

As representações do adultério como principal obstáculo a ser superado na caminhada amorosa de uma mulher heterossexual, assim como a reiteração do perfil potencialmente “traidor” masculino, fica evidente no seguinte diálogo, em *S.O.S. Mulheres ao Mar*. Nele, a diarista, Dialinda, refere-se, espantada, à traição do ex-patrão: “Gente, nunca achei que o ‘seu’[sic] Eduardo fosse do tipo que trai”; Luísa, irmã da protagonista, responde: “Eduardo é homem, gosta de mulher, então é do tipo que trai” (S.O.S. MULHERES AO MAR, 2014). As implicações culturais que esse tipo de generalização provoca, em um contexto no qual se questiona fortemente os papéis de gênero¹⁷, certamente valem uma investigação futura.

Também é importante apontar que a traição, nesses filmes, costuma ser percebida como fruto da incapacidade da mulher em manter o seu homem fiel, ou seja, como resultado de algo que a protagonista não consegue suprir. Tal mensagem pode ser percebida na frase “o que essa tem que eu não tenho?”, pronunciada por Malu, personagem principal de *Loucas pra Casar* (2015), após pegar no flagra uma infinidade de traições de então namorados. O curioso é que a mesma frase é proclamada por Fernanda, protagonista de *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014), ao casar inúmeras mulheres que ela julgava “sem sal”, enquanto a mesma continuava sem pretendente. Em ambos no caso a frase denota uma falta inerente à mulher, que a tornaria mais suscetível a ser traída ou menosprezada como possível esposa.

Outro dado interessante é a onipresença da representação, nos filmes analisados, da *dor emocional* provocada pela traição. Na realidade, é essa dor “acoplada” à experiência que a tornaria praticamente insustentável – e esse sofrimento pode ser entendido como uma construção sociocultural, assim como o amor o é.

S.O.S. Mulheres ao Mar apresenta uma sequência fílmica que deixa evidente o peso moral e a consequente sensação de derrota pessoal atrelados, pela e na cultura contemporânea, a um episódio de traição. Após o marido, Eduardo, lhe pedir o divórcio, Adriana é atirada numa profunda “fossa”, que se intensifica no momento em que a protagonista de intera do motivo da separação: o amor do ex-companheiro por outra mulher. Adriana é, então, arremessada em uma sequência de três minutos fílmicos que, apesar do tom cômico, demonstram o tamanho de sua “dor de cotovelo”: a personagem chora compulsivamente;

¹⁷ Irei abordar o questionamento dos papéis de gênero no capítulo três deste trabalho.

passa dias descabelada e de pijama na cama; come sorvete direto do pote; olha fotos do ex-marido e chora; e se agarra às roupas deixadas pelo ex-companheiro e chora novamente. Enfim, uma série de cenas consolidadas em nosso arcabouço cultural como situações-resposta a uma vivência de traição. Dessa forma, é possível depreender, da análise da cena em questão, que situações de dor emocional não são bem quistas – o extremo oposto, portanto, da afetividade estimulada tanto no contexto do amor cortês, quanto do misticismo cristão, que me aprofundarei a seguir.

A metafísica cristã do sujeito amoroso é anterior ao amor cortês. Ela surgiu ainda no século XII, concorreu e alimentou o ideário da vassalagem amorosa e, quando esta decaiu, a metafísica renasceu de forma apoteótica na Espanha do século XVI. Ainda no século XII, teve como principais expoentes São Bernardo de Claraval e São Francisco de Assis. São Bernardo, ao contrário de Santo Agostinho, dava ênfase à experiência do martírio, sobretudo físico, como prova da realização do amor divino no ser humano. A paixão e união metafísica do devoto com Deus eram o cerne da mística cisterciense, criada por Claraval, na qual “o afeto e o desejo têm um papel central” (FREIRE COSTA, 1998, p.53).

Rougemont complementa essa noção ao identificar, no misticismo espanhol, a influência pagã do mito de Eros. Tal atuação haveria produzido santos, cuja paixão e arroubo devocional, os permitiram atingir verdadeiros êxtases. Santa Teresa de Jesus e São Francisco de Assis são exemplos de santidades às quais são atribuídas essas experiências (ROUGEMONT, 1988; MAY, 2012). Ao ler alguns escritos de Santa Teresa e de outros santos provenientes do misticismo espanhol, não é difícil entender como Foucault (2006) identificou na cultura ascética cristã, traços do que a linguagem psicanalista classificaria como “masoquismo”, em especial no amor-paixão espiritual dos espanhóis:

Às vezes, a intensidade da agonia do sofrimento é tanta que a faz perder o sentimento (...), mas existe nesta agonia do sofrimento uma felicidade tão grande que não sei a que comparar. É um martírio infável, ao mesmo tempo dor e delícia. (...) Aprovei ao Senhor favorecer-me algumas vezes com esta visão. Vi um anjo perto de mim (...) pequeno e muito belo. (...) Eu via nas mãos deste anjo um longo dardo de ouro cuja ponta de ferro tinha, na extremidade, um pouco de fogo. De tempos em tempos ele o metia em meu coração e o empurrava até as entranhas. Ao retirá-lo, ele parecia levá-las consigo, deixando-me toda abrasada de amor de Deus. A dor dessa ferida era tão viva que me arrancava fracos suspiros de que falei antes. Mas esse martírio indizível me fazia saborear, ao mesmo tempo, as mais suaves delícias. E eu não podia, nem queria desejar seu fim, nem encontrar felicidade fora de Deus (DE ÁVILA, 1981, pp. 96-98 e 212-214 *apud* FREIRE COSTA, 1998, p.58-59).

Esse aspecto masoquista do amor, em se deliciar com a dor da ausência do ser amado, será fartamente estimulado na estética do romantismo alemão, sobre o qual discursarei em algumas páginas. É interessante problematizar, portanto, como uma manifestação comunicacional contemporânea, entendida como romântica, dialoga ou repele aspectos morais proto-românticos e românticos. Se na comédia romântica hodierna o sofrimento é um estado afetivo que deve ser evitado e não configura a tônica central da grandiloquência de um amor, o mesmo não pode ser afirmado com relação aos filmes dramáticos, como por exemplo, *O Vento Levou* (1939) ou mesmo a saga *Crepúsculo* (2008, 2009, 2010, 2011, 2012). Não parece haver, por parte dos protagonistas desses filmes, apego ao sofrimento, como havia em Santa Teresa de Ávila – mas, como na experiência da freira, a dor emocional depura¹⁸ e engrandece a qualidade afetiva do amor sentido.

A paixão, assim, faz sofrer. A ausência do amor, também faz sofrer – e essa será a principal crise a ser superada pelas protagonistas das comédias românticas analisadas: a dor da ausência, a *solidão*, entendida como a ameaça fundamental à vivência feminina. Nos filmes que compõe o *corpus* deste trabalho, ela é um fantasma que ronda de forma mais ou menos explícita a vida das protagonistas. Ela aparece, claramente, nas cenas em que Alice e Fernanda, personagens principais de *De Pernas pro Ar* (2010) e *Os Homens São de Marte* (2014), choram, sós, na frente da TV ao ver cenas românticas na televisão. A solidão também está presente na dor provocada pelo abandono que faz Adriana, de *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014), sucumbir à terrível “fossa”.

Porém, estar só e *saber estar só* parece ser a principal lição que todas as protagonistas irão precisar aprender para, finalmente, tornarem-se mulheres atraentes a uma relação de longo prazo, monogâmica e heterossexual. Os elementos para esse “treinamento” estarão presentes, especialmente, a partir do enfoque terapêutico da década de 1960, popularizado no ambiente audiovisual a partir da década de 1980, e que abordarei nos capítulos três e, principalmente, quatro. Nas próximas sessões, continuarei a esmiuçar as raízes culturais do mito romântico burguês, responsável por tornar o casamento sinônimo de felicidade, especialmente para as mulheres. Como demonstrarei, o romantismo proposto por Rousseau, que daria base para esse ideário, foi o resultado de transformações culturais profundas, e propôs novos fundamentos para o relacionamento humano – ao mesmo tempo que resgatou conceitos ancestrais.

¹⁸ Tal modelo narrativo tem sido fortemente criticada pelo movimento feminista contemporâneo, por habilitar simbolicamente relações abusivas. A matéria “Abuso não é amor: porque a cultura *pop* deve parar de romantizar relacionamentos tóxicos”, publicado no site feminista Valkírias, trata sobre o tema (THAY, 2016).

3.3 Mecanicismo e a decadência da sociedade da corte

Dos séculos XIV ao século XVI ocorreu o Renascimento europeu, que retomaria valores da antiguidade clássica, norteador mudanças científicas e culturais em direção aos estudos humanistas e naturalista – ambos com fortes traços dos ideais de antropocentrismo, hedonismo, racionalismo, otimismo e individualismo. A escolástica medieval, que se limitava basicamente à consulta das autoridades do passado, principalmente a Aristóteles e aos primeiros padres da Igreja, começaria a perder espaço para métodos de aprendizado que davam um maior valor ao uso da razão individual e à análise das evidências empíricas. A revolução das formas artísticas, a criação da imprensa por Gutenberg, as grandes navegações, o desenvolvimento da física, a matemática, a medicina, a astronomia, a filosofia, a engenharia, a filologia começaram a alterar o panorama cultural europeu (BONINI *et al*, 2006).

O mecanicismo, que ocorreu entre 1500 e 1700, foi um dos movimentos que ajudaram a promover essa metamorfose, apresentando explicações em termos mecânicos a fenômenos que até aquele momento tinham sido formuladas apenas em termos teológicos. Para Freire Costa (1998), o mecanicismo propôs uma reversão da hierarquia das paixões: o amor cristão, que na maior parte de sua história havia representado uma sensibilidade clássica sai do topo da hierarquia das paixões. No seu lugar ascendem o desejo e o prazer humano, a partir da figura do matemático, teórico político e filósofo inglês, Thomas Hobbes, autor de *Leviatã* (1651).

Para Hobbes, a felicidade era um contínuo progresso do desejo, que representaria uma parte fundamental do egoísmo humano e do *amor de si*. O teórico inglês apresenta uma ideia oposta à socrática e agostiniana de que a felicidade fluiria da contemplação ou posse do supremo bem, imortal por natureza. Para Platão e Agostinho, o único desejo que alcança a plenitude é o desejo por Deus. Hobbes propõe o desejo como átomo na constituição individual, o que provoca uma interiorização subjetiva do amor, sendo o sentimento amoroso considerado apenas uma dissimulação, um reflexo do amor de si, do egoísmo, da vontade de saciar desejos (FREIRE COSTA, 1998).

Já John Locke, filósofo inglês e ideólogo do liberalismo, define o amor como produto do prazer: um conjunto de impressões sensoriais e que naturalmente nos constitui tal quais humanos, assim como a sensibilização para notar o gosto doce ou amargo no paladar. Seu discípulo francês, Condillac, segue a mesma linha de raciocínio (*ibidem*).

Nesta feita, para Freire Costa, a laicização do amor e sua decorrente interiorização subjetiva operou um duplo movimento na concepção do sentimento. Primeiro lhe concedeu autonomia do corpo ou da alma: o amor seria inerente ao ser humano e despontaria para satisfazer os desejos do indivíduo, para atender suas demandas de prazer. Em segundo lugar, a felicidade amorosa não mais encontra acolhida no amor eterno de Deus: passa a ser considerada um estado fugaz, devendo ser continuamente renovada para existir. Não sendo tomadas as medidas necessárias para a manutenção da felicidade, o que passaria a existir seria o mal estar ou a inquietude – em outras palavras, a crise. Tais noções serão essenciais para a construção da sensibilidade neoliberal e do modelo afetivo e de felicidade que eclodirá nessa conjuntura.

O psicanalista brasileiro entende que há quatro momentos fundamentais para a fabricação histórica do sujeito amoroso: a retórica do amor cortês, o misticismo católico, o pensamento político-filosófico mecanicista e a crise da sociedade de corte. Tais momentos irão formular uma conjuntura de possibilidades para o surgimento do amor romântico, que terá como marca inicial sua manifestação literária, voltada para o público feminino. Uma sensibilidade que enxergará o amor como algo imanente ao sujeito, podendo levar à felicidade ou a infelicidade.

A vida na corte do Antigo Regime exigiu uma modificação nos hábitos dos nobres oriundos das áreas rurais que, para assegurar suas posições de prestígio, precisavam ficar próximos do rei a fim de manter uma rede política favorável a eles mesmos e a suas famílias. Porém, esse processo de *curialização da nobreza* (ELIAS *apud* FREIRE COSTA, 1998, p.63) e sua decorrente imposição de um maior controle de si produziu um outro duplo movimento: transformou nobres rurais em cortesãos; e produziu uma reação às suas duras regras sociais, com as quais esses nobres não estavam acostumados. É relevante observar que é nesse período que são criadas as regras de *etiqueta* social, que iriam, inclusive, orientar as abordagens amorosas naquele momento e nos futuros.

A reação a coerção prescritiva encontrará expressão principalmente na literatura, que manifestará uma nostalgia frente à perda do ambiente rural e da antiga moralidade guerreira, fazendo com que ambas sejam ostensivamente idealizadas num passado feudal, mitológico, bucólico e inocente. Esse passado representaria a simplicidade, moralidade, honestidade e beleza natural perdidas – frente à frivolidade, falsidade, ostentação e mentiras das cortes. Um movimento pelo amor verdadeiro, fruto da virtude, *versus* o amor falso, nascido do puro interesse na ascensão social e políticos (FREIRE COSTA, 1998).

Tal imagem do amor apresenta pegadas dos cenários e temáticas cortês; das metáforas do amor-paixão cristão; e ocorreu no mesmo período da interiorização dos sentimentos provocada pelo mecanicismo. O aprimoramento das práticas de *autocontrole emocional* impostas por uma vida na corte conceberam as condições para uma maior interiorização e singularização dos indivíduos.

A versão aristocrática do amor apresenta-nos já o ideal romântico que irá ser glorificado nas obras literárias da burguesia dos séculos seguintes. A proposta é uma atração sentimental apaixonada entre um homem e uma mulher jovens, ambos solteiros: essa paixão só pode realizar-se no casamento, com exclusão de qualquer outra solução. A paixão deste homem é toda por aquela mulher, a paixão da mulher é toda por aquele homem (*ibidem*, p.65).

Assim, apesar de absorver grande parte do cenário do amor cortês, os romances da sociedade da corte atrelam à realização do amor-paixão a questão da monogamia e o do casamento. Esse modelo narrativo, que apresenta uma “atração sentimental apaixonada entre um homem e uma mulher jovens, ambos solteiros” e que encontra seu desfecho apenas no casamento, será fundamental para entender o molde discursivo adotado, em especial a partir da década de 1930, em Hollywood. Ele será a base moral para a criação das comédias românticas americanas, assim como as brasileiras e a de diversos outros países de cultura ocidental – conforme demonstrarei no capítulo seguinte.

3.4 Amor moderno: Iluminismo e um novo ideal para a sociedade burguesa

Pipocas compradas, lugares garantidos, começa o filme. O título já entrega o enredo, tanto quanto o perfil de protagonista: *Loucas pra Casar*. Um filme que, claramente, discorre sobre mulheres... desesperadas para contrair matrimônio. Talvez o título *Loucas para Casar* (2015) esteja, no senso comum, associado a protagonismo e audiência femininas, assim como *E aí, comeu?* (2012) ou mesmo *Tropa de Elite* (2007) estejam associados a personagens principais e público, majoritariamente, masculinos.

A construção de domínios de gênero – a mulher, recatada e rainha do lar; o homem, sexualizado e fisicamente potente – terá na cultura um de seus principais alicerces (BUTLER, 2000; MCROBBIE, 2006). As naturalizações promovidas pelas narrativas de gênero são questionados pela escritora e feminista nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, em entrevista concedida à revista *Época*:

Nós ensinamos às moças que elas podem ter ambição, mas não muita... que podem ser bem-sucedidas, mas não muito... ou serão uma ameaça para os

homens (...). Já que pertencço ao sexo feminino, espera-se que almeje me casar. Espera-se que faça minhas escolhas levando em conta que o casamento é o fato mais importante do mundo. O casamento pode ser algo bom, uma fonte de felicidade, amor e apoio mútuo. Por que ensinamos as meninas a aspirar ao casamento, mas não fazemos o mesmo com os meninos (ADICHIE, 2014)?

É exatamente a construção cultural do casamento como antídoto para toda e qualquer crise feminina, como sinônimo de sua máxima felicidade e realização pessoal, que parece ter sido tecida, de forma intensificada, a partir do momento iluminista.

Com transformações iniciadas no século XVII, mas cujo ápice foi atingido no século XVIII, o Iluminismo revolucionou a história da humanidade. O século das luzes se propôs a banir as trevas da ignorância e do misticismo, ao fixar a razão como força motriz capaz de desvendar todos os mecanismos do universo. Um movimento filosófico anti-absolutista, anti-mercantilista, questionador dos dogmas religiosos que usurpavam a soberania do homem sobre si mesmo e que mudou completamente a ideia que a humanidade tinha a seu próprio respeito. Uma corrente com propostas libertárias que agradavam a uma burguesia economicamente ascendente, desejosa de maior representação política e autonomia nas suas transações comerciais.

Um dos pilares desse processo foi o filósofo suíço Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), influenciador também do Romantismo, que emergiria no século seguinte – e coube a Rousseau o trabalho de aglutinar os conceitos que passaram a formar a imagem do sujeito amoroso moderno (ELIAS *apud* FREIRE COSTA, 1998). O suíço o constrói a partir de uma visão a respeito das potencialidades do amor, do sexo e do casamento, que divergia dos teóricos do desejo e do prazer – Hobbes, Locke e Condillac.

Rousseau parte da conceituação de Hobbes a respeito do *amor de si* como *egoísmo* e propõe uma resignificação desse amor. Para o filósofo suíço, o *amour de soi* nasceria como resposta dos instintos da criança de se apegar à sua nutriz, daqueles que a alimentam e cuidam. Dessa forma, o que transformaria o instinto em sentimento, “positivo” ou “negativo”, amor ou ódio, seria a intenção por parte daquele que cuida da criança em lhe ser útil ou lhe prejudicar, confortando-lhe ou lhe rejeitando (FREIRE COSTA, 1998).

Rousseu identifica, assim, o *amour de soi* como um instinto positivo, gerando paixões afetuosas e doces, como o amor de uma mãe para com seu filho. Tal princípio instintivo só se tornaria mau caso se transformasse em *amour propre* – que nasceria da comparação do sujeito com outros, gerando paixões carregadas de sentimentos nefastos como raiva e agressividade, tal como vimos na personagem Adriana. Na concepção que temos hoje do amor, poderíamos

identificar o *amour de soi* simplesmente como amor e o *amour propre* como paixão – mas, até chegarmos a esse ponto, muitas resignificações e transmutações culturais e semânticas ocorreram.

May argumenta que, no contexto moderno, com o declínio da autoridade da religião e das tradicionais hierarquias sociais, o amor passa a ocupar um papel de extrema relevância, de resposta ao sentido da vida, que outrora havia sido ocupado apenas por Deus. O amor tem, assim, um papel fundamental na teoria do *bom selvagem* de Rousseau: esse afeto faria parte da natureza inerentemente boa e livre do ser humano, que seria corrompida por um processo civilizador “equivocado”, tóxico, que produziria anomalias emocionais, como o *amour propre*.

Assim, o filósofo suíço não apenas propôs inovações com relação à organização social, mas também no que tangia às esferas afetivo-sexuais. Na realidade, Rousseau não enxergava dissociação entre essas três áreas – essa foi certamente uma de suas grandes inovações para a história da intimidade humana.

Para o iluminista, o desejo sexual nada mais seria que um anseio humano por complementaridade – assim, o sexo seria uma forma da natureza que nos impeliria a sermos sociáveis, uma força, portanto, positiva. Para Rousseau, fazia-se apenas necessário educar as paixões, desejos e prazeres tendo como objetivo sua moderação a fim de construir uma vida equilibrada em sociedade (FREIRE COSTA, 1998; MAY, 2012).

Em suas concepções de amor e sexualidade, o suíço claramente remetia aos ideais platônicos, como fez boa parte do Iluminismo. Apesar do amor ser concebido como erótico em seu ímpeto inicial, Rousseau entendia que a impulsividade seria algo que deveria ser evitado, para possibilitar formas mais elevadas do afeto – dialogando com as noções gregas e agostiniana de que o desejo é importante, mas que deve ser ascendido, como uma escada ascendente rumo ao verdadeiro amor. Nesse sentido, o casamento seria umas das relações humanas mais benéficas para criar as condições de revelar a bondade natural dos indivíduos, tendo um caráter pedagógico no aprimoramento do homem e mulher engajados na relação. Como afirma Freire Costa, “o casamento e a família serão, para Rousseau, o lugar do apogeu do amor” (FREIRE COSTA, 1998, p.68) – um arranjo social, afetivo e sexual que se tornaria, a partir desse momento, sinônimo de sucesso e felicidade pessoal.

Com Rousseau, novos conceitos são englobados na ideia do sentimento amoroso: o da *autenticidade* pessoal, alcançada ao se dedicar a um ser amado e ao ser amado; o direito, e mesmo obrigação, de determinar seu próprio destino (inclusive afetivo), independente de sua

origem social ou do(a) escolhido(a); e, finalmente, a relação sexual e sua culminação no orgasmo com o ser querido como a realização da união espiritual entre duas pessoas – passando o outro, portanto, a encarnar o que concebemos como o *bom, belo e verdadeiro*. Em apenas uma instituição burguesa, Rousseau mescla sexo, amor e felicidade, destronando Deus do lugar máximo e único capaz de fornecer bem-estar e júbilo à experiência humana.

É muito interessante como esse ideário pôde manter-se vivo, mesmo após três séculos de intensas modificações na cultura ocidental. Todos os pontos que Rousseau trouxe, resgatou ou adaptou ao sujeito amoroso moderno podem ser achados nos filmes analisados. A questão da *autenticidade* pessoal, encontrada ao se dedicar ao sentimento amoroso, está em primeiro plano no filme *De Pernas pro Ar* (2010): enquanto Alice não se entrega ao amor – apaziguado, familiar, contruído “tijolo a tijolo” – por seu ex-marido e pai de seu filho, a personagem não se faz plenamente “achada” em si mesma. Somente ao se dedicar ao nobre sentimento ela consegue montar o quebra-cabeça de uma identidade plenamente feliz.

Determinar o seu próprio destino parece ser a mensagem onipresente em todas as películas analisadas – e está na linha de frente de *S.O.S Mulheres ao Mar* (2014) e *Loucas pra Casar* (2015). As protagonistas Adriana e Malu, a partir de situações ruins, sobre as quais não tinham controle, decidem “tomar as rédeas da própria vida” nas mãos. Assim, fazendo escolhas mais equilibradas e em sintonia com sua própria intimidade (um conceito absolutamente burguês, como demonstrarei nas sessões à frente), conseguem “dar a volta por cima”, para usar uma frase cinematográfica clichê, que é o que os filmes parecem querer demonstrar como moral.

A relação sexual como união espiritual entre duas pessoas que devem se amar é uma noção claramente presente em *Os Homens são de Marte* (2014) e *De Pernas pro Ar*. No primeiro, o discurso deixa implícito que, apenas quando Fernanda consegue domar seu desejo – transando só quando o homem demonstra que seu interesse ultrapassa a questão sexual –, é que ela consegue estabelecer uma união duradoura. No segundo, a mensagem implícita é que um falo artificial – o *sex toy* – pode eventualmente divertir, mas não preenche uma alma de amor.

O curioso é observar, conforme apresentado na parte inicial deste capítulo, que o matrimônio na época pré-moderna não estava relacionado à atração, prazer sexual ou amor, tendo uma função primordialmente utilitária na classe camponesa e política/econômica na nobreza (GIDDENS, 1998). Assim, quando Rousseau propõe a união marital como um

modelo afetivo-sexual que unisse a livre escolha de seu parceiro, desejo sexual, amor e monogamia, penso no alvoroço causado por tais ideias nos cafés ilustrados da época moderna.

A modernidade, em grande medida, consistiu na capacidade de imaginar vínculos político-sociais em novas maneiras. Esses novos laços imaginados incluem não apenas relações políticas, mas, talvez mais importante, utopias da felicidade privada (ILLOUZ, 2012, p.203).

Assim, a narrativa de todos os filmes de comédia romântica que compõe o *corpus* deste trabalho – e uma infinidade de outros – reverberam uma utopia de felicidade privada criada na Modernidade, em especial a partir de Rousseau. Nela, a noção de casamento como morada suprema do amor e da autorrealização, em especial da mulher, dá base a todo o funcionamento da família nuclear burguesa e de boa parte dos produtos culturais que serão destinados ao público feminino, a partir de então.

3.5 Sensibilidade romântica

Segundo Campbell (2001) e o teórico de teatro germano-brasileiro Anatol Rosenfeld (1969), a sensibilidade romântica já está presente na cultura ocidental desde o século XVIII. Em torno de 1770 e até os primeiros anos da década de 1780, surge¹⁹ na Alemanha, impulsionado em boa medida por Rousseau e autores ingleses, o primeiro movimento romântico amplo da Europa. Ele foi responsável por ajudar a marcar no imaginário coletivo ocidental – em especial no feminino – as formas mais expressivas atreladas a conceituação de amor romântico.

Na Alemanha, ele arrebatou autores que hoje consideramos de renome como Hamann, Herder, Lenz, os jovens Goethe e Schiller. Marcaram esse período:

O violento impulso irracionalista, a luta contra a Ilustração e contra os cânones classicistas da literatura francesa, aos quais se opõem o subjetivismo radical, a tendência ao primitivo, a expressão imediata e espontânea das emoções, o empenho pelo poema e pela canção populares (*Volkslied*) e o gênio supostamente bruto e inconsciente de Shakespeare (ROSENFELD, 1969, p.146).

Essa primeira safra de autores bebeu do pessimismo de Rousseau com relação à sociedade e civilização modernas, assumindo uma postura de “dor do mundo” (famoso *Weltschmerz*, de Werther) – um lugar que havia se tornado corrompido, morada incompatível para um espírito verdadeiramente livre, criativo e apaixonado. O que nasceu como uma

¹⁹ O movimento romântico alemão segue até a década de 1830, quando eclodem inúmeras revoluções em toda a Europa, inclusive em território germânico, buscando sua então fracassada unificação (ROSENFELD, 1969).

revolta dos jovens poetas burgueses contra o absolutismo alemão acabou transbordando como ódio à sociedade em geral e assumiu cores anárquicas. “O homem genial é fatalmente condenado a definhar no cárcere do mundo” (*ibidem*): um tema recorrente nessa vertente, segundo Rosenfeld – e que influenciaria o romantismo europeu que veio a seguir.

O momento de Goethe e seus compatriotas seria classificado posteriormente, por historiadores da literatura alemã, como *Sturm und Drang* (Tempestade e Ímpeto) e classificado por alguns como “pré-romântico”. No entanto, como aponta o crítico germano-brasileiro, esse é o movimento cultural que produziu algumas das principais obras consideradas *românticas*, como *O sofrimento do jovem Werther*, o drama medieval *Goetz von Berlichingen* e um fragmentos do que mais tarde se tornaria *O Fausto* (ROSENFELD, 1969).

Durante a década de 1790 foi o auge, na Inglaterra, dos chamados romances góticos, que retomavam os cenários medievais do amor cortês. Castelos, enlances apaixonados proibidos, a penumbra acobertando o arrebatamento dos amantes e o adendo sobrenatural provocando reviravoltas nas narrativas também eram onipresentes. Tudo acontecia sob a égide de uma sensibilidade à flor da pele, com direito a muitas lágrimas, demonstrações evidentes e arroubos de afeto. Tal tipo de sensibilidade, já no final do século XVIII, começou a ser percebida como “afetada”, principalmente com os ecos culturais da lógica iluminista tornando-se mais presentes. Porém, vale notar que parte dessa afetação influenciou os gêneros dramáticos no cinema e folhetinesco na televisão, quase três séculos depois (CAMPBELL, 2001).

Nos primórdios do Iluminismo, os gostos e excessos aristocráticos, que levavam um estilo de vida hedonista, eram alvo de críticas de uma intelectualidade que entendia tal configuração como irracional e desonesta para com o restante da população. No caso da França, por exemplo, 80% dos ganhos dos camponeses eram destinados aos impostos, em grande parte para manter as guerras francesas no exterior e os custos da numerosa e opulenta corte de Luis XVI. A esposa do monarca, Maria Antonieta, foi executada, como seu marido, principalmente por representar uma atitude frívola e egoísta, considerada em desarmonia com a crise econômica e alimentícia pela qual passava a nação. A famosa frase que se atribui à rainha deposta, “se não há pão, comam brioche”, denota a desconexão aristocrática em relação a um país assolado pela fome (*ibidem*).

Porém, nos últimos anos do século XVIII e início do século XIX, a lua de mel com a “revolucionária” burguesia já havia passado. A classe opositora à aristocracia absolutista se mostrava fria, pouco rebuscada esteticamente, limitada emocionalmente, excessivamente

racional. Pouco a pouco se instaurou uma crise cultural que questionava os ditames iluministas da razão como máxima capacidade humana. Os arroubos do afeto amoroso passional mais uma vez voltavam à cena (*ibidem*; CAMPBELL, 2001).

Numa reviravolta de roteiro, os burgueses “sensíveis” – ilustrados e educados – passaram a nutrir uma melancolia pela visão hedonista, pela sensibilidade emotiva e artisticamente elaborada da deposta aristocracia. Assim, como afirma Campbell, o romantismo se apossou de grande parte das ideias e práticas que balizaram o movimento sentimentalista anterior (que eclodiu nos romances góticos) enquanto os “modificava e ampliava com meios significativos, representando assim uma evolução posterior daquela corrente de sentimento” (CAMPBELL, 2001, p.251).

Tal contrafluxo à racionalidade geraria uma radicalização do movimento romântico, que pôde ser verificado principalmente no romantismo alemão. Segundo diversos autores, foi o movimento ocorrido naquele país que reviveu valores ancestrais e deu-lhes nova intensidade, gerando boa parte dos ideais que foram julgados “românticos”, em especial até a primeira metade do século XX. Como afirma Rosenfeld, tanto os alemães do *Sturm and Drang*, quanto os românticos posteriores, deslocaram o centro gravitacional do pensamento estético: passava a importar, sobretudo, não mais a obra, mas a autoexpressão da subjetividade do poeta, e seu ato criativo.

A verdade poética antes obtida pela imitação da natureza passa a buscar a *sinceridade* e *autenticidade* de uma interioridade que se expressa. A obra, antes válida enquanto objeto perfeito vale agora, sobretudo, como revelação da verdade íntima do criador. “A ‘perfeição’ é nociva na medida em que suprime a sinceridade e espontaneidade” (ROSENFELD, 1969, p.149).

Assim, como argumenta Freire Filho:

Detentora de grande valor simbólico, a noção de autenticidade se firmou, ao longo do romantismo europeu, como um critério básico para o julgamento ético do comportamento individual e para a avaliação do mérito dos bens culturais. Opunha-se tanto à divisão consciente entre *ser* e *parecer*, encarada como uma forma de servidão às pressões sociais, quanto à criação artística pautada por “interesses comerciais” mesquinhos, e não pela paixão e pelo furor poético. A reivindicação da autenticidade por parte da *intelligentsia* europeia do final do século XVIII e início do século XIX traduzia, pois, o mal-estar de um segmento social diante da modernidade, avaliada como prosaica e competitiva, eivada de artificialismo na linguagem, no comportamento e na arte (FREIRE FILHO, 2007, p.139).

O amor seria, nesse contexto, entendido como parte da expressão autêntica da subjetividade do indivíduo. Para Simon May, principalmente a partir do romântico alemão

Friedrich Schlegel (1772-1829), as representações de amor não seriam mais, fundamentalmente, um caminho para originar uma família, conforme os cânones estabelecidos por Rousseau. As histórias de amor passariam a dar à uma relevância sem precedentes do sexo – que seria o responsável por dissolver a divisão entre homem e mulher, entre seres humanos, mesmo que não houvesse união marital. Tal visão era vista com certa desconfiança pela sociedade da época, por propor modelos afetivo-sexuais considerados “desviantes” e que poderiam poluir a cabeça das mocinhas “de família”.

Conforme demonstrei ao longo do capítulo, é possível perceber que esta não é a visão “romântica” que vinga nos filmes de comédia romântica analisados – e sim, o romantismo moderado, marital e familiar rousseauiano. Quis fazer essa retomada histórica e conceitual exatamente para tornar visível o fato de que não há uma unidade na visão do pensamento romântico. Ele se divide, assim, em duas correntes principais: uma mais ligada aos preceitos mecanicistas, iluministas e aos ideais roussonianos, que chamo de *amor burguês*; e outra que representa a visão romântica “radical”, subjetivista, buscando a expressão do eu-autêntico dos alemães e ingleses, que chamo de *amor romântico*. Tais correntes irão dialogar no movimento literário romântico do século XIX, que instaurou os primeiros traços da cultura midiática que vivemos hoje.

3.6 A indústria literária do amor

“Hetty nunca tinha lido uma novela; como poderia encontrar uma forma para suas expectativas?” (ELIOT, 1859 *apud* ILLOUZ, 2012, p. 204) – essa frase sintetiza boa parte dos questionamentos feitos por Eva Illouz nos livros *O Amor nos Tempos do Capitalismo* (2011) e *Why love hurts* (2012). A autora argumenta que a criação do capitalismo seguiu lado a lado com a formulação de uma “cultura afetiva intensamente especializada” que revela “uma outra ordem na organização social do capitalismo” no qual os sentimentos, em especial o amor, possuem papel fundamental (ILLOUZ, 2011, p.11).

Pode-se considerar o *capitalismo* como filho de uma conjuntura filosófico política (e afetiva) iluminista, com uma reconfiguração econômico-trabalhista concluída pela Revolução Industrial – revolução essa que começou na Inglaterra, se estendeu por toda Europa ocidental e chegou até os Estados Unidos. Uma ideologia econômica profundamente influenciada pelo ideário protestante: que exalta o trabalho duro como prática fundamental de construção de um destino autônomo e de sucesso; e que propõe uma visão familiar da expressão dos afetos e

suas práticas decorrentes. Assim, o amor e as relações sexuais deveriam estar circunscritos à família, ao casamento: reduto de paz frente a um mundo em transformação (ILLOUZ, 2011). A ética protestante se aproximava, dessa forma, da concepção rousseauiana de amor como instrumento pedagógico das paixões nefastas do homem em prol da construção de uma sociedade harmoniosa e próspera.

Paralelamente a essa mudança de mentalidades e consolidação de novos costumes, entre 1760 a 1840 – período conhecido como Primeira Revolução Industrial –, a Europa passou pelo processo de transição da produção artesanal para a manufaturada, que implicou numa produção de bens por máquinas, novos produtos químicos, uso crescente do carvão e energia a vapor. Já de 1840 a 1870 – na chamada Segunda Revolução Industrial – o processo fabril se intensificou devido ao progresso tecnológico. A disseminação de fábricas a vapor possibilitou a produção em larga escala e a construção de navios e ferrovias que viabilizavam tanto a circulação de insumos quanto o escoamento dos produtos. Tal conjuntura, somada a um imenso contingente populacional urbano (proveniente de expurgos do campo), formaram uma massa proletária, assalariada. Dessa maneira, tendo esse cenário estrutural, foi possível à classe burguesa, crescentemente endinheirada, produzir um crescimento econômico sem precedentes, até então, na história humana (MORIN, 1997; BONINI *et al.*, 2006).

Assim, como afirma Guy Debord (2016), havia a produção de mercadorias e um público com algum poder aquisitivo para consumi-las: estava dada a largada do crescimento exponencial do comércio e do conjunto de práticas que tornaria uma simples mercadoria em um verdadeiro fetiche de consumo. É nesse ponto que o reles operário, até então desprezado pelas burguesias industrial e mercantil, passa a ser enxergado como “potencial consumidor” pelas mesmas. No processo de curialização da classe operária – e todas as outras – para a sociedade de consumo, os meios de comunicação de massa tiveram um papel fundamental (DEBORD, 2016).

Se, durante a Idade Média, a mídia impressa deu seu primeiro grande salto tecnológico com a invenção da prensa por Gutemberg (1439), a partir do século XVIII o jornalismo começa a se voltar para a produção massiva para atender às massas. É nesse período que surgem as primeiras publicações dirigidas para as voluptuosas camadas urbanas. Os jornais e revistas nasceram, principalmente, da descoberta dos empresários a respeito do potencial comercial do jornalismo como negócio lucrativo. Aliando notícias e anúncios dos mais diversos, os diários e revistas tinham por objetivo informar, entreter e auxiliar seus leitores – e leitoras – a escolher os melhores produtos (FREIRE FILHO, 2007). São dessa época o *The Times*, que

começa a circular em Londres, em 1785; o *The Guardian* em 1821; e o *New York Sun*, vendido a apenas um centavo de dólar, em 1833.

É no contexto romântico que começa a se configurar uma indústria cultural que funcionaria a pleno vapor no século XX. Jornais, revistas, livros, moda e até mesmo o surgimento das primeiras celebridades foram colocados para fazer girar a roda de venda de mercadorias. Como argumenta Freire Filho (2007), coube à mídia o papel de fortalecimento entre *romantismo* e *consumismo*, associando produtos e atividades de consumo de um ideário e consideradas “românticas”: bombons, lingerie, buquê de flores, viagens para destinos paradisíacos, casamentos dignos de conto de fadas – esses são apenas alguns dos itens que passaram a rondar a vivência, no senso comum, de um grande amor.

Com relação aos filmes analisados, percebe-se esse ideário presente, em todos eles, em diversos momentos: as lingerie como elementos de fetiche erótico estão presentes em *De Pernas pro Ar* (2010) e *Os Homens são de Marte* (2014); as pétalas vermelhas e um pedido de casamento cinematográfico em *Os Homens são de Marte*; a boda “dos sonhos” em *Loucas pra Casar* (2015) e *Os Homens são de Marte*; a viagem para destinos românticos em *S.O.S Mulheres ao Mar* (2015). Todos os filmes apresentam mais uma série de comportamentos e atitudes de consumo que, a partir do século XIX, foram atrelados à experiência romântica.

A psicanalista e jornalista brasileira Maria Rita Kehl (2016) retoma o trabalho de Richard Sennet, que atribui à constituição do lar burguês a consolidação da divisão da esfera pública e privada. Tal divisão seria reflexo de uma separação da expectativa social com relação aos papéis de gênero. A mulher deveria cultivar uma vida íntima elevada, prendada, recatada e confinada à proteção do lar; ao mesmo tempo que deveria ser uma presença leve, agradável e sem grandes preocupações – além da boa educação dos filhos e cuidados com o marido. O homem se ocuparia de, fora de casa, trazer o sustento para a família, além de se interessar e/ou se ocupar com decisões políticas, econômicas e científicas relevantes (SENNET *apud* KEHL, 2016).

Assim, boa parte do arcabouço simbólico conectado à experiência romântica foi construído pela propaganda, mas também, pela literatura da época. No isolamento social da família nuclear burguesa, o cultivo da interioridade subjetiva, a partir de atividades ilustradas – como a literatura e a escrita – fazia parte do processo de individualização pelo qual o modelo familiar passou durante a modernidade. Os livros disponíveis ofereciam a nova realidade social-afetiva para as camadas médias, em especial para as suas mulheres. Se o amor cortês havia sido uma experiência narrativa ao alcance apenas de algumas nobres

abastadas, a partir da Modernidade, o evangelho do amor romântico passou a estar disponível, na forma de romances, para a multidão de mulheres da classe média (SOLOMON, 1991 *apud* FREIRE COSTA, 1998).

Dessa forma, emerge novamente a tendência da leitura de romances de grande “sensibilidade”, publicados em escalas literalmente industriais, que terminariam de consolidar os ideais afetivos da Modernidade. De uma mistura de conceitos um tanto indigesta – composta pelo ideal de amor apaziguado e marital proposto por Rousseau; e da paixão potencialmente mórbida, avassaladora, sensual, sexual e hedonista, herdeira do amor-paixão medieval – nasce a configuração de amor romântico que povoou o imaginário coletivo até meados do século XX.

Illouz, em *Why love hurts* (2012), trabalha em um dos capítulos, intitulado *Da Fantasia Romântica à Decepção*, como o exercício da imaginação foi central para o surgimento de uma consciência e subjetividade modernas. A socióloga cita Weber e Adorno para demonstrar como a capacidade de imaginar é imprescindível para o processo capitalista, ao se transformar numa motriz de produção e consumo, uma integrante essencial na sua cultura estética. Illouz afirma que: “o intrincado relacionamento entre amor e imaginação adquiriu uma particular pungência com a propagação do livro impresso, a codificação do gênero e da fórmula do romance, e da formação progressiva de uma esfera privada (...)” (ILLOUZ, 2012, p.204).

Illouz apresenta a definição de Jeffrey Alexander para imaginação: como algo intrínseco ao processo de representação, algo que mantém um relacionamento próximo com a experiência sensorial real e muitas vezes é um substituto para isso. Nesse sentido, a capacidade do romance para construir identidades através da imaginação – e sua preocupação com os temas do amor, casamento e mobilidade social – fez do imaginário romântico um tema de interesse público. A socióloga prossegue:

A disseminação de público entre as mulheres foi saudada ao longo do século XVIII com uma série de denúncias sobre a perniciosidade moral do romance, que continha o medo quase disfarçado de que isso mudaria a própria natureza, assim como as expectativas emocionais e sociais das mulheres. A feminização deste gênero, devido ao seu público predominantemente feminino e ao surgimento de mulheres romancistas, exacerbou a visão de que os romances encorajavam o irreal, assim como a sentimentos perigosos (ILLOUZ, 2012, p.204).

Desde o século XVIII, a capacidade imaginativa passou a ser vista como potencialmente perigosa quando exercida de forma exacerbada, sem autocontrole, principalmente para as mentes femininas. A autora retoma uma discussão que Campbell

(2001) também aponta: como diversos autores ironizavam as mulheres leitoras assíduas de romances e criticavam, em boa parte pelo caráter feminino do público, esse gênero literário.

O entretenimento literário deveria ser usado em doses moderadas pelas mocinhas e esposas burguesas no conforto e proteção dos seus lares. Ou mesmo manter as jovens proletárias na reclusão de suas casas e dormitórios, longe de rapazes e confusões, que naquele momento seriam basicamente sinônimos. No geral, a compulsão pela leitura de romances era criticada pela *intelligentsia* da época, por ser um hábito que poderia moldar negativamente as expectativas quanto à experiência da vivência amorosa. Tais ânsias gerariam um fenômeno que Illouz chama de “amor por antecipação”, cuja forma deveria seguir os cânones daquilo que era considerado “romântico” (CAMPBELL, 2001; ILOUZ, 2012). Assim, a previsão criaria um exercício imaginativo que faria a pessoa esperar que o amor da vida real se portasse como os vividos nos romances – que costumam ter bem pouco de *realidade* em seus conteúdos. Com relação ao exercício imaginativo, Campbell complementa:

A leitura desses romances era retratada como não sendo meramente habitual e, conseqüentemente, com probabilidades de levar a uma espécie de decadência emocional e imaginativa, mas também capaz de criar uma generalizada insatisfação com a vida, levando as jovens senhoras (eram sempre as jovens senhoras que eram escolhidas para a referencia a esse propósito) a esperarem que a vida fosse como um romance sentimental (CAMPBELL, 2001, p. 247).

Trazendo tal reflexão para o meu objeto de estudo, questiono-me se as comédias românticas não podem ser acusadas do mesmo “malefício”. Porém, é interessante observar que, ao contrário de boa parte das obras românticas, os filmes analisados propõem cenários e soluções afetivas conformadas ao modelo de família nuclear burguesa, formada por um casal monogâmico, heterossexual, monorracial e oriundo da mesma classe social.

Seria uma perspectiva bem diversa, portanto, da apresentada no livro *Madame Bovary* (1856), que Illouz (2012) analisa. O romance teria retratado a intrincada relação entre imaginação, romance, amor e aspiração social – temas que haviam recém sofrido uma reestruturação conceitual e refletiam questões da sociedade como um todo. Illouz argumenta como a personagem de Emma Bovary, protagonista do livro de Flaubert, havia sido moldada em suas concepções de amor e expectativa de vida pelos romances que lia fanaticamente quando adolescente. A descrição de Flaubert – um homem que escreveu uma protagonista mulher – expõe uma atividade de imaginar que se alimenta de imagens, palavras, paisagens, contextos, sensações e sentimentos atrelados ao gênero feminino e ao amor, repetidos reiteradamente na cultura burguesa da época.

Eles [os romances] estavam cheios de amor, amantes, perseguidos, senhoras desmaiadas em casas de campo solitárias, cavaleiros reluzentes e cavalos mortos em cada página, florestas escuras, corações palpantes, votos, soluços, lágrimas e beijos, passeios à luz da lua, cavalheiros corajosos como leões, gentis como cordeiros, virtuosos como ninguém realmente é, sempre prontos para derramar lágrimas. Durante seis meses, com a idade de quinze anos, Emma sujou as mãos com a poeira de todas as bibliotecas de empréstimos. Mais tarde, com Sir Walter Scott, ela desenvolveu uma paixão por coisas históricas e sonhou com cofres de madeira, guardas de palácios e *minstrels* errantes. Ela desejou poder viver em uma antiga casa senhorial, como aquelas *chatelaines* com vestidos de cintura baixa que passavam seus dias com os cotovelos na pedra de uma janela gótica enrolada por um *trefoil*, queixo na mão, observando um cavaleiro de plumas brancas em um cavalo preto galopando e atravessando o campo em direção a elas (FLAUBERT, 1856 *apud* ILLOUZ, 2012, p.205).

Ao ler esse trecho, é possível observar uma perspectiva emocional bastante diversa da que temos hoje nos filmes que compõem o *corpus* deste trabalho: enquanto nos romances que Emma Bovary lia, uma sensibilidade exacerbada e o sofrimento faziam parte do retrato de um *grande amor*, hoje, tal aspectos são representados como integrantes do quadro de *crise* vivida pelas protagonistas. Assim, ao mesmo tempo em que as comédias românticas dialogam com elementos de consumo e certos rituais românticos – como o presenteio de buquê de rosas e o cortejo da mulher –, negam boa parte das práticas afetivas conectadas ao momento mais radical do movimento, que incentivava, não raro, a traição e a dor emocional.

Por outro lado, Campbell investiga como o consumo dos romances auxiliou no processo de surgimento de uma postura crítica com relação aos valores tradicionais, enxergados como excessivamente obtusos e maçantes, frente às possibilidades de experiências sensoriais, sensuais e hedonistas que um romance poderia ocasionar – ainda que apenas mentalmente. O autor articula a estética romântica a uma retomada e enaltecimento de valores identificados a um modo de vida das antigas cortes europeias. Como o sociólogo indica, os novos ricos – frutos de uma ética protestante – desenvolveram um modelo de consumo para a classe média que se reconectava a estilo de vida aristocrático, inclusive em suas fantasias amorosas (CAMPBELL, 2001).

Em termos cinematográficos, percebe-se que esses traços foram presentes, sobretudo, até a década de 1930, quando eclode o *happy ending*²⁰, reafirmando uma perspectiva de vida protestante, moralmente reta. O século XX traria a intensificação da produção de uma indústria cultural, no qual o cinema foi um dos principais pilares para a consolidação e transmutação do amor moderno. A sétima arte refletiu diretrizes econômicas, políticas e

²⁰ Abordarei a perspectiva cinematográfica e o *happy ending* no próximo capítulo.

morais que determinaram que os tempos de amores dramáticos com finais trágicos deveria chegar ao fim (MORIN, 1997).

4. CAPÍTULO 3: CINEMA, REPRESENTAÇÕES, CRISE E FELICIDADE

Neste capítulo, me focarei no surgimento do gênero cinematográfico das comédias românticas e suas imbricações com o público feminino; analisarei a serialização, tipificação e arquetipação no cinema – responsáveis por produzir modelos de feminilidade para consumo; e examinarei as críticas feministas em relação a essa padronização.

4.1 Contexto histórico e o surgimento do cinema no mundo

De uma fusão de conceitos um tanto contraditórios como o ideal de amor marital, simples, disciplinado e apaziguado proposto por Rousseau e a paixão avassaladora, sexual, clandestina, nobre e hedonista propagada pelo romantismo alemão, nasce a configuração de amor romântico que povoou o imaginário coletivo até meados do século XX.

Em tal cenário, a conexão entre *romantismo* e *consumismo* se estabelece e intensifica-se. O sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997), que se dedicou a desenvolver uma sociologia interpretativa do jogo de poder nas distinções econômicas e culturais de uma sociedade capitalista hierarquizada, discorre acerca da não arbitrariedade da produção simbólica na vida social. Nessa acepção, o amor e o romance não apenas proveriam um sentido de beleza e pertencimento à existência humana, como agregariam um elevado valor simbólico às práticas de consumo relacionadas à experiência amorosa. Segundo Campbell (2001), os novos ricos desenvolveram um ideal de consumo para a classe média que se reconectava a estilo de vida aristocrático, inclusive em suas fantasias ligadas ao amor: lingerie refinadas, espartilhos, restaurantes caros, buquês de flores, casamentos pomposos e viagens para destinos glamourosos passaram a fazer parte, no imaginário coletivo, do que deveria significar um grande romance.

O século XX traria uma aceleração dos meios de produção que permitiria que tais ideais fossem propagados a públicos realmente massivos. Metodologias de gerenciamento como o taylorismo – que objetivava o aumento da eficiência ao nível operacional – e o fordismo – que pela semiautomatização visava uma produção massificada para consumo em larga escala – teriam impacto também sobre a indústria cultural. Livros, jornais, revistas, o cinema e, finalmente, a televisão orientariam a sua evolução em direção a um espectro de consumo intenso. Nesse sentido, de acordo com Morin (1997), a indústria cultural se equilibraria entre a dicotomia padronização-invenção, pois fabricaria narrativas em série com

base em modelos previamente racionalizados, contanto que as produções apresentassem certo grau de originalidade – o que criaria a atratividade desses produtos. Os novos itens para consumo trariam em si, ao mesmo tempo, ares de novidade e do familiarmente conhecido.

O capitalismo industrial também criou a demanda de consumo para esses itens e serviços culturais ao fabricar a extensa classe dos trabalhadores assalariados. A eles foi concedida uma jornada de trabalho regulada e mais curta²¹, fim de semana e férias, possibilitando-lhes não somente descansar para trabalhar no dia seguinte, mas ter tempo para consumir os novos produtos e serviços disponibilizados pelas pulsantes indústrias. Tal conjuntura econômica e social treinaria o operário e o empregado de escritório para encontrar, nos seus momentos de lazer, o prazer e a própria personalidade renegados no trabalho (MORIN, 1997).

Nesse cenário, o cinema emergiria como um divertimento para as massas, inaugurando uma era de predominância visual. Entre 1893 e 1895, aconteceriam as primeiras exibições de mecanismos que projetavam imagens em movimento. Foi quando o quinetoscópio patenteado por Thomas A. Edison nos EUA e o cinematógrafo dos irmãos Louis e Auguste Lumière, na França, surgiram perante o mundo. Tais artefatos não possuíam uma linguagem própria e estavam mesclados a outras formas culturais, como o teatro popular, os espetáculos de lanterna mágica, as revistas, os cartuns e os cartões-postais. Os dispositivos que projetavam imagens surgiram como mais uma curiosidade entre várias invenções e eram exibidos em palestras, nas exposições universais ou junto a outras formas de divertimento popular (COSTA, 2006).

De 1895 a 1915, ocorreriam diversas transformações tanto com relação à tecnologia desses artefatos quanto nas suas formas de produção, distribuição e exibição, configurando o que Flávia Cesarino Costa (2006), especialista em História do Audiovisual, chama de *primeiro cinema*. Em 1905 nasceriam os *nickelodeons* – armazéns ou depósitos adaptados para exibir filmes para um grande número de pessoas. Eles apareceram quando, ao identificar uma demanda crescente, empresários do ramo de diversões começaram a utilizar espaços mais amplos que os cafés e teatros de variedades para a exibição exclusiva de filmes.

Ao contrário dos ambientes usados anteriormente para exibição cinematográfica, frequentados pela classe média, os *nickelodeons* eram visitados por trabalhadores de poucos

²¹ Nos primórdios da Revolução Industrial, as jornadas nas fábricas europeias atingiam facilmente 18 horas diárias. Foi essa situação que motivou a organização dos trabalhadores em prol de redução das horas da jornada e por condições salubres de trabalho, primeiramente para crianças e mulheres. As reivindicações atravessaram o oceano e em 1º de maio de 1886, quando 180 mil pessoas foram às ruas em Chicago para reivindicar a diminuição do expediente de 16 para 8 horas diárias (ANJOS, 2014).

recursos que se apertavam em assentos improvisados em caixotes ou assistiam aos filmes mesmo em pé, por alguns poucos centavos. Segundo Costa, os *nickelodeons* se espalharam por todos os Estados Unidos e enriqueceram pequenos e grandes exibidores. Eles marcam o início de uma atividade cinematográfica industrial ao aumentar a procura por filmes, em especial os de ficção – o que forçou uma reorganização industrial da produção a fim de atender à demanda crescente.

A partir de 1909, para atrair novamente o público classe média, o cinema reformularia seus espaços de exibição, a duração das películas e consolidaria linguagem e categorias definidas, tornando-se um divertimento de “todas as classes sociais” e não mais apenas um “teatro de operários”:

Os filmes de rolo único já não são populares: foram substituídos pelos longas. Há novas companhias independentes. A exibição de filmes agora é dominada pelos enormes e luxuosos palácios do cinema, muitos deles propriedade das empresas produtoras de filmes. O melodrama, com sua moralidade polarizada e defesa da ordem social, passa a ser o gênero dominante (COSTA, 2006, p.28).

Assim, em 1915, o cinema já havia alicerçado sua indústria, códigos e modo de exibição particular. Esses passariam por um salto evolutivo com o advento do som no cinema, popularizado a partir da década de 1930 (MORIN, 1997; COSTA, 2006).

4.2 Primórdios do cinema no Brasil

Segundo Bernadette Lyra (2007), professora titular na Universidade Anhembi Morumbi, o cinema no país começaria já sob o signo da visão industrial e da importação de modelos. Ao redor desses dois núcleos se fundamentaria, nas primeiras décadas do século XX, toda a produção, realização e difusão de filmes no Brasil.

O cinema se difundia como entretenimento rentável, especialmente nos EUA, e a oportunidade de um novo negócio atrairia a primeira geração de produtores e distribuidores a atuar nas cidades brasileiras. É importante considerar que o Brasil vivia um grande afluxo de imigrantes, em especial europeus, que fugiam da guerra e da fome e vinham em busca de trabalho. Boa parte dessa mão de obra já tinha passado por setores industriais em seus países de origem, sendo direcionada para o crescente setor brasileiro de entretenimento. Além disso, muitos desses imigrantes já havia também conhecido as últimas tendências do cinema e mantinham contato com amigos e familiares em seus locais de origem, que os indicavam o que estava em evidência em termos de cinematografia. Seria essa população a responsável

pela formação de um público de espectadores no Brasil, ao trazer de fora as projeções luminosas de filmes sobre uma tela branca.

Exemplar é o caso de Pascoal Segreto, um italiano que, aos 28 anos de idade, era empresário do Pantheon Ceroplástico, um museu de cera que se apresentava em vários logradouros do Rio de Janeiro, por volta de 1896. Acostumado a investir no mundo dos espetáculos, Segreto introduziu o primeiro cinematógrafo permanente no Brasil: o Salão de Novidades. Antes dele, o público havia já visto o Kinetographo, trazido pelo empresário português Aurélio da Paz Reis, que estreou em 15 de janeiro de 1897; o Cinematographo Edison, apresentado pelo prestidigitador espanhol Enrique Moya; o Animatographo, do professor italiano Vittorio di Maio e o Cinematographo Lumière, apresentado pelo francês Henry Picolet (LYRA, 2007, p.146).

Pouco a pouco os filmes chegariam, do exterior, ao mercado nacional: em primeiro lugar vieram as películas experimentais citadas acima; em seguida filmes mais elaborados como os de Méliès e Edwin Porter; então surgiram as epopeias italianas; os dramas escandinavos; e, a partir de 1915, os filmes norte-americanos. Estes, já sob o controle dos grandes bancos, entrariam com uma produção maciça e publicidade agressiva, eliminando a concorrência de outros países (VIANY, 1987 *apud* LYRA, 2007).

Já a realização brasileira começaria sob a égide dos retratos da vida cotidiana, assim como nas primeiras produções europeias e estadunidenses. Como marco inicial, Lyra cita o registro da baía de Guanabara feito por Afonso Segreto (irmão de Pascoal) em 19 de junho de 1898, a bordo do navio Brésil que o trazia da França. A partir desse momento, se iniciaria uma produção diminuta de filmetes, feitos com tecnologia precária, que eram exibidos nas salas de divertimento da então capital carioca.

Não tardou para que as paisagens cotidianas se multiplicassem e passassem a dividir a atenção dos curiosos com outros temas de interesse dos habitantes do Rio de Janeiro e demais cidades de proeminência nacional. Melodramas, dramas históricos e patrióticos, registros de casos policiais famosos, filmes religiosos, filmagens de bailes e carnavais forneceriam ao público uma diversidade de escolha dentro de um panorama comum a todos (LYRA, 2007).

O ano de 1908 marcou o início de uma fase áurea do cinema brasileiro, com uma produção intensa. A demanda do público se tornava cada vez maior com a ascendência de uma classe burguesa urbana e uma intensa população de migrantes. Os espectadores já tinham se habituado ao novo entretenimento, exigindo a ampliação do número de salas exibidoras e a variação dos filmes. Nessa época, romancistas, dramaturgos e caricaturistas começaram a se interessar em escrever para o cinema (LYRA, 2007, p.148).

Nesse momento, os proprietários das salas de exibição resolveriam investir na produção cinematográfica. Seriam construídos estúdios e neles feitas películas que iriam

concorrer com as estrangeiras. Ambas seriam exibidas em teatros, circos, pavilhões e até mesmo cafés dos grandes centros – ou nas exibições ambulantes, que rodavam pelo interior do país. As comédias, em especial aquelas que apresentavam um olhar irônico sobre a realidade brasileira, se tornariam o gênero de cinema mais popular naquele momento.

Mas, desde 1911, com a chegada da primeira leva de capitalistas norte-americanos interessados em investir em cinema no Brasil, os filmes estrangeiros começaram a tirar espaço das produções feitas no Brasil, fato que foi se intensificando, causando progressiva regressão na produção local (...). Ao fim da década de 10, a produção cinematográfica brasileira entrava em crise e passava a sobreviver com a ajuda da filmagem de jornais e documentários que, então, se transformavam em um gênero básico para o mercado exibidor (...). A dificuldade em importar material, por ocasião da Guerra de 1914, prejudicou em muito a produção fílmica. Além disso, os Estados Unidos se aproveitaram do envolvimento da Europa no conflito para intensificar uma política agressiva de exportação de produtos cinematográficos para países como o Brasil (LYRA, 2007, p.152).

A chegada da tecnologia do som a Hollywood modificaria o cinema como um todo, inclusive no Brasil. Foi na década de 1930, tendo o carnaval como temática principal, que a indústria cinematográfica brasileira retomaria seu fôlego de produção, vinculando-se com o rádio e a indústria fonográfica.

4.3 Verossimilhança, aburguesamento do imaginário coletivo e o herói simpático

A indústria cinematográfica americana ganharia um impulso impressionante com o advento do áudio sincronizado, fazendo com que o espetáculo assumisse tons mais realistas em todas as esferas possíveis. De acordo com Edgar Morin (1989), a sincronicidade dos ruídos, a precisão das palavras, a voz dos atores, o canto e a música da cena determinariam um tom mais verossímil aos filmes. As linhas de força que orientavam o imaginário em direção ao realismo estavam presentes também no que tange às temáticas, que reproduziam um aburguesamento do imaginário coletivo – presente na vida real como um todo. Dos castelos medievais e reinos exóticos que ilustravam o momento anterior da indústria fílmica, o pano de fundo passaria a ser composto, majoritariamente, pelo cotidiano da classe média americana – exportado como modelo social para o restante do mundo.

Outro fato interessante foi o processo de psicologização da cultura afetiva dos Estados Unidos – que faria sentir-se também no cinema. As conferências de Freud na Universidade Clark, em 1909, teriam dado início a leituras menos dicotômicas e mais complexas dos filmes. Devido a essa ampliação simbólica, o papel do inconsciente na determinação do destino

pessoal; o caráter sexual da maioria dos desejos humanos; e a família como origem do psiquismo e causa última de suas patologias passariam a ser componentes da construção das tramas. Eles representariam desafios com os quais o público médio poderia se identificar, além de indicar “saídas” para sobrepujar as situações de crise, entrando em sintonia com uma *cultura terapêutica* que se expandia para uma série de outros artefatos midiáticos, em especial os voltados para o público feminino (ILLOUZ, 2011).

Esse processo integraria o empuxo de tecnologização, profissionalização e diversificação que visaria tornar a indústria cinematográfica um negócio cada vez mais lucrativo. Parte desse movimento se basearia no entendimento de que a oferta de uma realidade “melhorada” – que pudesse gerar identificação no público e injetar boas doses de otimismo num país arrasado pela Grande Depressão de 1929 – funcionaria como estímulo ao consumo.

No esforço pela ampliação do público, a divisão entre as categorias de filmes – de amor, fantástico, policial, aventura, comédia – se embaçaria e os mesmos começariam a se mesclar entre si, a fim de se dirigir a uma audiência potencialmente total, maximizando os lucros daquele produto audiovisual. Nesse contexto, de acordo com Morin, a temática romântica tornou-se onipresente em todas as divisões, mesmo nas películas mais violentas, fazendo com que o amor fosse ao mesmo tempo sinônimo de justificativa, redenção e felicidade nas narrativas.

Assim, a criação de estórias de superação com um desfecho “romântico” e “feliz” se tornaria basilar em um momento no qual a construção discursiva da positividade – como valor que habilitaria o indivíduo a se autorrealizar – começaria a se tornar onipresente em diferentes instâncias culturais. Eva Illouz, em *Why love hurts* (2012) aborda como o amor romântico cinematográfico seria, invariavelmente, o valor que justificaria e daria valor a uma vida.

Nesse sentido, em todos os filmes analisados para esta dissertação a hegemonia do sentimento é clara: ele é o *final feliz*, o que dá sentido à existência das protagonistas. Em *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014) tal fato fica claro nas frases finais de Fernanda:

Acho que na vida a gente se apaixona por um só motivo: nada nos faz nos sentir tão bem. Eu vou colocar uma foto minha bem grande, vestida de noiva na parede da minha sala. Não me importa se é cafona, eu quero. Uma foto minha bem grande, como símbolo da conquista mais importante da minha vida: encontrar um amor (OS HOMENS SÃO DE MARTE... E É PRA LÁ QUE EU VOU, 2014).

Em *De Pernas pro Ar* (2010) seu papel é tão fundamental que ele chega a se aproximar do fatalismo romântico alemão. Numa das falas finais de Alice, quando é resgatada de um afogamento pelo ex-marido, João, e ele lhe diz, muito preocupado, que achou que ela fosse morrer, Alice responde, ainda em seus braços: “E eu pensei que fosse viver sem você, não é muito pior?”. Ou seja, sem amor a vida simplesmente não vale a pena.

Dessa maneira, como afirma Illouz, o amor romântico teria o poder não apenas de mudar os amantes ou de promover o autoconhecimento deles, mas de realmente possibilitar uma espécie de êxtase religioso, salvando-os de um mundo de solidão, incompletude, desamor e desajuste social (ILLOUZ, 2012).

O fim positivo significaria a felicidade do herói simpático conquistada, invariavelmente, após um certo número de obstáculos e traduziria, não raro, a concretização de um grande romance. Ou seja, o protagonista alcançaria o amor e, portanto, a felicidade por alguma espécie de *mérito*, construído ao longo da estória, contrastando com as saídas trágicas encontradas em grande parte dos arremates narrativos ocidentais anteriores a esse momento. Nessa feita, a insitucionalização do *happy end* como solução narrativa rompe com uma tradição de milênios da tragédia, que desde a época dos gregos era uma das principais modalidades para discutir noções como poder, possibilidades e limites da ação humana (MORIN, 1997; BARROS DA SILVA, 2013).

O *final feliz* também apresentaria um novo tipo de herói e heroína: o *simpático*. Enquanto o sofrimento e morte do herói trágico possibilitaria à plateia um sentimento de purga de seus próprios pecados (ARISTÓTELES, 2008), o *herói simpático* poderia ser lastimado, admirado, mas, sobretudo, amado. Como expõe o roteirista Syd Field, o protagonista precisaria incorporar uma maneira de ver o mundo que deveria gerar identificação na audiência, o que proporcionaria ao público uma autorreflexão sobre sua própria vida (FYELD, 2001). Um *final feliz* para esse personagem poderia ser lido como uma esperança de *final feliz* por quem assistia ao filme.

Tais conclusões introduziriam “o fim providencial dos contos de fadas no realismo moderno” (MORIN, 1997, p.94). Como afirma Morin, com o *happy end* a obra terminaria em uma eterna primavera, na qual o amor – e não raro o dinheiro, o poder ou a glória –, resplandeceria para sempre. É importante atentar que existiriam graus de felicidade apresentadas nessas soluções narrativas: desde a irrupção da felicidade máxima (que congregaria amor, dinheiro e prestígio) até uma esperança da felicidade. Tal paradigma disponibilizaria, na cultura de massa, um novo modelo ético-realista que substituiria a

salvação religiosa e tornaria o conceito de amor-felicidade no núcleo afetivo da subjetividade massiva. Seria dentro desse quadro que se desenvolveria a comédia-romântica nos cinemas.

4.4 Comédias românticas: cinema feito para mulheres

Da década de 1930 em diante, as comédias românticas se apresentariam como um dos principais gêneros híbridos da pulsante indústria audiovisual americana. Elas fariam parte, como as outras transformações citadas, do “aburguesamento do imaginário cinematográfico” (MORIN, 1997, p. 10) – que buscaria criar no mundo fictício o ideal de felicidade burguesa.

Kaklamanidou delinea algumas das possíveis definições de comédia romântica: um híbrido de romance e comédia, centrada no progresso de um relacionamento, e, por ser uma comédia, é finalizada em um final feliz; um filme que tem como motor narrativo a busca pelo amor – e retrata esta missão de maneira leve e com uma resolução, quase sempre, bem sucedida; ou ainda como o gênero que usa humor, risada e a comicidade para contar histórias sobre relacionamentos afetivos e eróticos interpessoais (KAKLAMANIDOU, 2013). Já segundo o teórico de cinema Luís Nogueira (2010), as comédias românticas tendem a estruturar o seu arco narrativo a partir de um desdém inicial, a eventual ruptura do casal e finalmente uma aproximação seguida de reconciliação final dos consortes.

O modelo narrativo de aproximação-desdém-aproximação da definição de Nogueira talvez seja um dos elementos mais característicos do gênero, além do final feliz. Nos filmes que compõe o *corpus* deste trabalho, o que menos se enquadra nessa proposta é *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014). Resultado da adaptação de uma peça teatral escrita pela atriz Mônica Martelli – que faz o papel principal na peça e no filme –, ele parece expressar um entendimento discursivo de quem não se vê obrigado a seguir moldes pré-definidos. A protagonista Fernanda não possui um par que a acompanha a maior parte da história, aproximando-se e afastando-se para depois terminar juntos “para sempre” – a moça passa por uma infinidade de romances mal sucedidos, que simplesmente acabam. Porém a trama é concluída com um final feliz: ela finalmente encontra e se casa com seu “príncipe encantado”.

Nesses filmes, o amor se encontraria disponível em situações cotidianas, o que geraria um impactante efeito de identificação na audiência. A ideia de conhecer o escolhido ou escolhida na fila da padaria seria algo que fomentaria esperanças individuais com relação à própria existência (LIMA, 2010). Com relação aos casais que terminam juntos nos filmes

analisados, existe uma mescla entre o ordinário e o rebuscado como pano de fundo para encontrar o grande amor. Em *De Pernas pro Ar* (2010), o casal já inicia a trama juntos e não é explicado como eles se conheceram; em *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014), Fernanda conhece Tom casualmente em um bar; em *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014) o cenário de um transatlântico não é nada prosaico, mas estava se tornando um sonho comum e realizável para a classe média brasileira pré-crise; em *Loucas pra Casar* (2015) subentende-se que Malu e Samuel se conheceram no trabalho, como tantos casais da vida real.

Nesse universo classe-média, o *final feliz* representaria um epílogo adquirido, não raro, por mérito. O merecimento seria resultado, invariavelmente, de uma transformação interna que tornaria o ou a protagonista pronta para o grande amor. Em *De Pernas pro Ar* (2010), a *workaholic* Alice deixa de ser uma chata, sexualmente desinteressada e familiarmente ausente para se tornar uma mulher empreendedora, mãe atenciosa, sexualmente bem resolvida e amorosa; em *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014) Adriana supera sentimentos moralmente identificados como negativos – tais quais ressentimento e desejo de vingança – e o desenvolve seu *amor próprio* – o que lhe possibilitaria uma vida mais satisfatória em termos profissionais e sentimentais; Malu, de *Loucas pra Casar* (2015), ao buscar o equilíbrio pessoal, retoma o envolvimento com o ex; em *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014), Fernanda aprende a gerenciar melhor sua carência afetiva – o que lhe concederia o direito de terminar em mais um *happy end*.

No artigo “A comédia romântica em Hollywood: o gosto da ‘água com açúcar’”, de 2010, Cecília Lima se inspira do trabalho de Bourdieu e Morin para designar algumas categorias que demarcariam o perfil estético das *romcoms*: o quase onipresente final feliz; a montagem sem grande criatividade; as trilhas sonoras reiterativas e a comicidade moralizante (LIMA, 2010).

O *final feliz* não é um desfecho exclusivo das comédias românticas, mas seu caráter formulesco teria contribuído para o desprestígio intelectual do gênero (MORIN, 1997). Ele seria eternizado numa cena de beijo do casal principal ou do casamento do mesmo, sobre a qual subiria os créditos finais. Dos quatro filmes examinados neste trabalho, dois terminam em cenas de casamento – *Loucas pra Casar* e *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* – e *S.O.S. Mulheres ao Mar* é finalizado com uma cena de beijo entre o casal protagonista.

De acordo com Lima (2010), em termos visuais, os planos e cortes das comédias românticas seguem, em geral, os paradigmas tradicionais e o tempo da trama inclina-se a

seguir o cronológico. Esse é o caso de três dos quatro filmes analisados, com exceção de *Loucas pra Casar*, cuja montagem inclui dois *flashbacks* temporais e um ritmo narrativo mais dinâmico em momentos pontuais.

As trilhas musicais reforçam a ideia, sentimento ou sensação que um ou mais personagens da cena estão sentindo, tendo assim uma função descritiva e enfática. É também em *Loucas pra Casar* que a marcação pela música (*Because I'm Happy*, de Pharrell Williams) assume um papel tão evidente, surgindo todos os momentos de conquista e felicidade da protagonista. De modo geral, a trilha que embala o ápice romântico (usualmente a cena de casamento ou reconciliação) é a mais marcante. No caso de *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou*, é o próprio Lulu Santos – cantor que havia ilustrado o desafio a ser conquistado na trama profissional – que canta, com Tulipa Ruiz, *Apenas mais uma de amor* na boda de Tom e Fernanda.

A comicidade dos filmes do gênero é necessária para assegurar o perfil de narrativa “leve”, que diverte. Nos longas-metragens analisados a maioria das cenas de humor estava relacionada à masturbação, sexo, homossexualidade, delírios amorosos e “paranoia” feminina.

De Pernas pro Ar, devido à própria trama, é o que possui mais cenas de humor ligadas a sexo e masturbação. A sequência da empregada de Alice pegando um vibrador que a patroa iria vender e indo experimentá-lo na banheira, tomando um choque elétrico é um dos exemplos; assim como a primeira reconciliação de Alice e João, cujo sexo produz um cômico barulho de martelada – tendo como cenário uma obra que o arquiteto gerenciava.

No filme *S.O.S. Mulheres ao Ma*, um vibrador caindo de uma frásqueira rosa que André segurava, logo no início do filme, faz a protagonista pensar que o rapaz fosse gay. Outra cena que visa fazer rir devido a uma potencial homossexualidade é quando Luísa e Dialinda precisam se beijar para tentar despistar Eduardo, o ex-marido de Adriana.

Em *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou*, o elemento cômico fica em grande parte por conta dos trejeitos e atitudes “gay” do sócio Aníbal, das trapalhadas de Nathalie e dos delírios amorosos de Fernanda.

Já em *Loucas pra Casar* as paranoias de Malu e a disputa entre as três mulheres geram as principais cenas engraçadas, porém a película conta ainda com a presença de um travesti (que pode incutir um tom quase grotesco à cena) e do investigador que se revela gay ao final, “soltando a franga” na boda dos protagonistas.

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 (LIMA, 2010, p.26).

De uma maneira ou de outra, é certo que, por mais atrevido que seja o humor do longa-metragem, a moral do gênero tende ao tradicionalismo e à concretização do amor romântico em um *final feliz* tradicional.

Tais elementos previsíveis, o aspecto cômico – historicamente identificado a estilos narrativos considerados “menores²²” –, o uso de uma estética sem grandes rebuscamentos artísticos e a construção de uma narrativa simplificada, de fácil assimilação e consumo são alguns dos principais focos de crítica por parte da intelectualidade. Seja no campo da comunicação ou da estética, os produtos massivos são usualmente taxados negativamente na discussão em torno da questão de gosto. Tal viés se encontra presente especialmente na Escola de Frankfurt, que responsabiliza a cultura industrial por ofertar prazeres instantâneos, o que não impeliria a audiência a cultivar suas competências sensíveis e verdadeiramente artísticas. Dessa forma, as produções essencialmente comerciais são regularmente percebidas como destituídas de qualquer valor artístico (*ibidem*).

Além disso, o fato do amor romântico ser a temática principal dessas películas enquadraria o gênero como *chick flick* – cinema para mulher –, ainda que a audiência também incluía homens. Segundo a crítica de mídia Christine Gledhill (1997), o *chick flick* é designado desta forma, pois a norma seria fornecida pelo masculino e apenas a cultura das mulheres precisaria ser marcada como especificamente de gênero. Dessa maneira, a separação entre produtos culturais que privilegiem ou a emoção ou a razão continuaria a seguir uma distinção por gênero consolidada a partir da Modernidade. Desse momento em diante, as obras que tratam dos aspectos sentimentais seriam identificadas com uma plateia feminina, assim como as que priorizam aspectos racionais, estratégicos ou que exijam força física seriam designadas a uma audiência masculina (ILLOUZ, 2011).

De acordo com Gledhill (1997), todas as práticas culturais estariam saturadas de significados e valores que contribuiriam para o nosso senso de quem somos, para a construção de nossas identidades. Dessa maneira, ficções populares como a comédia romântica poderiam participar da produção e da circulação de significados culturais, especialmente em relação ao gênero. Assim como as novelas, o cinema – como meio difusor de representações –, participaria na transmutação dos conceitos sobre masculinidade e feminilidade. Nas comédias

²² A associação da comédia a um gênero inferior de narrativa é tão antiga quanto Aristóteles, que considerava a tragédia o veículo formal para grandes histórias, sobre grandes homens que realizaram feitos memoráveis (ARISTÓTELES, 2008).

analisadas pude verificar tal oportunidade em algumas situações audaciosas, como por exemplo, as de masturbação feminina – assunto raro no cinema massivo após a época das pornochanchadas brasileiras – o que pode ter contribuído para desmistificar o tema (GLEDHILL, 1997). A autora ainda observa que a recepção da ficção dramatizada audiovisual como experiências estéticas e afetiva se inscreveria, ao mesmo tempo que moldaria, a expressão de nossos sentidos e emoções – nos ensinando o que é “certo” ou “errado”, “desejável” ou “repulsivo” no terreno das práticas amorosas (*ibidem*).

4.5 Cinema, serialização, tipificação e arquétipos

A indústria cinematográfica se desenvolveu no esteio de uma lógica industrial que se prolongou para o fazer cultural. A criação e adoção de modelos de produção seriada, que objetivavam um consumo em escala massiva, orientaram o progresso do cinema. Dessa forma, com o desenvolvimento de técnicas, linguagem própria e a especialização crescente de seus trabalhadores, a “sétima arte” se transformou na mais potente fábrica de narrativas e representações até a popularização da TV, em meados da década de 1950. O universo ficcional criado pelos filmes – e posteriormente também pela televisão – acomodaria uma troca simbólica entre fantasia e realidade, contaminando a vida real e sendo contaminado por ela (MORIN, 1997).

Freire Filho (2005) indica que, como fruto desse processo, a análise crítica da sub-representação ou da representação deturpada de identidades sociais (raças, etnias, nacionalidades, classes, gêneros, orientações sexuais), propagadas por esses e outros meios massivos, se estabeleceu, desde a década de 1960, como um dos principais temas dos estudos culturais e midiáticos. O autor afirma que o foco nas representações nos permite examinar, entre outros tópicos relevantes, de que maneira gêneros e artefatos culturais operam tanto para “forjar a aceitação do *status quo* e a dominação social, como para habilitar e encorajar os estratos subordinados a resistir à opressão e a contestar ideologias e estruturas de poder conservadoras” (FREIRE FILHO, 2005).

Para Morin (1997), a relação dialógica entre real e imaginário se estruturaria segundo arquétipos, regras, convenções e gêneros artísticos que imporiam estruturas exteriores às obras, assim como situações-tipo e personagens-tipo lhes forneceriam as estruturas internas. Dessa forma, o cinema operaria como legislador e propagador de modelos representacionais (morais, estéticos e comportamentais) masculinos e femininos – elegendo mocinhas e

mocinhos, vilãs e vilões, responsáveis por indicar e cocriar os aspectos bem quistos ou rejeitados socialmente.

Segundo Hall (1997), o regime de representação se basearia em um conjunto de práticas conhecidas como esteriotipagem, que reduziria as pessoas a algumas poucas características simples, tidas como naturais, produzindo assim efeitos essencializadores, reducionistas e naturalizadores. Hall cita o trabalho de Richard Dyer (1977), que faz uma importante distinção entre tipificação e esteriotipagem. Para Dyer seria inviável extrair sentido do mundo e se comunicar sem uma base comum de “tipos” que enquadram objetos, situações e pessoas em determinadas categorias. Seria através de classificações comuns que poderíamos identificar o que configura “mesa”, “assalto” ou “mulher” – o que tornaria a tipificação essencial para a produção e compreensão de sentido.

Ela seria ainda responsável por localizar indivíduos em determinados papéis sociais que podem ser associados a diferentes grupos, de acordo com a classe social, faixa etária, sexo, nacionalidade, etnia, grupo linguístico, preferência sexual, estado emocional e etc.. Por exemplo, as protagonistas dos filmes analisados nesta dissertação podem ser enquadradas em um tipo de mulher caucasiana, entre 35 e 40 anos, da classe C-B, moradora de área nobre do sudeste brasileiro e que deseja desempenhar o papel de uma *feliz esposa e mãe*, além de almejar, invariavelmente, atingir o patamar de *empreendedora de sucesso*.

Já um esteriótipo reduziria as características de uma pessoa a traços simplificados, exagerados e naturalizados, fixando a diferença entre o que é considerado “normal” e o que é “desviante” para, em seguida, expelir tudo o que for diferente.

Um sistema de tipos sociais e esteriótipos aponta tudo o que está, por assim dizer, dentro e fora dos limites aceitos de normalidade (ou seja, comportamentos aceitos como “normais” em qualquer cultura). Tipos são instâncias que indicam aqueles que vivem segundo as regras da sociedade (tipos sociais) e aqueles que as regras são delineadas para excluir (esteriótipos). Por essa razão, os estereótipos também são mais rígidos que os tipos sociais. (...) Os limites (...) devem estar claramente delimitados, e, dessa forma, os estereótipos, um dos mecanismos da manutenção dos limites, são caracteristicamente fixos, claros, inalteráveis (DYER, 1977, p.29).

Nesta feita, a esteriotipagem ajudaria a manter a ordem social e simbólica, facilitando a vinculação dos considerados normais a uma comunidade imaginada que exclui os classificados como “Outros”. No caso da indústria cinematográfica nacional massiva o Outro é configurado pelos papéis secundários e caricatos (o amigo gay, a amiga “sapatão”, etc.) e pelo apagamento de possibilidades, em termos de protagonismo, que fujam do tipo principal.

Pode-se depreender, portanto, que enquanto o *arquétipo* usado por Morin possibilitaria tanto um enquadramento moral socialmente positivo ou negativo, o *tipo* de Hall delinearía uma personalidade bem vista culturalmente, enquanto o *estereótipo* indicaria aqueles perfis renegados. Nesse sentido, todas as protagonistas dos filmes analisados nesta dissertação podem incorporar diferentes arquétipos, assim como dar vida a comportamentos que remetem a tipos ou estereótipos.

Elas tendem a exemplificar o último caso no início da trama, quando a personagem está em crise, evidenciando seu pior lado: Alice, por exemplo, encaixa-se no perfil criticável de *workaholic* mandona, pouco carinhosa e desinteressada em sexo, no marido ou família; Fernanda ilustra a mulher carente, obcecada por ter um relacionamento e que, por isso mesmo, torna-se vulnerável sexualmente; Adriana é a mulher traída, frustrada, invejosa e vingativa. Apenas Malu inverte essa lógica, pois o roteiro do filme, como já mencionado anteriormente, quebra a cronologia formulesca das comédias românticas padrão – Malu mostra o seu pior lado no segundo *plot point*, quando sua obsessão por casar a deixa a beira da loucura.

Em termos de tipo, as protagonistas tendem a apresentar uma versão similar, ao final: uma mulher bem sucedida, segura, romântica, com êxito no amor e monogâmica. Porém, há também uma tipagem com e corte étnico e de perfil sociocultural que deixa à margem do protagonismo a maior parte do território e população brasileira, majoritariamente miscigenada e ainda longe de chegar à classe média-alta. Como afirma Dyer, a estereotipagem tende a ocorrer onde existem enormes desigualdades de poder, demarcando os grupos subordinados ou excluídos, em geral a partir de um viés etnocêntrico que impõe uma cultura hegemônica às demais. Nesse caso, nos filmes analisados, é possível notar que os estereótipos são construídos também pela sua invisibilidade.

Pelo breve jogo de adequar as protagonistas às categorias metodológicas propostas por Morin, Dyer e Hall, percebe-se que a criação de modelos representacionais – que, ao mesmo tempo, legitimam e excluem – são uma realidade no cinema contemporâneo brasileiro. Porém, a criação de arquétipos²³ hegemônicos data dos primórdios da indústria cinematográfica e se relaciona com um contexto cultural mais amplo, do qual ela absorve padrões ao mesmo tempo em que os fomenta.

²³ Devido ao caráter dupla-face do *arquétipo* – que comporta tanto conceitos moralmente positivos quanto negativos – e de seu uso pelos principais autores com os quais optei por trabalhar, essa será a terminologia privilegiada, ainda que eu possa variar a nomenclatura, eventualmente, a fim de evitar a excessiva repetição de palavras.

4.5.1 Cinema e arquétipos femininos

Como visto no item anterior, o cinema, ao se adequar a uma lógica industrial, tende à serialização – e isso se aplica também aos perfis de protagonistas apresentados. Analisarei, assim, a serialização de arquétipos femininos pelo cinema e as principais bases culturais que os moldaram.

É fundamental apontar que até a década de 1960, período no qual eclode o movimento feminista, a indústria cinematográfica dialoga com uma visão sobre o feminino oriunda do senso comum, assim como de uma vasta produção científica e filosófica levada a cabo no século XIX. Tal elaboração tinha como propósito, em parte, explicar o que seria a mulher.

A respeito desse ponto, Kehl (2016) expõe que se hoje a psicanálise formula as noções de “homem”, “mulher” e “sujeito” atreladas a conjunturas culturais específicas, nos seus primórdios o enfoque era outro. Na fundação da psicanálise, imersa em um contexto de pensamento oitocentista, a noção de que haveria o arquétipo *Da Mulher* universal, que precederia a existência particular dos indivíduos daquele sexo, era vigente.

Kehl cita o trabalho de Richard Sennet que atribui à constituição do lar burguês como o local no qual nasce tal arquétipo, atrelado a um conceito de feminilidade em voga ainda hoje. Nessa concepção, a mulher seria senhora do ambiente privado, do lar, enquanto o homem se aventuraria fora de casa, no espaço público – fosse para trabalhar, para tomar grandes decisões políticas ou discutir verdades filosóficas.

O lar da família nuclear burguesa deveria funcionar, portanto, como um lugar de relaxamento, intimidade e privacidade, longe do burburinho que existia “do lado de fora”. Tal funcionamento harmônico seria da responsabilidade da mulher, que deveria ser prendada nas habilidades manuais, na culinária, no estudo de línguas estrangeiras, no cultivo interno obtido via literatura e, principalmente, versada na arte de administrar uma casa.

Essa ideia de feminilidade, como argumenta Kehl, não promoveria apenas o matrimônio monogâmico heterossexual, mas principalmente, o casamento do lar com a mulher, que se tornaria responsável por dar base à virilidade do homem burguês. A conformação das mulheres a esse modelo de feminilidade tradicional, fundamentalmente moderno e oriundo de uma posição masculina, foi resultado de uma vultuosa produção discursiva que pretendia fixar no feminino os papéis sociais, naturalizados, de esposa e mãe (KEHL, 2016).

Com relação a esse ponto, a professora de cinema britânica Ann Kaplan argumenta que em termos de narrativas dominantes, as mulheres, tal como foram e são representadas pelos homens no cinema *mainstream*, seriam significadas em imagens, comportamentos e expectativas que possuem um status “eterno” (KAPLAN, 1995). Sobre esse ponto, em *As Estrelas* (1989), Morin discursa como a mitologia moderna²⁴ produzida pelas estrelas de cinema se enquadraria nesse processo. Nesse sistema mitológico cinematográfico, as mulheres jovens e belas teriam se tornado forças culturalmente ativas, sendo os rostos principais dos tipos ou arquétipos de maior impacto junto ao público.

Tal modelo seria reflexo de um sistema simbólico que privilegiaria o olhar do homem branco adulto, e se encontraria reproduzido também nas narrativas. Estas girariam, invariavelmente, em torno de estórias protagonizadas por homens; estabeleceriam a família nuclear burguesa derivada de um casal monorracial, monogâmico e heterossexual como arranjo gerador de felicidade (em especial a feminina); e atrelariam a autorrealização da mulher aos papéis de esposa e mãe. Os fins considerados “trágicos”, em grade medida, significariam a negação desse ideário.

Em termos de representação feminina, da década de 1920 até o advento do som sincronizado no cinema, popularizado no começo dos anos 1930, o *star system* hollywoodiano priorizaria poucos arquétipos, bem demarcados – e jovens atrizes entre 20 e 25 anos. Elas protagonizavam papéis que se relacionariam com os arquétipos principais da virgem inocente ou da *femme fatale*. Os tipos derivativos do primeiro modelo apresentariam como características fundamentais elevada “pureza” moral, assim como a necessidade de serem salvas pelo herói da trama. Dessa maneira, a experiência romântica significaria uma redenção, no mínimo simbólica, ao poder e virilidade masculina. Já os derivados do segundo perfil, seriam personagens inescrupulosas, que seduziriam e enganariam os homens para obter algo que eles não dariam livremente.

O intuito em tornar a indústria cinematográfica mais rentável e ampliar o seu alcance de público pode ser visto no esforço para gerar uma maior identificação da estrela junto à audiência. A partir desse período haveria um alargamento da faixa etária e do aspecto fisionômico abarcado pelas atrizes que protagonizavam as produções. As heroínas passariam a poder chegar aos 40 anos – ao mesmo tempo em que se criava um mercado de estrelas adolescentes. O leque fisionômico também se expandiria e belezas que fugiram ao padrão

²⁴ Segundo Roland Barthes (2001), sociólogo e queveo de Morin, os mitos contemporâneos são estórias que naturalizam a ideologia burguesa por modelos narrativos essencialmente fixos, porém atualizáveis de acordo com as modificações exigidas pelo contexto cultural dominante.

passam a imprimir seu charme nas grandes telas. Maquiagem, figurino, iluminação, encenação – todas as técnicas visariam gerar a melhor versão de uma realidade possível, alcançável e consumível. Com o tempo, haveria um *remix* de arquétipos existentes em outros sistemas mitológicos, provenientes não raro de culturas ancestrais, o que daria origem a novos modelos representacionais femininos:

A virgem inocente ou rebelde, com imensos olhos crédulos, de lábios entreabertos ou suavemente sarcásticos (...), a *vamp*, saída das mitologias nórdicas, e a grande prostituta, saída das mitologias mediterrâneas, se diferenciam e se confundem no seio do grande arquétipo *da femme fatale*. Esta se universaliza rapidamente (...). Entre a virgem e a mulher fatal, surge a divina, tão misteriosa e soberana quanto *a femme fatale*, tão profundamente pura e destinada ao sofrimento quanto a jovem virgem. A divina sofre e faz sofrer (MORIN, 1989, p.8).

Os grandes arquétipos anteriores se esfacelariam e se renovariam, adequando-se à necessidade de realismo que a mentalidade cultural burguesa demandava naquele momento, assim como ao desejo das plateias em se sentirem retratadas.

A narrativa tendia a representar as personagens atreladas a uma moral que costurava as mulheres aos papéis sociais de esposa e mãe. As personagens femininas “fortes”, autônomas, ainda eram minoria e as tramas geralmente as situavam, ao final, em acordo com a lógica falocêntrica. As que negavam tal ideário eram representadas como desviantes, neuróticas, moralmente enfermas. Tal propensão narrativa, consumida em escala massiva não apenas no cinema, mas embrulhada numa série de artefatos culturais, seria alvo de diversas críticas do então vindouro movimento feminista.

4.6 O cinema e a crítica feminista

O feminismo é um movimento favorável à equiparação dos direitos civis e políticos da mulher aos do homem. Ele exerceu um impacto profundo na produção científica, abrindo os caminhos para os estudos sobre as mulheres, a cultura feminina e as relações entre os sexos e/ou gêneros (LEAL, 2015). O movimento passou por dois momentos fundamentais até chegar ao chamado pós-feminismo – parte de um terceiro momento que será aprofundado no capítulo seguinte desta dissertação.

A chamada primeira onda feminista ocorreu no final do século XIX e início do século XX, na Inglaterra. Seria fruto de uma sociedade industrial em desenvolvimento, na qual entraria em cena uma certa liberdade feminina: seja na classe proletária ao trabalhar nas fábricas e comércios, seja na burguesia ao frequentar os espaços públicos dos Boulevards com

lojas de departamento (CAMPBELL, 2001). Longe de ser um movimento de caráter uníssono, ele giraria, principalmente, em torno da luta por direitos civis. A reivindicação principal das manifestações seria o acesso ao voto, fato que fez com que as feministas da época se tornassem conhecidas como sufragetes (LEAL, 2015).

Em território nacional, além de orientar a luta pelo direito ao voto, a primeira onda teria expressão tanto entre as operárias, em contato com a ideologia anarquista trazida pelos imigrantes, quanto entre as mulheres de classe média e das elites cafeeiras. Ao mesmo tempo em que defendiam o papel tradicional da mulher em seus deveres de esposa e mãe, as feministas liberais das elites botavam em cheque o penoso acesso das mulheres à educação e ao trabalho em um Brasil que passava por um processo de urbanização e modernização. O direito à instrução era também uma bandeira das feministas operárias, que enviavam artigos para os jornais da imprensa anarquista, requerendo a diminuição da jornada de trabalho e o fim da exploração exercida pelos patrões. Entre as operárias, padrões morais como a submissão da mulher no espaço doméstico e a imposição do casamento também seriam questionados (RAGO, 1995; LEAL, 2015).

Já a segunda onda feminista configurou-se como um dos principais movimentos disruptivos do sujeito moderno, ocorridos em meio à efervescência política e cultural consequências de Maio de 1968, no qual jovens ao redor do mundo reivindicaram mudanças no plano da atuação política, da criação artística e do comportamento individual (HALL, 2003).

Insatisfeitas, e por influência mesma do feminismo, fomos mais longe ainda: perguntamos pelo que os homens cultos haviam falado sobre nós. Como nos construíram? O que disseram de nosso corpo, de nossa sexualidade e sobre nossas ancestrais? Como nos representaram, ou melhor, como nos inventaram na literatura, nas artes e nos discursos científicos (RAGO, 1995, p. 16)?

Segundo a crítica brasileira Tânia Montoro, as representações midiáticas femininas que objetificavam e prendiam a mulher em papéis sociais estritos seriam um dos pontos-chave que desembocaram na segunda onda. Nesse período, o advento da pílula anticoncepcional permitiria uma liberação comportamental ao alforriar a mulher (e o homem) de eminentes gravidezes compulsórias ao praticar sexo. Uma decorrência direta desse fato seria o questionamento da maternidade e do próprio casamento como local privilegiado da atividade sexual. Essa crítica – por parte da intelectualidade e de grupos organizados da sociedade civil – dos papéis sociais atribuídos à mulher partiria também da difusão de livros de autoras que se interessavam em desconstruir o lugar do feminino na sociedade, como *O Segundo Sexo* de

Simone Beauvoir e *A mística feminina*, de Betty Friedan. A essas questões foram somadas o desejo por autonomia, igualdade salarial, liberação do aborto, penalização da violência doméstica entre outros pontos que desejavam libertar as mulheres da situação de subjugação à cultura falocêntrica (MONTORO, 2009).

Na Primeira e, especialmente na Segunda Guerra Mundial, a maciça inserção das mulheres no mercado de trabalho – a fim de ocupar os postos abandonados pelos homens que haviam ido lutar – estabeleceria um novo campo de possibilidades para aquela que antes eram vistas apenas como as “rainhas do lar”. A partir desse processo de relativa emancipação, muitas reivindicariam áreas de conquista nunca antes imaginadas. Foi nesse período que filmes propuseram, de forma mais expressiva, protagonistas femininas fortes – apesar de sua potência, na maior parte dos casos, se dobrar ao final ao amor e poder masculino.

Um exemplo dessa tendência é romance *Tu és Mulher (Female*, no original de 1933), no qual Ruth Chatterton encarnava Alison Drake – uma chefe durona de uma enorme fábrica automotiva. Apesar de toda a assertividade e espírito independente, nos 10 minutos finais, a protagonista é intimidada a casar e ter filhos, porque "é para o que as mulheres nascem", como espantosamente justifica Alison. O desfecho explicita a lógica expressa nos dizeres que ilustram o trailer do filme: a frase “é preciso um homem de verdade para domar esse tipo de mulher” é montada sobre uma imagem que mostra Alison de joelhos na frente de seu par romântico – a audiência já iria ao cinema sabendo que tipo de narrativa poderia esperar.

A comédia musical *Santa Não Sou (I'm No Angel*, no original, também de 1933) escrita e protagonizada por Mae West, apresenta uma protagonista vigarista, interesseira e sexual. A infiel domadora de leões igualmente domava corações e carteiras masculinas. Porém, no final, a personagem se rende ao amor do mocinho – não antes de ganhar do mesmo uma causa legal por quebra de contrato.

Almas em Suplício (Mildred Pierce, no original), drama *noir* de 1945, foi um dos primeiros filmes a mostrar uma ambiciosa mulher de carreira, protagonizado por Joan Crawford, que interpreta Mildred. Ela é acusada pela morte do sócio e segundo marido, Monte Beragon. Mildred é retratada como uma mãe que é empurrada a cometer crimes para satisfazer os desejos de uma filha mimada, demonstrando um lado perverso e manipulável da maternidade.

Esse seria também o período de criação de uma das mais controversas personagens fortes femininas de todos os tempos: a Mulher-Maravilha. Criada em 1941 por um excêntrico cientista “feminista” (Marston, o criador do detector de mentiras), a heroína de HQ mescla

mitologia, potencia física, poderes sobre-humanos e liberdade em relação à cultura falocêntrica.

Em um dos principais livros para a eclosão dos movimentos feministas, *A Mística Feminina*, publicado em 1963, a escritora americana Betty Friedan descreve esse novo campo de possibilidades de representação, encontradas, sobretudo nas literaturas de periódicos diários e revistas voltadas para o público feminino:

Em 1939, as heroínas dos contos nem sempre eram jovens, mas, de certo modo, o eram mais que hoje. Possuíam a juventude característica do herói americano de todos os tempos. Eram a Nova Mulher, criando com alegria e decisão uma nova identidade, uma vida pessoal. Havia ao seu redor uma aura de alguém que viria a ser muito importante, caminhando para um futuro que seria diferente do passado. A maioria das heroínas das principais revistas femininas (...) eram mulheres atraentes, que tinham sua carreira e viviam felizes, orgulhosas, amando e sendo amadas pelos homens. E a energia, a coragem, a independência, a determinação, a força de vontade que manifestavam no trabalho de enfermeira, professora, artista, atriz, escritora, comerciaria, faziam parte dos seus atrativos. Davam a nítida impressão de que sua individualidade era algo a ser admirado, e que os homens se sentiam atraídos tanto por sua energia e caráter, como por sua aparência. (...) Mas frequentemente este não era o ponto principal da história. As heroínas, ao encontrarem seu homem, estavam em geral caminhando em direção a um objetivo ou visão pessoal, lutando com algum problema de trabalho, ou então algo de caráter mais amplo (FRIEDAN, 1971, p.36).

Friedan discorre ainda sobre como essa então *Nova Mulher*²⁵, independente e decidida a conquistar uma vida pessoal, configuraria uma heroína de um tipo diferente de história de amor. Sua motivação de vida não giraria em torno de conseguir um marido e, em geral, o amor acontecia quando mocinho e mocinha uniam forças para resolver alguma questão maior: como salvar o mundo ou ganhar uma concorrência com um projeto de publicidade.

A autora contrapõe como, no período pós-guerra, com a volta dos homens para casa e para seus postos de trabalho, a recente liberdade feminina seria abafada. Nesse momento de prosperidade financeira, explosão de eletrodomésticos, carros possantes, artigos de lazer e da propaganda, seria fomentado (novamente e de forma ampliada) um modelo de feminilidade tradicional, classe-média. O sonho para essas mulheres deveria girar em torno de ser, cada vez mais cedo, esposa e mãe perfeita de uma quantidade razoável de filhos.

O modelo da americana moderna, a orgulhosa imagem pública da jovem ginásiana namorando firme, da universitária apaixonada, da dona de casa com um marido de futuro e um carro cheio de crianças estaria também ignorando algo? Essa imagem, criada pelas revistas femininas, pela propaganda, a televisão, o cinema, as novelas, as colunas e os livros de

²⁵ Foi possível perceber que essa terminologia “nova mulher” é recorrente na cultura ocidental de massa e parece indicar, de tempos em tempos, a atualização do mito da mulher de sucesso – assim como é a *mulher poderosa* (LEAL, 2015), também foi considerada uma *nova mulher* na época de sua eclosão.

entendidos em casamento, psicologia infantil, ajuste sexual e os divulgadores de psicologia e sociologia, molda a vida da mulher de hoje e reflete seus sonhos (*ibidem*, p. 33).

Para Friedan, a figura de mulher que emergia desses artefatos culturais era frívola, quase infantil – independente da idade da atriz. Os interesses femininos girariam em torno das funções domésticas, maritais e maternais, excluindo qualquer complexificação ou problematização da vida significativamente rasa que mulheres, não raro com preparo intelectual, levavam. Os estudos deveriam ocorrer apenas como forma para encontrar os chamados “bons partidos” e abandonados – assim como as carreiras – tão logo fosse alcançado o tão desejado sonho do casamento.

A autora assinala como tal concepção de felicidade feminina – reproduzida nos mais diversos meios de comunicação de massa – influenciaria a manutenção e o reforço deste modelo, vivido de forma asfixiante e passiva pela maior parte das mulheres americanas da década de 1950. A essa situação opressora, geradora de uma angústia e depressão consideradas socialmente inconcebíveis para donas de casa que pareciam ter tudo – marido, filhos amorosos, itens de consumo, além de uma casa confortável – Friedan daria o título de “o problema sem nome”:

O problema permaneceu mergulhado, intacto, durante vários anos, na mente da mulher americana. Era uma insatisfação, uma estranha agitação, um anseio de que ela começou a padecer em meados do século XX, nos Estados Unidos. Cada dona de casa lutava sozinha com ele, enquanto arrumava camas, fazia as compras, escolhia tecido para forrar o sofá, comia com os filhos sanduíches de creme de amendoim, levava os garotos para as reuniões de lobinhos e fadinhas e deitava-se ao lado do marido, à noite, temendo fazer a si mesma a silenciosa pergunta: “É só isto?” (FRIEDAN, 1971, p.17).

Como afirma a escritora e poetisa inglesa Charlotte Brontë, ainda no século XIX, é tacanhez pensar que as mulheres deveriam limitar-se a tricotar meias, fazer pudins, bordar mochilas e tocar piano (BRONTË *apud* KEHL, 2016).

Com relação às representações femininas criadas pelo audiovisual, Tânia Montoro (2009) argumenta que a crítica teria sido fomentada, especialmente na Grã Bretanha e nos Estados Unidos, pela irrupção dos movimentos feministas da segunda onda. Montoro cita o trabalho da teórica e cineasta britânica Laura Mulvey, *Visual pleasures and narrative cinema* (1975), já comentado brevemente neste capítulo, como marco nas discussões sobre os códigos do cinema narrativo clássico tal qual um dispositivo construído sobre e por um olhar masculino.

Tendo por base os conceitos freudianos de fetichismo e de voyeurismo, Mulvey analisa o cinema de Hollywood evidenciando os aspectos de linguagem que cristalizam o corpo da mulher em objeto de desejo, em um modelo narrativo que interpela o espectador a se identificar com o viés masculino. Tal visão mascararia e legitimaria os mecanismos de dominação e opressão, assim como as relações de poder que sustentam as formas de sujeição patriarcal, na qual o homem seria a figura máxima de autoridade.

Mulvey identificaria dois prazeres visuais no cinema popular: o prazer de olhar pessoas que seriam objetificadas pela película numa fantasia voyeurística; e a identificação narcísica provocada por esse tipo de manifestação cultural. O trabalho da britânica se fundamentaria criticamente na teoria psicanalítica e evidenciaria conceitos como castração, prazer, desejo, narcisismo, e plenitude. Sua pesquisa expandiria a crítica ao indicar a necessidade de abandonar o prazer visual voyeurístico e a narrativa cultivados pelo cinema hollywoodiano em favor de um cinema experimental. A sua análise crítica cinematográfica, ao não se limitar ao exame das representações – mas também ao questionar o dispositivo narrativo e semiótico do cinema hollywoodiano dominante – se tornaria numa das bases fundamentais da teoria e crítica feminista no cinema (MULVEY, 1975; MONTORO, 2009).

Em 1983 a professora de cinema Ann Kaplan publica, na Grã Bretanha, *Women and Film*, traduzido para o português uma década depois. Segundo Montoro, com essa publicação o campo da teoria e crítica feminista no cinema se tornaria efervescente e lançaria raízes tanto nos estudos do leste europeu quanto nos latino-americanos – além, obviamente, da escola britânica. No prefácio de seu livro, Kaplan o apresenta como uma sistematização da sua experiência como mulher, leitora e teórica feminista, e como professora há mais de 10 anos de teoria de cinema e análise do filme na Universidade de Nova Jersey (KAPLAN, 1995).

Podemos dizer que nos últimos anos, as mulheres criaram um novo campo de pesquisa dentro dos estudos cinematográficos. E este campo é tão fecundo que vem produzindo alguns dos trabalhos mais estimulantes, inteligentes e excitantes, os quais vêm influenciando também a produção de escritos masculinos. Estes trabalhos revelam diretoras de Hollywood negligenciadas pela história do cinema como Lois Weber e Ida Lupino ou de diretoras estrangeiras como Germaine Dulac e Marie Epstein. E é óbvio que o campo da teoria e da crítica feminista do cinema vai impactar as teorias afins das áreas das artes, da literatura, história e teatro (KAPLAN, 1995, p. 18-19).

O trabalho de Ann Kaplan apresenta uma primeira sistematização da crítica feminista, em especial dos principais filmes realizados por mulheres que enfocaram e visibilizaram a voz e subjetividade femininas, invariavelmente negligenciadas.

Montoro atenta que, nos anos 1970, os estudos feministas validaram o uso da classificação de *gênero*, que não se referenciaria a experiência biológica distintiva de sexo, mas à produção de construções sociais e culturais que definiriam os campos do masculino e do feminino. A autora afirma que o conceito emergiria de feministas acadêmicas anglo-saxãs, em um momento de questionamento e, em parte, abandono do paradigma científico vigente. Nessa época, o vocabulário literário seria adotado pelas ciências sociais, fazendo com que termos como “discurso”, “texto” e “narrativa” passem a integrar as explicações de organização cultural do mundo humano, como as noções de *feminilidade* e *gênero* (MONTORO, 2009).

Com relação aos estereótipos de gênero disponibilizados pela cultura de massa, a teoria crítica feminista aponta considerações divergentes. Montoro afirma ser possível pensar:

A tradição dos estudos feministas, a partir de uma dupla matriz: uma francesa, que teve seu grande momento, nos anos 60 e 70, ao dialogar com a psicanálise e a filosofia, contando com nomes como Luce Irigaray e Julia Kristeva; e outra, norte-americana, mais marcada por uma política de identidades, fruto das esperanças dos movimentos libertários dos anos 60, fonte de explosão multiculturalista dos anos 80, que se firma hegemônica no contexto da análise da cultura, nos anos 80 e 90, como podemos ver por seu próprio impacto no Brasil e que passa por um sério debate no contexto de um pós-feminismo²⁶ ou feminismo nômade (LOPES, 2005, p. 02 *apud* MONTORO, 2009, p. 4-5).

Apesar de uma clara dominância cultural operada sob o viés masculino, inclusive no cinema, a crítica Cristine Gledhill (2009), já inserida numa segunda fase da teoria crítica, alertaria sobre a importância das análises feministas se posicionarem contra relatos cinepsicanalíticos que enquadrariam a audiência feminina em posições colonizadas, masoquistas, subordinadas e alienadas de identificação. Em relação a esse ponto, Mulvey – mesmo sendo uma das precursoras da teoria crítica feminista – entenderia que, apesar da manipulação do prazer visual operada pelo cinema de massa, a cultura popular se configuraria como um lugar onde significados podem ser contestados e ideologias dominantes podem ser perturbadas, abrindo brechas para a disputa de poder simbólico (GLEDHILL, 2009; MULVEY, 1975). Sendo assim, a primeira e a segunda corrente crítica encontrariam espaços possíveis para o diálogo de abordagens.

Alargando a questão da formulação estética, Kaplan indicaria como a sétima arte voltada para as grandes massas faria com que a dominação masculina – portadora do poder social, político, econômico e sexual – pudesse relegar às mulheres uma situação de subalternidade com relação a construção de uma subjetividade própria, capaz de gerenciar sua

²⁶ Tratarei especificamente do pós-feminismo no próximo capítulo.

independência sexual e/ou financeira. Ela, em parte, os evidencia nos comentários sobre o clássico *Dama das Camélias* (1936):

Feito para funcionar como objeto erótico, a mulher deve sacrificar seu desejo ao do Outro masculino, ajudando a preservar o patriarcado ao submeter-se à sua lei. Ambas as mulheres economicamente e sexualmente vulneráveis, como prova *Dama das Camélias*, precisam da proteção de certos homens contra sua vulnerabilidade a outros homens. Qualquer tentativa de subjetividade deve ser ao custo do cumprimento do desejo, pois, como Jacqueline Rose observa, estar sujeito e possuir o desejo é impossível para as mulheres (KAPLAN, 1995, p.5).

No cinema brasileiro contemporâneo é possível perceber que a questão da vulnerabilidade econômica não é vista atualmente com bons olhos – apenas a protagonista de *S.O.S Mulheres ao Mar* (2014) é retratada como uma mulher dependente financeiramente, e isso é um dos aspectos que compõe sua personalidade “perdedora” no início do filme.

A vulnerabilidade sexual feminina é retratada de forma especialmente negativa, por exemplo, em *Os Homens são de Marte* (2014). Na realidade, a decisão de ter relações com um potencial parceiro logo ao conhecê-lo é retratada como carência, como uma incapacidade de autocontrole, e não como uma decisão consciente tomada pela mulher em prol de uma noite de prazer em que ambas as partes possam encontrar júbilo ao seu findar. Uma atitude que seria reflexo da falta de autoestima da mulher, o que a colocaria na situação de ser *usada* e *descartada* pelo parceiro de transa.

Porém, a questão da vulnerabilidade como *proteção masculina desejável* é recorrente e está presente em cenas icônicas, como os salvamentos realizados por André (quando Adriana estava quase caindo da varanda do navio, em *S.O.S Mulheres ao Mar*) e João (que salva Alice de um afogamento). É possível notar, assim, que a alegoria do príncipe encantado salvador da princesa em perigo, tão presente em obras infantis, ainda encontra espaço no imaginário coletivo adulto.

Kaplan cita ainda *Vênus Loura* (1932), que configuraria o início da forma simbólica patriarcal de ser mãe no cinema. O filme, um drama estrelado por Marlene Dietrich, Herbert Marshall e Cary Grant, reinscreve a personagem de Dietrich – uma atriz de cabaré em fuga do marido ciumento que deseja lhe tirar a guarda do filho ao descobrir que a mulher fora infiel – ao papel de mãe em um lar tradicional. Tal reviravolta no roteiro seria motivada pela percepção tanto do pai quanto da mãe de que uma família partida não seria o melhor para a criança. Assim, a família burguesa – construída sob o ideal rousseauiano de amor, conforme visto no capítulo anterior – reinaria sobre a individualidade masculina e, principalmente,

feminina. Porém seria a família que proveria a real felicidade tanto para o homem como para a mulher – e não uma vida isenta de laços afetivos.

A noção de importância atribuída a uma mãe presente e uma família estruturada em benefício dos rebentos existe até hoje na cinematografia mundial. No contexto das comédias românticas nacionais, em *De Pernas pro Ar* (2010), as definições do que é positivo ou negativo tanto para a mãe, quanto para o pai e para o filho remontam ao arcabouço moral estabelecido em *Vênus Loura*. Assim como no filme de 1932, a mãe “volta ao lar”, indo em atrás do marido, e a família prevalece – ainda que a protagonista atualize o mito ao não abandonar o empreendedorismo, buscando conciliar de forma mais *equilibrada* família e trabalho. Como argumenta o sociólogo francês Roland Barthes (2001), os mitos contemporâneos são histórias que naturalizam a ideologia burguesa por modelos narrativos essencialmente fixos, porém atualizáveis de acordo com as modificações exigidas pelo contexto cultural dominante. Esse é apenas um dos exemplos possíveis que indicam como certas ideias a respeito dos papéis de gênero ainda hoje em evidência no cinema brasileiro comercial fazem parte, há muito tempo, das narrativas cinematográficas de grande alcance, essencialmente tradicionais em sua moral.

As disputas que envolvem as tentativas de produzir novas representações femininas que escapem a uma organização falocêntrica da cultura tendem, historicamente, a serem abafadas, rechaçadas, marginalizadas. À mulher, historicamente, tem lhe cabido o “papel principal” na ausência real da figura masculina – como no período entre guerras. Reorganizar essa estrutura hierárquica – falocêntrica, branca e heteronormativa – parece ser o desafio do movimento feminista contemporâneo, assim como do negro e do LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros).

4.7 Mutações no cinema: no mundo e no Brasil

A partir do pós-guerra nos países ocidentais, especialmente nos Estados Unidos, o cinema sofreria uma crise de público sem precedentes. Com o advento da TV, popularizada nos anos 1950, ele deixaria de ser o principal meio de massa para tornar-se apenas mais outro, no reinado midiático que agora seria da televisão. A “sétima arte” também disputaria sua audiência com os passeios de carro, viagens de final de semana, o *relax* com amigos no churrasco em casa – enfim, com uma série de outras possibilidades de lazer que a cultura do consumo passaria a valorizar enquanto formas de sociabilidade (MORIN, 1989).

Haveria, também, uma crise do filme-modelo hollywoodiano: ao mesmo tempo irrealista e realista, com o típico e eufórico final feliz, ele passaria a ser questionado não apenas pelo movimento feminista, mas pelo próprio contexto cultural que permitiu boa parte das convulsões sociais da década de 1960 (HALL, 2006). Seriam disponibilizadas novas representações femininas para consumo, mas que, em linhas gerais, continuariam a se submeter no cinema *mainstream*, a uma lógica falocêntrica de produção simbólica – ainda que as personagens já pudessem apresentar alguma dose de independência e espírito aguerrido.

O cinema se dividiria, então, em duas vertentes principais: *Nouvelle Vague* francesa, que operaria com a ruptura em termos de linguagem, forma, objeto e orçamentos enxutos; e o grande “cinemão” americano, que segue o padrão das superproduções. O primeiro, basicamente, excluiria as grandes estrelas e tenderia a apresentar uma miríade de representações femininas que fugiram dos arquétipos padrão, apresentando inquietações, fobias e perspectivas de vida que poderiam divergir do entendimento burguês classe média. No segundo, as estrelas tornam-se menos sublimes, mais humanas e mais amadas.

Num certo sentido, sobrevivem todos os ingredientes do *star system* – só que eles não estão mais combinados, associados, institucionalizados.(...) É claro que as estrelas sempre serão imitadas, mas os modelos já não serão mais forjados pelo *star system*. (...) Surgirão novas safras de estrelas, com personalidades fascinantes que suscitarão mimetismo, sonho e amor; haverá novas identificações profundas, transferências de alma entre a plateia e a tela (MORIN, 1989, p.134).

Paralelamente ao desenvolvimento do *star system* americano – do qual absorveria representações de gênero, assim como ideais estéticos e morais – no Brasil as chanchadas seriam responsáveis por estabelecer uma noção de brasilidade e feminilidade brasileira para exportação. Como aponta a professora de literatura e cinema Bernadette Lyra, a partir de 1950:

Desenvolve-se o modelo institucionalizado de um *ethos* cultural brasileiro que a política desenvolvimentista do governo fazia questão de acentuar. Carnaval, samba, bons malandros e os olhos verdes da mulata povoam os gêneros fílmicos produzidos no País, até a irrupção do Cinema Experimental e do Cinema Novo (LYRA, 2007, p.157).

Seria durante a década de 50 que as chanchadas atingiriam seu apogeu, especialmente com o desenvolvimento da Atlântida, a principal produtora de comédias carnavalescas. Fundada em 18 de setembro de 1941, ela demonstraria a consciência da necessidade de adequar seus filmes à realidade concreta do mercado. A produtora cresceu rapidamente, boa parte, devido a Lei 20.493 (sancionada no início de 1946), que obrigaria todos os cinemas brasileiros a exibir pelo menos três longas metragens nacionais por ano (LYRA, 2007; MAZIERO, 2011).

Na dissertação intitulada “*Mundo às avessas: mulheres carnavalescas na ótica dos filmes de chanchada e da imprensa na década de 1950*”, Maziero (2011) analisa como as chanchadas colocariam em voga a linguagem carnavalesca como forma de expressão, o que viabilizaria a elaboração de personagens e situações dentro de uma lógica marcada pela inversão da ordem, em que a mulher surgiria, não raro, em representações problemáticas. Nos filmes, os números musicais seriam criados com base nos prováveis sucessos carnavalescos do ano, e as marchinhas carregavam de forma implícita diversas representações a respeito da mulher, geralmente a partir de comportamentos femininos que se tornariam arquétipos:

Nota-se uma grande diversidade de representações – muitas vezes ambíguas – sobre a mulher, que poderia ser retratada como infiel (*Seu Romeu e a Marcha do Conselho*), falsa (*Máscara da Face*), objeto do desejo masculino (*Inflação de Mulheres*), ingênua (*Deu Sopa*), fofoqueira (*Marcha do Piche*) ou namoradeira (*Vai Nascer Sapinho*). É importante ressaltar o próprio caráter das marchinhas, que trazem letras com conteúdos satíricos, ressaltando de forma cômica elementos pejorativos ou mal vistos socialmente (MAZIERO, 2011, p.140).

Ao manterem-se atreladas à carnavalização e ao carnaval, as chanchadas apresentariam um “mundo às avessas”, no qual a mulher surgiria, diversas vezes, em representações controversas, ora como sujeito independente, ora em atitudes conservadoras nas quais o casamento seria formulado como uma necessidade feminina essencial. Conforme afirma Lyra, na década de 1950, a produtora Atlântida se transformaria em uma fábrica de sucessos, obtendo imenso êxito comercial com chanchadas como *Nem Sansão nem Dalila* (1954) e *O homem do Sputnik* (1959).

No começo dos anos 1960, influenciados pelo neorealismo italiano e da *Nouvelle Vague* Francesa, surgiria o Cinema Novo brasileiro. Ele evidenciaria personagens femininas menos caricatas que as apresentadas pelas chanchadas e, geralmente, dedicadas a representar uma realidade brasileira não abordada no cinema para as massas. As mulheres, não raro, tendiam a aparecer como figuras interioranas, pobres, que não usavam maquiagem e portavam vestimentas simples. Elas, usualmente, formavam par com o ator principal, o protagonista que, de fato, seria responsável por levar a estória adiante. Alguns filmes com esse modelo de protagonismo são: *O Pagador de Promessas* (1962), *Vidas Secas* (1963) e *Deus e o Diabo na Terra do Sol* (1964).

No final da mesma década surge a pornochanchada: uma forma de cinema que mesclaria aspectos cômicos e típicos do cotidiano nacional a ingredientes pornográficos. Para o pesquisador, curador, crítico e professor de cinema Rodrigo Gerace (2016) a contracultura brasileira (composta pelo tropicalismo, pelo cinema novo, pelo feminismo e pela revolução

sexual), assim como os movimentos sociais ocorridos no país, produziriam uma liberação dos costumes que faria sentir-se sobre as produções cinematográficas. De acordo com Lyra, tanto as películas produzidas na Boca do Lixo paulista, tanto as feitas no Rio, seriam realizadas a partir de produções baratas que visariam o lucro imediato, geralmente investido em outro filme.

Na década de 1980, os filmes eróticos estrangeiros chegam ao Brasil, o que faz com que a pornochanchada assuma um caráter mais explícito.

Sob a aparência da total libertação da mulher, o cinema pornográfico (...) não fez mais que intensificar as formas de repressão feminina, pois ao tratar a mulher como simples objeto sexual, o filme pornográfico tornou ainda mais nítidas a hipocrisia e a conclusão moral de muitos filmes puritanos: a luta pela vida, típica dos ideais concorrenciais e individualistas, assume na mulher a mais pura objetivação da luta pelo homem. (GEADA, 1985, p.59-60 *apud* GERACE, 2016, p. 66).

O duplo sentido entre o machismo e discurso libertário eclodiria no cinema de Russ Meyer, famoso por produções de baixo custo e apelo sexual na década de 1960 – e que teria inspirado a produção nacional de pornochanchadas. Meyer realizava todas as etapas dos seus filmes (do roteiro à montagem) carregados de tramas rocambolescas nas quais as atrizes incorporavam os arquétipos de dominadora, *femme fatale* e erotizada. Em boa parte dos seus filmes despiu as atrizes para as câmeras sem que elas soubessem ou quisessem. Também associou corpos curvilíneos, seios fartos e estilo feminino hipersexualizado a armas e aventura, como em *Faster, pussycat! Kill! Kill!* (1965).

Em território nacional, tendo essa base moral e estética como inspiração, a indústria cinematográfica das pornochanchadas explodiu e produziu representações femininas hipersexualizadas como as interpretadas por Vera Fischer nos filmes *Sinal Vermelho – As Fêmeas* (1972) e *A Super Fêmea* (1973), com público acima de 1 milhão em cada produção. Nicole Puzzi seria outra estrela das pornochanchadas e interpretaria papéis como a prostituta que é aprisionada em uma instituição de correção de comportamento em *Escola Penal de Meninas Violentadas* (1977), que apresentou a erotização da tortura feminina a um público massivo.

4.8 A indústria cinematográfica a partir da retomada

Schwarzman (2016) congrega dados econômicos, políticos e culturais que influenciariam no mercado audiovisual nacional – um tipo de trabalho acadêmico ainda parco no Brasil. De acordo com a autora, a indústria cinematográfica brasileira viveria,

depois de um período de escassez, o ressurgimento da produção de grande bilheteria – alinhada a um panorama cultural globalizado.

De 2000 a 2015, políticas públicas e mecanismos de renúncia fiscal criariam as condições de possibilidade para o aquecimento do cenário cinematográfico nacional. A constituição da Lei do Audiovisual²⁷, em 1993, e da Agência Nacional de Cinema, a Ancine, em 2002, ajudaria a fomentar sucessos como *Cidade de Deus* (2002), *Dois Filhos de Francisco* (2005), *Tropa de Elite 1 e 2* (2006 e 2010) assim como os quatro filmes que compõe o corpus dessa dissertação (SCHVARZMAN, 2016).

O reviver do setor industrial cinematográfico, nomeado como *retomada*, faria parte da recuperação da economia brasileira como um todo. A partir de 2005, com a superação da crise econômica de 2002, o então presidente Luís Inácio Lula da Silva (2003-2011) aproveitaria os benefícios de uma conjuntura internacional favorável e somaria esforços para ampliar o mercado interno nacional. Tal movimento impulsionaria o surgimento de uma indústria cinematográfica para atender a esse público.

Surge com isso, o que ficou conhecido como “nova classe C” (...) que, sobretudo a partir de 2010, passa a influenciar a cadeia produtiva que se volta também para esse novo mercado. A nova massa de consumidores engrossa a audiência massiva nacional do entretenimento e da cultura e participa do aumento das bilheterias do cinema brasileiro, filmes ligados a produções da televisão e/ou com atores vindos desse veículo, de programas de canais a cabo e, sobretudo depois de 2012, também da internet. Levantamento sobre *Hábitos de consumo no mercado de entretenimento* feito em 2012 aponta um significativo aumento a partir de 2007/2008 do consumo de TV por assinatura, do DVD e da frequência ao cinema, nessa ordem (SCHVARZMAN, 2016, p.5).

Esses números indicariam a inclusão de uma nova audiência – de poder aquisitivo mais baixo e menor escolaridade – que migra do consumo da TV aberta para a TV por assinatura, o que ajudaria a explicar o êxito das comédias românticas brasileiras estreladas por atrizes não só da TV aberta, mas também da TV paga. Dos filmes que compõe o *corpus* desta dissertação, Ingrid Guimarães e Giovanna Antonelli, que protagonizaram três dos quatro longas analisados neste estudo, já eram mais que conhecidas por trabalhos televisivos na Rede Globo e em canais por assinatura integrantes do Grupo Globo²⁸. Mônica Martelli seria a

²⁷ A Lei do Audiovisual (8.685/93) é um mecanismo de apoio indireto a projetos audiovisuais. Ela é um “apoio indireto” porque se dá através de incentivo fiscal. Ou seja, permite que contribuintes (pessoas físicas e jurídicas) tenham abatimento ou isenção de tributos, desde que direcionem recursos a projetos audiovisuais aprovados na Ancine. Dados retirados de <https://oglobo.globo.com/cultura/como-funciona-lei-do-audiovisual-20431674>. Acesso em 11/12/17.

²⁸ Fazem parte do Grupo Globo as empresas de mídia: Infoglobo, Sistema Globo de Rádio, Editora Globo, Globo, Som Livre, Globosat, Globo.com e Zap (GRUPO GLOBO, sem data). “O Grupo Globo é o 17º maior conglomerado de mídia do mundo, de acordo com relatório publicado pela Zenith Optimedia, empresa

menos conhecida no ambiente televisivo quando houve o estouro do filme *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014) – porém, a peça que originou o filme, de sua autoria, já era sucesso no Brasil e em Portugal. Assim, as três atrizes conferiram atratividade às obras nas quais participaram.

Nesse cenário de produções para um grande público, a Globo Filmes – também do Grupo Globo – se consolidaria como coprodutora da esmagadora maioria dos sucessos das últimas décadas, participando em mais de 200 filmes desde 1998. Dessas produções, a maior parte seria de comédias e comédias românticas – gêneros privilegiados pelo caráter rentável junto ao público brasileiro. Bruno Weiner, à frente da distribuidora Downtown Filmes – especializada em filmes desses gêneros e pela distribuição de *Os Homens São de Marte...*(2014) e *Loucas pra Casar* (2015) – deixa explícita a intenção do “cinemão” que ganha força no Brasil: “eu quero é vender ingressos!” (BARROS, 2017). Com o mesmo intuito, a Globo Filmes estabelece parceria com distribuidoras como a Downtown para ajudar a comercializar suas produções.

Porém, essa visão de cinema não é compactuada pela integridade do meio artístico. Em matéria intitulada “Como a Globo Filmes está destruindo o cinema nacional”, o jornalista Paulo Nogueira cita o depoimento do ator e produtor Caio Blat, que denunciaria o monopólio da Globo:

Se você não fecha um contrato com a Globo Filmes para a distribuição do seu filme, as mídias da Globo se fecham para você. Tevê, jornal, revistas, internet: pode esquecer no trabalho de divulgação. Então você é forçado a fazer. Aí a Globo Filmes coloca você no Jô, no Serginho Groisman, no Vídeo Show etc. Ótimo. O detalhe é que sua ida àqueles programas é cobrada como se fosse publicidade. *Merchan*, o que é ainda mais caro que a propaganda convencional porque se trata de enganar o espectador. Depois, a Globo Filmes se “ressarce” do investimento fictício na bilheteria. Ela investiu quanto? Zero. Qual o custo de encaixar um diretor ou ator de um filme num programa da própria Globo? Nenhum, se descontarmos coisas subjetivas como a conversa com Jô Soares, por exemplo (NOGUEIRA, 2013).

Assim, é possível perceber o espírito impositivo do cinema comercial e o pouco espaço no cenário contemporâneo para filmes “de arte”, “alternativos”, com linguagem, roteiro e atores não oriundos do modelo televisivo. Ao mesmo tempo, o alcance de público

especializada em marketing. O ranking mapeou os 30 maiores grupos do setor em 2015, considerando a receita de mídia” (ROSA, 2015).

das produções recentes expõe como o cinema pode, mesmo em tempos de internet, ainda ser um entretenimento de sucesso²⁹.

Porém, o caminho para fomentar tal pujança, em termos de produções audiovisual nacional, foi construído por aproximadamente vinte anos. Foi necessário modernizar a indústria cinematográfica brasileira para atender a um mercado globalizado, onde as produções *blockbuster* americanas já impunham um padrão de qualidade, desde os anos 1970. As grandes produções voltadas para consumo massivo, que tendiam à uniformização dos filmes, seriam facilmente substituíveis e, por isso perfeitas na lógica das salas “multiplex” – “complexos com várias salas contíguas que promovem a exploração de vários filmes simultaneamente” (SCHVARZMAN, 2016, p.3). Tal modelo de sala de exibição se encontra, principalmente, no interior de *shopping centers* – o que torna os ingressos mais caros, mudando o perfil do público, do conteúdo e o conceito dos filmes (*ibidem*).

A experiência do multiplex, seus filmes *blockbusters* e o consumo associado a esse divertimento – estacionamento do *shopping*, combo de pipoca e refrigerante, etc. – vão influenciar o modo do cinema brasileiro ser produzido e consumido desde o final dos anos 1990. Em outra fala de Bruno Weiner, o distribuidor aponta como boa parte de sua estratégia consiste em vender filmes que possam fazer frente aos lançamentos de *blockbusters* estrangeiros, realizados, geralmente, nas férias escolares (BARROS, 2017).

A fim de estimular uma indústria cinematográfica brasileira e fazer que as suas produções ocupassem as telas nacionais, é criada, em 2001, a Agência Nacional de Cinema. A ANCINE se tornaria uma medida de sobrevivência da indústria nacional frente a concorrência dos *blockbusters* americanos e pode ser entendida como parte de um projeto político que visava uma certa autonomia da produção cultural brasileira. É nesse movimento que a Globo Filmes se intitula a companhia mais habilitada a produzir cinema para as massas no país, absorvendo uma lógica televisiva que já fazia sucesso entre um público que ganhava poder aquisitivo e visibilidade enquanto nicho de consumo.

De acordo com Schvarzman:

Se a marca significativa desse período foi a ascensão social a partir de políticas de Estado que promoveram em primeira instância o acesso ao consumo – como o Bolsa Família, por exemplo –, o consumo foi amplamente tematizado, propagandeado, ensinado nas telas como se fosse um dado de realidade amplamente partilhado e desejável, assim como a mudança de estatuto das mulheres (SCHVARZMAN, 2016, p.2).

²⁹ Sheila Schvarzman (2016) examina em seu artigo como esse cenário positivo para o *business* cinematográfico se modificaria com a crise econômica instaurada no Brasil em 2016, que tornaria uma ida ao cinema um artigo de luxo para a população média brasileira.

Com o intuito de oferecer produtos para públicos específicos, inclusive o feminino, o cinema brasileiro passaria a seguir o modelo americano que utiliza pesquisas de *marketing*³⁰ e testes de audiência que auxiliam desde a escolha de temáticas, a construção do perfil de protagonista, o corte final do filme e até mesmo a versão do cartaz utilizado. Nesse sentido, certas falas dos filmes analisados neste trabalho parecem ter saído de um questionário de pesquisa. Um exemplo é parte da apresentação da personagem Malu, de *Loucas pra Casar* (2015): “Me tornei uma mulher bastante organizada, relativamente bem-sucedida, satisfatoriamente atraente, enfim, dessas poucas mulheres que valem por muitas” (LOUCAS PRA CASAR, 2015) – não se sabe, porém, se esse seria o ideal de mulher a ser alcançado, o perfil de público visado ou ambas as opções.

Como afirma Schvarzman, a mudança de estatuto das mulheres e sua inserção numa lógica de consumo seria marcada, em grande parte, por cenários de beleza, bem-estar e contemporaneidade atrelados, não raro, a uma moral tradicional – o que dialogaria com a ideologia pós-feminista, como abordarei no capítulo a seguir.

A retomada histórica que fiz neste capítulo, das imbricações entre a indústria do cinema e as representações femininas disponibilizadas pela mesma apontam para uma tensão de forças entre os papéis de gênero, a cultura hegemônica e o mercado – no qual dominava, até três décadas atrás, um entendimento único de feminilidade interessante de ser comercializada e, portanto, representada. A abordagem histórica dessa construção evidencia, assim, a estruturação, implantação e manutenção de um modelo que é fruto de uma conjuntura política, econômica e cultural – e não um dado natural.

³⁰ “Tendo em vista o cenário cada vez mais competitivo de lançamento de filmes para o cinema (ou TV), a utilização de ferramentas de pesquisa de mercado é essencial para o monitoramento das várias etapas da produção, pós-produção e do lançamento de um resultado audiovisual”. Esse é o texto de abertura da empresa Barco, que oferece cursos de formação na área de pesquisa para audiovisual (BARCO, sem data). Já o instituto de pesquisa Boca a Boca, voltado exclusivamente para o mercado audiovisual, é especializado em pesquisas para roteiro, corte de edição e teste de material de venda. “São mais de 17 mil pessoas cadastradas prontas para um recrutamento de qualidade e específico. Atuamos no Rio de Janeiro e São Paulo, 50% do mercado cinematográfico brasileiro”. Dados retirados de <http://www.bocaboca.com.br/quem-somos>, Acesso em 12/12/2017.

5. CAPÍTULO 4: IDENTIDADES NEOLIBERAIS E SENSIBILIDADE PÓS-FEMINISTA

Neste capítulo, abordarei algumas das diferentes noções de *identidade* e *sujeito* formuladas desde a Modernidade até a contemporaneidade; buscarei delinear o conceito de *felicidade* em um contexto neoliberal, seu atrelamento à cultura terapêutica e dessa às narrativas de superação, em especial na vertente audiovisual. Farei também uma breve retrospectiva da segunda onda feminista e o papel de relevância, primordialmente econômica, que a mulher alcança a partir de então. Examinarei, finalmente, a sensibilidade pós-feminista e a jornada da heroína *empoderada* no engajamento com o seu próprio *self* como forma de tornar-se merecedora de um grande amor.

5.1 Identidade e transmutações do sujeito

Conforme já mencionado no primeiro capítulo, a metodologia utilizada para esta dissertação é pautada no circuito da cultura (DU GAY *et al.*, 1997) e trata-se de uma análise textual que examina as interações entre os momentos de produção, as representações e as identidades privilegiadas pela cultura neoliberal. Os dois primeiros pontos desse circuito já foram abordados nos capítulos anteriores – neste, começarei debatendo brevemente a transmutação das noções de *identidade* até a eclosão da chamada *identidade pós-moderna* ou *reflexiva*.

Para o teórico cultural Stuart Hall, o conceito de identidade seria extremamente complexo, ainda pouco desenvolvido e compreendido nas ciências sociais atuais. Em *A Identidade Cultural na Pós- Modernidade* (2006), ele percorre as noções do termo com base em três linhas históricas principais: a identidade do *sujeito iluminista*, do *sujeito sociológico* e do *sujeito pós-moderno*.

Na Modernidade, teria se operado uma transição teórica iniciada por Descartes, que deslocaria Deus como o centro do Universo e promoveria a explicação do mundo material em termos mecânicos e matemáticos. O cartesianismo impulsionaria o surgimento de um sujeito pensante, um indivíduo centrado, unificado, dotado das capacidades da razão, da consciência e da ação. Nesse entendimento, o *sujeito iluminista* possuiria um centro ou núcleo interior inato, que permaneceria o mesmo por toda sua vida – seria sua essência, sua individualidade.

A partir do século XIX eclodiria o que Hall chama de *sujeito sociológico*. Nele o indivíduo passaria a ser visto e definido no interior das grandes estruturas e instituições da sociedade moderna. Para essa visão contribuiriam a biologia darwiniana (que pensaria a razão com base na natureza) e o surgimento de novas ciências sociais (como a psicologia e a sociologia). O núcleo interior do sujeito sociológico não seria considerado autônomo e autossuficiente, mas sim formado na sua relação com outras pessoas, que mediarão para o sujeito os valores, sentidos e símbolos do mundo do qual ele faz parte. Seria, assim, uma concepção interativa da identidade e do *eu*, que atrelaria o sujeito à cultura – na qual noções comunitárias como pátria e religião seriam consideradas basilares e perenes.

A Pós-modernidade seria caracterizada por diferentes visões e antagonismos sociais que provocariam uma “crise de identidade”. Em um mundo globalizado, no qual as paisagens políticas estariam fraturadas, as pessoas não se identificariam mais em termos de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça, nacionalidade ou qualquer categoria que antes fosse preponderante na definição de um sujeito – provocando um *descentramento* ou *deslocamento* do mesmo. O *sujeito pós-moderno* seria fragmentado numa miríade de identidades temporárias, cambiáveis, múltiplas e desenraizadas. Seria formado e transformado continuamente perante as formas pelas quais é representado ou interpelado nos sistemas culturais que o rodeiam, desempenhando papéis sociais diferentes, em momentos distintos (HALL, 2006).

Já a reconstrução histórica que Taylor (2005) realiza da formação do sujeito moderno indica o movimento cultural romântico como um momento que fundaria determinadas características ainda presentes e prestigiadas no sujeito contemporâneo. O autor expõe como, a partir do expressivismo alemão, seria propagada a noção de uma *interioridade pessoal*, um *self*, que poderia e deveria ser infinitamente sondado a fim de possibilitar ao indivíduo a expressão de seu eu mais “autêntico”, criativo e potente. Tal concepção passaria a integrar marcadamente a visão ocidental de realização pessoal como um processo que depende do *engajamento* do indivíduo para acontecer. Segundo Taylor, na sociedade atual, desprovida de fortes laços comunitários, o modelo de *self construction* seria fonte de angústia constante ao exigir do sujeito o investimento e manejo eficiente de todos os papéis sociais considerados hoje relevantes (TAYLOR, 2005; 2011).

Foucault, em *O nascimento da biopolítica* (2008), aponta o *homo economicus* como um componente emergente nas transformações culturais vitorianas e um elemento fundamental para a mentalidade neoliberal. A ele caberia a condução da própria vida a partir

de um enquadramento empresarial, tornando-se um empresário de si mesmo. O *homo economicus* transbordaria a noção de gerenciamento não apenas para condução de sua carreira, mas para as esferas física, sexual, pessoal, amorosa, familiar e até mesmo espiritual.

Os trabalhos de Foucault (2008) e Taylor (2005; 2011) contribuem para o entendimento, em voga na cultura neoliberal, de que a *busca pela felicidade* exige um sujeito autorresponsável e comprometido com esse processo. O mesmo, basicamente, não teria fim – já que, no mundo da obsolescência programada, a tensão entre defasagem-melhoria seria constante. Assim, da mesma forma que se deve manter uma empresa atualizada e em sintonia com o mercado no qual atua, a mesma lógica deve permear a existência do indivíduo – não apenas como profissional, mas também como ser disponível no “mercado do amor”. Tais noções indicam uma percepção empreendedora que invade todas as esferas da vida humana (BAUMAN, 2004; TAYLOR, 2005, 2011).

Essa perspectiva encontra reverberação nas narrativas das comédias românticas analisadas: a pressão provocada pela necessidade das protagonistas aprenderem a conciliar diferentes papéis sociais com desenvoltura move a jornada adiante rumo ao *final feliz*.

5.2 Felicidade neoliberal, indústria terapêutica e as narrativas de superação

O conceito de *felicidade*, assim como o de *amor*, pode ser lido tal qual um reflexo dos tempos nos quais se manifesta – e varia da aparente simplicidade a intrincadas formulações. Segundo o *Dicionário Aurélio*, felicidade seria simplesmente “bom êxito” ou “sucesso” (FERREIRA, 2004, p.401). Já o *Dicionário Abbagnano de Filosofia* (2007) é bem menos conciso em sua definição, despendendo três páginas para discorrer sobre o termo – o que evidencia sua complexidade³¹.

O nascimento da noção de felicidade é localizado na Grécia antiga, onde Tales julgava feliz aquele que tivesse corpo são e forte, boa sorte e alma bem formada (ABBAGNANO, 2007). Demócrito, de maneira similar, a definiria como a medida de equilíbrio, fruto de uma atitude mental e física positiva ao se manter afastado dos defeitos e dos excessos (*ibidem*). A formulação passaria por diversas transmutações ao longo dos séculos e ocuparia centralidade na Modernidade, mesmo que de maneira ambígua. Nesse momento, a busca pela felicidade se

³¹ Em linhas gerais, o *Dicionário Abbagnano* delinea “felicidade” como um “estado de satisfação devido à situação no mundo. Por esta relação circunstancial, a noção de felicidade se diferiria da de bem-aventurança, que seria independente da relação do homem com o mundo e, ao mesmo tempo, contemplativa ou religiosa” – enquanto o conceito de felicidade seria mundano e humano (ABBAGNANO, 2007, p.434).

tornaria um direito natural e inalienável ao homem na Constituição Americana (1789); ao mesmo tempo em que, na corrente romântica radical, a dor, os estados de perturbação e insatisfação seriam encarados como experiências intrinsecamente regozijadoras e bem-vindas pra um aprofundamento do indivíduo em si mesmo (*ibidem*).

A noção de felicidade como condição basilar para uma existência humana “normal” viria novamente à tona com o discurso psiquiátrico, patologizante, surgido a partir no século XIX (*ibidem*). O conceito, então imerso na moral vitoriana de responsabilidade individual, se ligaria posteriormente ao de *autoestima* – que a partir dos anos 1960 seria incorporado pelas correntes terapêuticas e, na década de 1990, alcançaria a mídia de massa (FREIRE FILHO, 2011). Dessa maneira, a felicidade não seria mais um fim estável, como o pote de ouro no final do arco-íris, mas algo que impulsionaria o indivíduo a novos sonhos, uma vez que o da vez fosse alcançado. Essa lógica exigiria tempo e investimentos constantes no “projeto de si mesmo” e se aplicaria desde a vida pessoal à profissional³² do indivíduo (*idem*, 2010b).

Nesse sentido, a chamada “literatura de aconselhamento” ou “autoajuda” – assim como diversos outros produtos culturais, dos quais o cinema faz parte – passaria a condicionar a felicidade ao *sucesso individual*, alcançável com base nos modelos de *self construction* e máxima *performance*, citados por Taylor e Foucault. Nessa feita, o êxito seria uma construção de dentro para fora – fosse da empresa, fosse do indivíduo.

Como afirma a socióloga marroquina Eva Illouz, no contexto estadunidense, a terapia se tornaria uma ferramenta para construir a própria estória ao incorporar e reciclar “uma das maiores narrativas da identidade, se não a maior – a narrativa de autoajuda” (ILLOUZ, 2011, p.64). Se, na primeira década do século XX, Freud realizou as conferências que fariam o pensamento *psi* chegar ao solo americano; a partir de 1939, ela já se disseminava na cultura de massa. Livros no formato de bolso, a preços acessíveis, difundiriam uma psicologia distanciada do determinismo freudiano e com uma visão mais aberta e otimista do desenvolvimento pessoal. No cinema, conforme apresentado no capítulo anterior, a criação de

³² Para Illouz (2011), a linguagem psicológica teria papel fundamental na moldagem basilar da identidade empresarial. Ela daria sentido às transformações trabalhistas e tornaria naturais formas renovadas de hierarquia e competição – extrínsecas à ideologia psicológica primordial, mas cada vez mais atreladas à mesma. Dessa forma, a sociedade norte-americana passaria a se orientar por uma economia de serviços, baseada em um discurso científico que versava primordialmente sobre pessoas, interações e sentimentos para moldar as mais diversas identidades, inclusive a de trabalho. O discurso psicológico logrou enorme sucesso porque, no pano de fundo da ascensão das profissões liberais, os psicólogos ofereceram uma linguagem – de pessoas, sentimentos e motivações – que pareceu corresponder e dar sentido às transformações em larga escala do trabalho norte-americano (ILLOUZ, 2011, p.28).

personagens e enredos já se apoiava no viés psicológico, em especial para a construção de narrativas individuais de superação.

De acordo com Illouz, a expansão e amadurecimento do mercado de consumo, associados à revolução sexual da década de 1960, iriam favorecer o aumento da autoridade e visibilidade dos psicólogos – já que tanto o consumismo quanto a liberação sexual teriam em comum o poder de transformar o eu, a sexualidade e a vida privada nos locais primordiais de formação e expressão identitária.

5.2.1 Narrativas de superação na cultura neoliberal

Saraiva (2011), define o cinema como dispositivo educativo e governamentalizante inserido na lógica da indústria cultural, que ensinaria modos de se relacionar e maneiras de ser, “construindo e legitimando identidades sociais, ao mesmo tempo em que desautoriza outras” (SARAIVA, 2011, p.1). A visão do autor se coaduna a de Mimi White (1992), Franny Nudelman (1997), Eva Illouz (2003; 2011) e Sean Redmond (2008), que evidenciariam o efeito pedagogizante das narrativas terapêuticas e de autoconhecimento no contexto audiovisual. Tal tendência se tornaria mais evidente a partir da década de 1980, com a ascensão de *talk shows* como o de Oprah Winfrey, nos quais ocorreria sistematicamente uma espetacularização do ato confessional, a glamorização da tristeza e a valorização das narrativas de superação (WHITE, 1992; NUDELMAN, 1997; ILLOUZ, 2003, 2011; REDMOND, 2008).

White (1992), argumenta que a televisão funcionaria como um dispositivo terapêutico em um contexto familiar e interpessoal. A TV poderia falar na linguagem terapêutica tanto através de especialistas entrevistados nos programas, que responderiam a questões específicas reais; ou no exame, por parte desses profissionais, de personagens ficcionais. White cita, inclusive, o caso de um psicólogo de Ohio que usaria a análise de papéis televisivos na sessão de terapia como forma de seus pacientes aprenderem sobre si mesmos observando seu “gêmeo televisivo” (WHITE, 1992).

O uso de narrativas e arquétipos que promovem a identificação na audiência – e que propiciariam lições sobre os sentidos da existência humana, assim como sobre o certo e o errado – remontaria a tempos pré-históricos. No *best seller Sapiens* (2014), o historiador israelense, Yuval Noah Harari, argumenta que a revolução cognitiva pela qual a humanidade passou, há 70.000 anos atrás, deu início à nossa história. Ou seja, pela emergência da

linguagem ficcional, pela capacidade de contar estórias, o ser humano teria começado a firmar um legado que revolucionaria o mundo.

O homem primitivo passaria a ter a ferramenta fundamental para convencer outros indivíduos e grupos a se unirem em prol de uma causa coletiva, como, por exemplo a ameaça de animais ou bandos opositores. Os mitos e estórias ensinariam, assim, os códigos de conduta que permitiriam uma vida em sociedade; dariam informações sobre erros que deveriam ser evitados; e fomentariam a reflexão ao estimular que o ouvinte se identificasse com o protagonista e, dessa forma, ponderasse sobre sua própria vida (HARARI, 2016). De maneira semelhante, seria possível pensar que a mitologia grega, a Bíblia, assim como as narrativas contemporâneas, se utilizam de um modelo simbólico mitológico para formular e passar adiante morais específicas.

O princípio do mito, de expor o que seriam certas verdades fundamentais da humanidade, seria a base do livro *O Herói de Mil Faces*, lançado em 1949, pelo mitologista americano Joseph Campbell. Conforme abordado no primeiro capítulo, essa jornada seria focada na autodescoberta e desenvolvimento do herói – e estaria em sintonia com a emergência da cultura terapêutica.

O roteirista de Hollywood, Christopher Vogler, lançaria no final dos anos 1980 um memorando que congregava as principais ideias de Campbell. O roteirista trabalhava para os estúdios Walt Disney e havia estudado cinema na mesma faculdade de George Lucas, um assumido admirador da teoria do monomito – que usara para construir a primeira trilogia de *Guerra nas Estrelas* (1977; 1980; 1983). Assim como Lucas, Vogler se inspirou no trabalho de Campbell, porém com o intuito de criar um modelo narrativo que pudesse reanimar comercialmente os estúdios Disney, que passavam por uma fase de sucessivos fracassos de audiência. A proposta do roteirista foi acatada e gerou inúmeros sucessos como *A Pequena Sereia* (1989) e *Mulan* (1998), além de influenciar trabalhos como a trilogia *Matrix* (1999; 2003a; 2003b), das irmãs Wachowski (VOGLER, 2006).

Tal modelo seria ainda amplamente utilizado na construção de narrativas de superação de pessoas comuns, cujo sucesso é relatado, não raro, em confessionários midiáticos – seja o Facebook, o Instagram ou o programa da Fátima Bernardes³³. Esse funcionamento apresenta

³³ No Facebook, por exemplo, existe a página Superando a Decepção, que em 31/01/2018 contava com 31.722 pessoas curtidas. Nela, frases motivacionais são deixadas quase cotidianamente pela administradora da página. Um exemplo é “Não precisamos ser mais ou menos. Apenas precisamos ser nós mesmos, em todos os momentos. Simples assim!”. A *coach* Poliana Bechara utiliza o Instagram (@coachpolianabechara) e sua estória pessoal de sucesso na construção de uma relação harmoniosa com o ex-marido para encorajar “mães divorciadas a superarem esta difícil fase da vida, na área pessoal/profissional”. A *coach* possui 3.641 seguidores. No programa da Fátima Bernardes

e valida soluções para momentos de crise, que são propagadas pelo viés motivacional e inspirador (WHITE, 1992). Da mesma maneira que as histórias de terceiros teriam ensinado a humanidade como superar dificuldades e viver em sociedade desde tempos imemoriais, compreende-se que as narrativas de superação hodiernas poderiam desempenhar a mesma função para os humanos contemporâneos. Assim, a lógica que permeia os *talk shows* americanos desde a década de 1980 pode ser encontrada em diversas outras plataformas.

O que quero deixar claro é, como na cultura terapêutica contemporânea, a noção de que a vida pode ser estruturada na forma de uma narrativa capaz de inspirar a outros ou ser inspirada por terceiros é extremamente presente. Nesse modelo simbólico, a produção discursiva não precisaria obedecer aos preceitos desenvolvidos por Campbell e Vogler para dar forma à noção primordial de superação de obstáculos. A solução reafirmada reiteradamente é o investimento em si mesmo, no autoconhecimento e o autodomínio como metodologia para criar uma vida equilibrada e feliz.

Como afirma Illouz, as narrativas terapêuticas criam nichos de mercado, ao tratar espectadores como pacientes e potenciais consumidores (ILLOUZ, 2011). Tal fato fica evidente na resenha do filme *De Pernas pro Ar* (2010), extraída do portal Carreira e Sucesso – integrante da plataforma Catho de busca por empregos e aprimoramento profissional.

Um roteiro divertido com sacadas engraçadas fazem o filme “De pernas pro ar” ser uma opção espirituosa de longa para este fim de semana. Obviamente, em homenagem as mulheres e seu poder, o filme torna-se uma ótima opção de entretenimento não somente para elas e, sim, para quem gosta de comédia. O filme conta a história de Alice (Ingrid Guimarães) [que] já passou dos 30 anos, é casada com João (Bruno Garcia), tem um filho e é uma executiva bem sucedida. Na verdade, ela é uma típica *workaholic*, que tenta se equilibrar entre a rotina de trabalho e a família, mas perde o emprego e o marido no mesmo dia.(...) A crítica no filme é bem clara quanto ao profissional viciado em trabalho – Alice pensa que está sob controle e o perde no mesmo dia. Isso deve acontecer com inúmeros profissionais que deixam de lado a vida pessoal para focarem em suas carreiras. Foco, concentração e equilíbrio são fundamentais para todos, tanto para a mulher quanto para o homem executivo, porém, a habilidade de separar momentos com a família, amigos e para si mesmo são essenciais. Não basta se ter sucesso quando o coração está vazio, e isso deve ser a premissa básica de todas as pessoas. (...) Após o período de turbulência vivido por Alice, pelo tempo de reflexão e dificuldade, ela se reinventa e torna-se empresária de destaque do ano e recupera seus valores e família (TEIXERA, 2013).

dedicado a debater e dar dicas como superar a separação, a própria apresentadora virou inspiração, por aparecer feliz nas redes sociais e estar namorando um rapaz mais jovem (HORA DE SANTA CATARINA, 2017).

Nessa simples resenha, existem inúmeras supostas “verdades” que habitam o senso comum, boa parte delas trabalhadas nesta dissertação: a necessidade de harmonia para a construção de uma vida feliz; que é necessário se equilibrar para atrair um amor; que o sucesso apenas, sem um amor para “preencher o coração”, não criaria uma existência afortunada; o valor da jornada de superação de problemas pessoais rumo a um maior autoconhecimento; a valorização da iniciativa empreendedora; e, finalmente, a noção de poder feminino – que será o foco das próximas seções.

5.3 Retrospectiva feminista e relevância da mulher em um novo cenário mundial

A mobilização por condições de maior equidade de poder entre os gêneros tem como importante marco o movimento feminista. Assim como outros fluxos sociais que eclodiram nas revoluções de Maio de 1968, ele pode ser compreendido como um dos detonadores para o descentramento do sujeito moderno – em parte por politizar a subjetividade, a identidade e o processo de identificação produzido pela mídia massiva. Conforme abordado no capítulo anterior, as feministas da segunda onda questionavam o enquadramento da mulher como sujeito objetificado sexualmente em uma sociedade patriarcal voltada para o consumo, o que criaria uma estrutura opressiva contra a liberdade e autonomia feminina (RAGO, 1995).

Nas décadas de 1970 e 1980, durante a crise da democracia em boa parte do mundo, o feminismo se radicalizaria e, finalmente, se organizaria enquanto movimento político estruturado. Como explicita a professora do Departamento de História da UNICAMP, Margareth Rago, o feminismo brasileiro buscava, inicialmente, a aproximação com o discurso marxista como forma de legitimar suas demandas contra a opressão sexista. Porém, com o tempo, começaria a discutir questões antes secundarizadas, entrando em sintonia com as principais demandas das feministas divulgadas a nível internacional (*ibidem*).

Sarti (1988) corrobora com Rago e indica que haveriam se somado a esse processo, em âmbito nacional: a industrialização e modernização aceleradas, que enfraqueciam os vínculos sociais tradicionais; as crescentes exigências e reivindicações do movimento feminista; a entrada maciça das mulheres na vida acadêmica e no mercado de trabalho; e as transformações na família nuclear brasileira. Dessa maneira, os movimentos políticos que reivindicavam o direito à diferença alçariam a mulher a um novo patamar de relevância na vida social e, principalmente econômica, no país. Nesse contexto, em acordo com as demandas feministas fora do país, a esfera privada – o corpo, o desejo, a saúde, a sexualidade

– passaria a ser entendida como igualmente política, sendo somada como território de luta aos esforços femininos por um maior protagonismo nas decisões e igualdade junto ao sexo oposto (SARTI, 1988; RAGO, 1995).

Rago argumenta que, a partir desse momento, as mulheres demandariam um protagonismo na história e nas estórias – não aceitando mais, passivamente, sua inclusão em narrativas fundamentalmente masculinas, heteronormativas e brancas. Ser “mulher” deixou de ser uma categoria única e fixa, em especial pela crescente organização dos movimentos *gay* e negro. Com relação a esse último,

O Feminismo Negro é um movimento social e um segmento protagonizado por mulheres negras, com o objetivo de promover e trazer visibilidade às suas pautas e reivindicar seus direitos. No Brasil, seu início se deu no final da década de 1970, a partir de uma forte demanda das mulheres negras feministas: o Movimento Negro tinha sua face sexista, as relações de gênero funcionavam como fortes repressoras da autonomia feminina e impediam que as ativistas negras ocupassem posições de igualdade junto aos homens negros; por outro lado, o Movimento Feminista tinha sua face racista, preterindo as discussões de recorte racial e privilegiando as pautas que contemplavam somente as mulheres brancas (ARRAES, 2014).

Nesse ensejo de transmutação³⁴ cultural, política e econômica, eclodiria uma nova versão do feminismo, forjado de forma dialética com esse contexto.

5.4 Pós-feminismo: feminismo para ser visto e consumido

No afloramento da cultura neoliberal, que propiciaria justificativas individualistas de sofrimento e felicidade humanas (FREIRE FILHO, 2010b), despontariam novas propostas de reflexão e representação do papel feminino nos meios de comunicação de massa. Repleto de contrastes, o conceito de pós-feminismo nasceria no entroncamento e cruzamento de meios de comunicação massivos, da cultura de consumo, da política neoliberal, das teorias pós-modernas e, significativamente, do próprio feminismo (GENZ, BRABON; 2009). Definido por Rosalind Gill (2007) mais como uma sensibilidade do que um movimento ou uma teoria uníssona, o pós-feminismo, a partir de 1990, preconizaria uma agenda que recupera, social e politicamente, atitudes e artefatos que o feminismo da segunda onda renegara.

As feministas da década de 1960, na esteira das indagações iniciadas por Beauvoir (1970) e Friedan (1971), desejavam, principalmente, se libertar de um modelo de feminilidade

³⁴ O cenário político se transmutava, no Brasil, com a derrocada do governo ditatorial, em 1985, e no exterior, com a queda do Muro de Berlim, em 1989. Com a queda do bloco comunista, o capitalismo deixou de ter um antagonista ideológico realmente forte, o que possibilitou a expansão da cultura de consumo por praticamente todo o globo terrestre.

sentido como sufocante. A “gaiola dourada” na qual vivia a mulher de classe-média americana foi entendida como uma criação das indústrias da cosmética, moda, de eletrodomésticos; das revistas femininas; da publicidade; e do cinema. Essa gaiola prendia a mulher aos cuidados com um determinado padrão de beleza – para o qual as misses caucasianas eram o grande referencial –, nos afazeres do lar e na maternidade quase compulsória (FRIEDAN, 1971). E esses foram, precisamente, os itens culturais contra os quais as feministas da segunda onda se rebelaram (RAGO, 1995). Dessa forma, o direito a ter uma aparência livre de pressões estéticas foi uma das principais bandeiras levantadas por essas mulheres – o que fez com que fossem representadas, nos meios de comunicação de massa tradicionais, como relapsas em sua feminilidade e usualmente descritas com base em termos negativos (FREIRE FILHO, 2007).

Na década de 1980 para a década de 1990, jovens mulheres se encontravam insatisfeitas e não representadas pelo modelo feminista anterior, visto como sisudo e adepto de uma estética que seria relapsa. Elas demandariam um posicionamento que incluísse algo além da retidão política, que se firmasse pelas escolhas individuais e não por ações políticas coletivas, como haviam feito as antecessoras da segunda onda (HENRY, 2004).

As críticas feministas Angela McRobbie e Judith Butler sugerem que o pós-feminismo pode ser entendido, como um “duplo enredamento” (BUTLER, 2000 *apud* MCROBBIE, 2006) que implicaria a coexistência de valores neoconservadores em relação a gênero, sexualidade e vida familiar. Dessa maneira, em um ambiente no qual as premissas básicas feministas já haviam sido popularizadas, surgiria um novo léxico calcado em noções como escolha, prazer, independência, reinvenção, liberdade, amor, visibilidade, *empoderamento* e autoestima – devidamente habilitado por ingredientes básicos da indústria da feminilidade (FREIRE FILHO, 2007).

De maneira polissêmica, a noção de pós-feminismo indicaria, dentre outras questões, um balanço das ideias e agenda da mobilização feminista. Lana (2017), cita Wendy Brown (2005) ao declarar que no contexto pós-colonial, a formação de cânones feministas e o interesse da cultura *pop* pelo feminismo haveria criado as condições de possibilidade para que a reflexão sobre gênero se reconfigurasse.

Mesmo sem uma agenda única, na mídia massiva, há um aspecto comum: a celebração do poder. Ao invés de promover a mobilização coletiva, a mídia pós-feminista incita as mulheres a serem individualmente fortes e a manterem a resiliência diante de problemas. As representações do feminino na mídia enfatizam narrativas de realização e felicidade, alcançadas através de capacidades individuais, desencaixadas das desigualdades. As histórias de

mulheres que “chegaram lá” são modelos não apenas por terem alcançado seus projetos, mas porque são vistas como responsáveis individuais pelos seus destinos (LANA, 2017, p.1367).

A partir da década de 1990 é possível constatar a emergência desse perfil feminino *empoderado* em diversos produtos audiovisuais de sucesso. As encarnações ligadas ao universo da música *pop* iriam viralizar globalmente os princípios de *autenticidade* e *empoderamento feminino* em clipes de artistas como Madonna, Spice Girls, Courtney Love, Gwen Stefani, Avril Lavigne, Pink e *Destiny's Child*– que inspirariam nas décadas seguintes uma centena de cantoras “de atitude” no Brasil e no mundo (FREIRE FILHO, 2007).

Henry (2004), estuda o surgimento do pós-feminismo tendo como base o enredo e as representações do seriado americano *Sex and The City* (1998-2004), por exemplo. Passada na cidade de Nova York, a série focava nas relações íntimas de quatro mulheres brancas, cosmopolitas, classe média-alta que eram amigas – três das quais na casa dos trinta, e uma, Samantha, com mais de quarenta anos. Henry discorre, assim, sobre uma geração que havia crescido em um mundo onde, aparentemente, a bandeira de equiparidade entre os gêneros já havia sido enfaticamente levantada e o consumo – de artigos, serviços e envolvimento afetivos – ocupa um lugar central.

Outras séries também tiveram papel fundamental na disseminação do ideário pós-feminista: a versão nacional de *Sex in the City*, chamada *Avassaladoras* e exibida em 2005 pela Record; o seriado *Desperate Housewives* (cuja versão brasileira estreou em 2007, na Rede TV). *Ally McBeal*, *Buffy* e *Xena* também povoaram o imaginário ocidental com representações de mulheres bonitas, predominantemente brancas, fortes e decididas (FREIRE FILHO, 2007).

No contexto adulto, neoliberal, eclodiria, assim, um novo modelo de sucesso feminino: a *mulher poderosa* passaria a ser alardeada em diversas instâncias midiáticas como um perfil de poder em sintonia com o seu tempo (LEAL, 2015):

Nas roupas e no estilo ela é o protótipo mais comum e visível da mulher contemporânea; ela jamais usaria aqueles terninhos dos anos 1980, com enormes ombreiras que tentavam imitar a vestimenta dos homens de negócios. Elas são descaradamente *sexy* e estão muito bem orientadas para alcançar o sucesso profissional. Com seus saltos altos, elas marcham imponentes por escritórios, lojas e salas de conferência. Ao mesmo tempo, porém, a sola vermelha do sapato envia a quem as observa a seguinte mensagem: “venha comigo” diretamente para o quarto (RHODES & SCHNEIDER, 2014, p. 17 *apud* LEAL, 2015, p. 12).

Transportando esse cenário para as comédias românticas analisadas neste trabalho, tanto Alice, de *De Pernas Pro Ar* (2010), quanto Malu, de *Loucas pra Casar* (2015), parecem

ter sido baseadas, em boa parte, nessa concepção de mulher – pelo menos até serem assoladas pela primeira crise de cada narrativa. As duas seriam representadas, inicialmente, como mulheres atraentes, bem cuidadas esteticamente, seriam profissionais com cargos de liderança e estariam em relacionamentos estáveis – o que lhes concederia prestígio na lógica afetiva contemporânea. Nesse sentido, Alice seria especialmente vitoriosa, por já ser casada e em um matrimônio aparentemente inabalável. Sobre o valor cultural do casamento nas comédias românticas, a protagonista Fernanda, de *Os Homens São de Marte* (2014) explica:

Mulher e casamento pra mim é que nem cartão de milhagem: solteira é que nem cartãozinho básico, tá [sic] na merda. Casou passou pro [sic] prata, deu uma melhoradinha. Agora casou e durou, meu amor, é cartão ouro (OS HOMENS SÃO DE MARTE... E É PRA LA QUE EU VOU, 2014)!

Apesar do perfil de *mulher poderosa* de ambas as personagens (e por causa dele mesmo), Alice e Malu vivem uma profunda crise de identidade. Nesses dois filmes, ambas as protagonistas, interpretadas por Ingrid Guimarães, colapsam com a sobrecarga de afazeres e expectativas: Alice seria destituída, no mesmo momento, dos seus papéis de esposa de um casamento bem sucedido e do cargo de alta executiva de uma empresa de brinquedos, pois havia agido de maneira relapsa com os dois; Malu iria, literalmente, surtar frente à exigência de perfeição que impôs a si mesma nos papéis de namorada, profissional e filha.

Desde o lançamento da grife de filmes hollywoodianos que se tornaria um marco para a safra de *romcoms* pautadas em protagonismo feminino³⁵ – *O diário de Bridget Jones* (1996) e *Bridget Jones no limite da razão* (1999) – esse modelo de *mulher poderosa* parece estar em cheque:

Textos populares como o de Bridget Jones normalizam as ansiedades de gênero pós-feministas para re-regular [sic] as jovens através do discurso da escolha própria. Mas mesmo esta “liberdade bem regulada” pode sair pela culatra (a fonte de um efeito cômico) e isto, por sua vez, dá lugar a patologias bem marcadas (deixar para ter filhos muito tarde, falhar na busca por um bom partido, etc.) (MCROBBIE, 2006, p. 9).

As heroínas “verossímeis”, comicamente familiares em suas trapalhadas, passaram a retratar dilemas considerados pertinentes às mulheres contemporâneas, além de indicar possíveis caminhos para a construção de uma estória de superação e sucesso – geralmente mais “leves” e possíveis que aqueles indicados pela *mulher poderosa*.

³⁵ As comédias românticas anteriores a *Bridget Jones* tendiam a girar em torno da estória de um casal que se encontra, se desencontra e se encontra novamente – e não de uma mulher que busca um homem para chamar de seu (KAKLAMANIDOU, 2013).

Ao aplicar o raciocínio de Taylor e Foucault aos filmes analisados torna-se evidente a potencial ansiedade na qual os sujeitos femininos viveriam hoje. Se da época vitoriana até meados da década de 1950, esperava-se que a mulher se realizasse, basicamente, como esposa e mãe, no contexto pós-moderno as possibilidades se complexificam. Estar casada; estar em boa forma física; ter o emprego dos sonhos ou ser sua própria chefe; ter uma vida sexual animada; ser presente e popular nas redes sociais; ter vida social... Esses são apenas alguns dos itens que hoje integram o que é socialmente aceito como uma existência *feliz* para uma mulher cosmopolita – um pacote mínimo de exigências que as poucas 24 horas de um dia parecem, para as reles mortais como eu, jamais serem suficientes para dar conta.

Essa sensação de frustração eminente daria força ao discurso de *Backlash*. Para explicar esse fenômeno, a jornalista americana Susan Faludi (2001) alerta para a bandeira de suposta igualdade já alcançada, levantada pelo pós-feminismo, com relação às conquistas do movimento da segunda onda. Para Faludi, por trás das afirmações alegres e entusiasmadas, haveria uma mensagem permissiva sobre o movimento pela libertação das mulheres: você pode se sentir livre e em pé de igualdade o quanto quiser, mas nunca foi tão infeliz.

Este boletim de desespero está afixado em todos os lugares - nas bancas de jornais, na telinha da televisão, nos anúncios, nos filmes, nos consultórios médicos e nas publicações acadêmicas. As mulheres profissionais estão entrando em “parafuso” e sucumbindo a uma “epidemia de infertilidade”. As solteiras estão se queixando devido à “falta de homens”. O *New York Times* revela: as mulheres sem filhos andam “deprimidas e confusas” e cada vez em maior número. A *Newsweek* afirma: as mulheres não-casadas estão “histéricas” e prostradas numa profunda crise de “falta de confiança”. Os manuais médicos informam: mulheres em altos cargos executivos estão sofrendo como nunca de “distúrbios provocados pelo estresse”, queda de cabelo, nervosismo, alcoolismo e até enfartes. Os livros de psicologia advertem: a solidão da mulher independente representa hoje em dia “um dos mais graves problemas de saúde mental” (FALUDI, 2001, p.9).

As mulheres estariam infelizes justamente por serem livres, destituídas de seus papéis femininos primordiais. A essa lógica a autora chama de *Backlash*: um refluxo antifeminista, um retrocesso ideológico que realizaria um poderoso contra-ataque aos direitos da mulher. O *Backlash* seria incumbido por proclamar que as mesmas iniciativas que levaram a mulher a uma posição superior foram responsáveis pela sua ruína (FALUDI, 2001). Como afirma Faludi, o *Backlash* diz às mulheres que elas se agarraram ao brilho dourado da independência e deixaram escapular o único brilho que realmente lhes interessa – o da aliança no dedo.

A seguinte passagem do filme *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014) parece corroborar com essa visão. Ele evidencia o desconforto com o feminismo

praticado na segunda onda, assim como a associação do mesmo a um suposto estímulo à solidão feminina:

Se eu fosse contar a história da minha vida seria através dos amores que eu tive. Nem todos foram correspondidos, claro.

Segundo Oscar Wilde, “amar a si mesmo é o começo de um romance para a vida inteira”. Ok, eu entendo. Eu “tô” [*sic*] me amando há anos. Esse romance comigo está incrível. Mas agora estou super afim de amar uma outra pessoa e ser amada também. A vida inteira ouvi minha mãe falar: “pensa bem antes de casar! Você tem uma vida pela frente!”. Nos anos 70, ela saía com uma plaquinha pela rua escrito: “quem precisa dos homens?”. Hoje eu vou sair com uma plaquinha escrito: “Eu preciso!” (OS HOMENS SÃO DE MARTE... E É PRA LA QUE EU VOU, 2014).

No contexto pós-feminista, a frase *the future is female* se tornou, especialmente nos últimos anos, um *hit* reproduzido em camisetas, moletons e outros itens de consumo – basta uma rápida busca no Google Imagens para constatar. Porém, a cena descrita acima evidencia que há uma leitura ambígua do movimento.

A fim de debater sobre os rumos e reais conquistas do feminismo contemporâneo, de sua versão acadêmica até a sua mais *pop*, a revista brasileira TPM compilou uma edição inteira, em setembro de 2017, para tratar do assunto. Com os dizeres “O futuro é feminino? Por que estamos tão angustiadas? Por que não nos sentimos livres? O que deu errado?” (TPM, 2017) a magazine parece fazer um esforço sincero de avaliar, em mais de 100 páginas, o momento múltiplo e complexo delineado pela sensibilidade pós-feminista – e que vem causando desconforto em tantas mulheres, conforme apresentado ao longo dessa dissertação.

A matéria intitulada “Eu sou a gorda do Tinder”, escrita pela jornalista Jéssica Balbino para a plataforma Hysteria, evidencia como o *padrão miss* de beleza ainda impera na percepção masculina na hora de optar por um envolvimento amoroso:

Entrei e saí do Tinder algumas vezes. Aconteceram alguns *match* e foram eles que me fizeram abandonar o aplicativo por tempo indeterminado. A importância do corpo se sobrepõe a todo o resto de forma brutal. E vejam, eu nunca escondi nada, mas as perguntas que recebi falam por si só: “Mas você é gorda quanto?”, “Tem foto de corpo todo?”, “Eu até sairia com você, mas tem que ser escondido, o.k.”, “Você é bonita de rosto, faz sexo oral?”, “Adoraria receber sexo oral seu”, “É verdade que as gordinhas são mais fogosas na cama?”. (...) E ser gorda na vida é bem isso: é ter a existência exposta por causa da sua forma física. E ter que lidar com o fato de que, para alguns, nada mais importa. Qual sua cor preferida? Qual seu signo? Vestido ou calça jeans? Comida com ou sem pimenta? Filme de terror ou comédia romântica? Se você não vestir 38, nada disso importa. Você vai ser sempre a gorda do Tinder: apagada, silenciada, que presta favores e não serve para desfilar publicamente (BALBINO, 2017).

Com relação ao espectro étnico, a ausência de protagonistas negras nos filmes analisados e na maioria dos produtos audiovisuais esconde uma realidade que perpassa também as relações afetivas:

Grande parte da luta feminina se dá contra o sexismo, a imposição de papéis e a violência. Só que o problema é ainda mais profundo e há um incômodo severo por parte de muitas mulheres negras, que se sentem rejeitadas pelos homens negros. A ideia de que são sexualmente usáveis e descartáveis é tão forte que a confirmação rompe as paredes dos grupos militantes: o Censo 2010 revelou que as mulheres negras são as que menos se casam, sendo a maioria na categoria de “celibato definitivo”, ou seja, que nunca tiveram um cônjuge (ARRAES, 2014).

Ou seja, a diversidade de cores, formas e desejos a partir dos quais o gênero feminino poderia se expressar parece não ser valorizada e respeitada em diversas instâncias comunicacionais – inclusive naquelas mais horizontalizadas, entre pessoas comuns. Numa das entrevistas mais marcantes da edição da TPM supracitada, Amara Moira, transexual e doutora em literatura, quando indagada sobre a possibilidade de falar de feminismo sem uma consciência de classe atrelada, rebate:

É como se o feminismo estivesse dando certo para um grupo determinado apenas: mulheres brancas em geral, mas especialmente de elite, que já podem transformar o feminismo em mercadoria (...). Então, de repente, ok, decidem que o mundo é das mulheres. E aí você coloca isso numa estampa de camiseta, e isso não está efetivamente mudando o mundo. É só uma mensagem vazia se ficar reduzida a isso. A gente precisa começar um procedimento de organização das mulheres, delas se sentirem em mais condições de se organizar politicamente e em movimentos sociais, conseguirem acessar os espaços de tomada de decisão de poder (MOIRA, 2017).

Moira parece enfatizar uma participação política coletiva, tão presente na segunda onda feminista, mas que estaria ausente das expressões contemporâneas. Como afirma McRobbie (2009), a cultura popular disseminaria, hoje, uma versão de sucesso feminino em que poder e decisão substituem o feminismo como reivindicação política – o que dificultaria um entendimento, crítica e combate dos desníveis entre os gêneros ainda naturalizados.

A invisibilidade de perfis alternativos de feminilidade ao delineado no protagonismo das obras analisadas nesta dissertação parece encontrar eco com relação às soluções apresentadas nesses filmes para as crises enfrentadas pelas personagens principais – abordarei esse ponto na próxima sessão.

5.5 Análise: enquanto o amor não vem – a jornada da heroína no engajamento com o *self*

No contexto neoliberal, despolitizado, o engajamento da protagonista com a produção de um *self* autônomo, comprometido com o aprimoramento de qualidades e sobrepujamento de imperfeições, capaz de gerenciar a própria vida de maneira eficiente, a habilitaria a encontrar ou recuperar seu par romântico. Esse processo reflete o enquadramento da personagem principal nos moldes identitários femininos valorizados na sociedade neoliberal e divulgados, em escala massiva, pelos produtos culturais em sintonia com o discurso pós-feminista.

A crise de identidade vivenciada pelas mulheres – apresentada nas sessões anteriores e entendida, no senso comum, como resultante da solidão amorosa –, é curada, nesses filmes, a partir de uma espécie de plano de ação comum. Para tanto, as personagens principais, retratadas no início dos longas-metragens como perdidas em meio a inúmeros papéis sociais e sexuais possíveis, precisariam “se encontrar” para tornarem-se indivíduos merecedores de amor.

Com base nas culturas empreendedorora, *psi* e de autoajuda – propagadas no cenário pós-feminista sob o signo do *empoderamento* –, as protagonistas devem aprender a cultivar a *interioridade pessoal*, o *self*, na busca por uma individualidade mais autêntica, confiante, independente e equilibrada. A resultante desse processo de investimento em si mesma se concretizaria, invariavelmente, numa mudança radical de atitude mental que desembocaria em: uma carreira autônoma bem sucedida, porém sem tornar-se *workaholic*; e na capacidade de gerenciar adequadamente a vida social, pessoal e sexual (este último significa, nessas películas, praticar sexo, mas do tipo que não fere a lógica heterossexual monogâmica).

De acordo com as películas analisadas, é dessa maneira que a mulher contemporânea pode encontrar e desenvolver as ferramentas necessárias para o manejo eficiente de todos os papéis sociais considerados hoje relevantes – profissional, parceira sexual, esposa, mãe, amiga e filha, para citar os que tiveram ênfase nos filmes analisados – e, o mais importante, tornar-se atraente para e capaz de manter uma relação estável.

Em *De Pernas pro Ar* (2010), Alice, do meio para o final, se reencontra profissionalmente: se torna uma empreendedora de sucesso ao entrar como sócia e reerguer a *sex shop* que era da amiga e passa a ser dela também. Nessa jornada, Alice percebe que foi relapsa com sua família e se autorresponsabiliza pela crise no casamento. Através do engajamento pessoal no desenvolvimento de uma vida autônoma, mais equilibrada e prazerosa, consegue se realizar sexualmente, recuperar o marido, se relacionar melhor com o filho, com a mãe, e principalmente, com ela mesma.

Em *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014), a protagonista Adriana, como boa empreendedora de si, faz “do limão, uma limonada”, transformando sua crise causada pela traição do marido

em uma oportunidade de superação. Adriana é apresentada no lançamento de seu livro claramente mais bonita e com um semblante sorridente, ausente em praticamente toda a narrativa. Felicidade, nessa *romcom*, está ligada ao processo de superação de sentimentos identificados como negativos – tais quais ressentimento e desejo de vingança – e o desenvolvimento do *amor próprio*, que possibilitaria uma vida mais satisfatória em termos profissionais e sentimentais. Obviamente nada disso valeria realmente a pena se ela não finalizasse a trama dando um beijo típico de *final feliz* no seu par romântico, interpretado por Reynaldo Gianecchini.

Em Loucas pra Casar (2015), a protagonista Malu, após passado o surto pelo excesso de cobranças sobre si mesma e já em processo de autoconhecimento terapêutico, enxerga o ex noivo, pela primeira vez, de forma realista. A partir desse momento, buscando o equilíbrio, sem a pressão ser a mulher perfeita e com os pés no chão, Malu retoma o envolvimento com o ex, se casa e recupera a porção de fantasia “saudável” para o relacionamento.

Fernanda, de *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014), ao final de sua jornada de superação prova seu valor como profissional e mostra-se uma empreendedora capaz ao conseguir fazer com que o astro Lulu Santos tocasse numa festa de casamento. Em termos pessoais, aprende a gerenciar melhor sua carência afetiva, sem dúvida a sua maior lição: quando finalmente conhece um homem que mostra potencial para se tornar um relacionamento, ela consegue resistir e não ceder aos encantos do rapaz logo na primeira noite. A partir da decisão de não transar “logo de cara”, o romance floresce e termina em mais um *happy end* com cena de casamento.

As comédias românticas brasileiras seriam, assim, fruto e, ao mesmo tempo, estímulo, de um contexto complexo e invariavelmente contraditório por maior visibilidade feminina. O pós-feminismo das *romcoms* brasileiras oferece uma jornada de superação para a mulher contemporânea, rumo a um *empoderamento* empreendedor, mas em sintonia com uma feminilidade conformada ao modelo heteronormativo. Esse equilíbrio entre sucesso profissional, harmonia interna e feminilidade criaria as condições necessárias para o surgimento e florescimento de um grande amor – portanto uma conquista, e não um puro ato do acaso.

O direito à felicidade nesses filmes possui, assim, um caminho que desconsidera toda a diversidade de expressão sexual, assim como arranjos afetivos possíveis no contexto contemporâneo. A estrutura narrativa replicada ainda determina que, uma mulher para encontrar o amor, precisa estar bem fisicamente, profissionalmente e emocionalmente

primeiro. Ou seja, encontrar o amor num momento de crise, como acontece com Adriana em *S.O.S. Mulheres ao Mar* (2014), esse amor inviável – e foi o que aconteceu, até que a protagonista estivesse bem, autônoma nas mais diversas instancias de sua vida.

Se num primeiro momento tal modelo parece razoável em termos morais, e por que não, até saudável, é possível ponderar o quanto se distancia da noção romântica do amor como porto seguro para momentos de crise. A noção contemporânea apresentada nos filmes, alinhada com a cultura neoliberal, parece enquadrar o outro e a relação amorosa mais como produtos para consumo, escolhidos de maneira racional, que realmente relações onde o afeto se expressa e se desenvolve independente de qualquer coisa. Segundo esses filmes, temos amor quando nos amamos primeiros e nos tornamos dignas do investimento alheio – e deixamos de sê-lo no momento em que nos descuidamos de nós mesmas.

Na próxima seção, realizarei as considerações finais desse trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retorno às minhas perguntas iniciais: que protagonismo é este que está sendo construído nos filmes de comédia romântica brasileiros? A quem ele se refere, a quem ele se destina, que valores primordiais ele articula – e como? Parece-me claro, após esse percurso, que o protagonismo apresentado nos filmes analisados é uma mescla de oportunidade de mercado, pesquisa de marketing e uso de fórmulas narrativas já validadas no cenário audiovisual e neoliberal globalizado. Um protagonismo feminino com aparência, nível educacional e poder aquisitivo que não corresponde à maioria brasileira. Que se referencia ao padrão de beleza e sucesso – caucasiano e magro – exaltado em todo o mundo ocidental; e se destina às mulheres cosmopolitas, com relativo poder aquisitivo, que costumam se guiar por tais modelos para orientar suas próprias escolhas de vida e de consumo. Os valores que articula espelham uma noção tradicional de amor e feminilidade, assim como preceitos de autodesenvolvimento pessoal e profissional incentivados na cultura neoliberal.

A heroína branca, magra, da classe C-B, na faixa dos 35-40 anos, moradora de áreas nobres do sudeste brasileiro, traduz uma preocupação da indústria cinematográfica brasileira em disponibilizar representações que encontrem adesão em sujeitos femininos identificados com a cultura de consumo global. Tais representações, distantes não apenas etnicamente, mas economicamente, da maioria da população brasileira buscam atrair anunciantes que aumentem a lucratividade das obras – além de facilitar a entrada das mesmas no mercado audiovisual internacional. Dessa forma, as representações disponibilizadas nessas narrativas privilegiam uma associação cultural maior à mulher de classe média-alta moradora de uma capital no hemisfério norte que a uma brasileira do interior do Acre.

Com relação aos aspectos narrativos, o *duplo enredamento* se faz presente em todas as histórias: o foco das mesmas não é as heroínas serem salvas pelo príncipe encantado – suas jornadas em busca do amor é o que as fazem encontrarem a si mesmas, ainda que seja pelo romance com um homem. São realizadas propostas não convencionais de liberação e autoexpressão feminina (como masturbação, uso de drogas recreativas, sexo sem compromisso, etc.), mas o que faz a mulher realmente *feliz* é a afirmação do modelo afetivo tradicional, inclusive com relação às experiências sexuais.

Nesse sentido, especialmente em *Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou* (2014), são construídas mensagens de cunho moral bastante tradicional. Ao situar o sexo fora dos ritos heteronormativos monogâmicos, que entendem que o papel social da *mulher para*

casar deve ser de recato (inclusive ao saber resistir às investidas masculinas), evidencia um anacronismo no mínimo chocante. O mais curioso é que esse é o único dos quatro filmes que possuem apenas roteiristas do gênero feminino, o que mostra quão internalizados estão os valores e expectativas tradicionais, independente de ser homem ou mulher.

A felicidade feminina nas comédias românticas analisadas é concebida como um conjunto de duas partes: a gestão de uma vida autônoma, autoconsciente e engajada com sua própria autorrealização pessoal, profissional e sexual; e a chegada de um amor “verdadeiro”, heterossexual, monorracial, burguês e monogâmico. O processo de autoconhecimento, que permite à protagonista realizar as mudanças necessárias em sua vida para encontrar o grande amor, é possibilitado pelas sucessivas crises presentes na narrativa. Através delas a personagem aprende a lidar com seus medos, ansiedades e carências – assim como a se colocar limites, alinhados com seus sonhos e desejos. Também se engaja em aprimorar suas qualidades, a se permitir ter mais prazer, a levar a vida de forma mais descontraída e otimista – sem abandonar suas responsabilidades. *Equilibrio* seria um conceito chave a ser aprendido nesse processo.

O desenvolvimento de uma vida profissional satisfatória, no qual é permitido às protagonistas se expressarem de maneira autônoma, também faz parte desse desenvolvimento e aparece como um pano de fundo relevante das narrativas. Porém, apesar do trabalho ser enxergado como um elemento basilar da realização feminina, a personagem principal deve se relacionar com o mesmo de forma moderada, sem exageros, sem negligenciar a si mesma, à sua vida pessoal, à sua feminilidade. Conforme já mencionado, tal engajamento encontra-se em sintonia com a cultura neoliberal e a sensibilidade pós-feminista: é preciso *empoderar-se*, inclusive financeiramente, sem masculinizar-se.

A felicidade plena é vivenciada quando as protagonistas, já devidamente equilibradas nas diversas instâncias de sua vida, encontram um grande amor que se transforma numa relação heterossexual monogâmica com potencial de longo prazo. O *happy end* representado por tal modelo afetivo encontra respaldo no gênero das comédias românticas e na associação com a noção de que este é o final que a audiência feminina, a qual tais filmes se endereçam predominantemente, deseja assistir. Assim, outra mensagem fundamental dessas películas é que a *solidão amorosa feminina* não é um estado desejável. Porém, se a mulher encontra-se solteira, ela deve engajar-se no desenvolvimento de seu *self*, aproveitando a oportunidade para implementar as mudanças a fim de construir sua própria felicidade. Só estando bem, sabendo

se autogerir de forma responsável e leve, a personagem principal pode atrair um romance que vingue.

O cenário delineado pelos quatro filmes analisados indica um momento de transição de exigência, por parte do público, e entendimento, por parte do mercado, de que as mulheres – em toda a sua diversidade de cores, formas e anseios – desejam um protagonismo que realmente as represente. A indústria audiovisual brasileira soube identificar, assim, uma vontade do público feminino em se enxergar protagonista, mas o fez dentro de moldes que já funcionavam naquele contexto. O cinema de então, assim como as novelas brasileiras, privilegiou o mesmo perfil étnico, físico, sexual e emocional de personagem principal exaltado nas últimas décadas – deixando a gorda para o papel caricato, a negra para o núcleo das empregadas e a gay para eventuais discussões sobre minorias. O casamento heteronormativo ainda é apresentado como a solução da felicidade feminina plena.

Porém, as quatro películas são anteriores a 2015, quando houve a Primavera das Mulheres e diversos outros movimentos por representatividade feminina no mundo. A partir desse período, foram organizadas, em diversas frentes audiovisuais, grande parte das empreitadas que buscam romper com essa barreira de estereótipos. As plataformas Mulheres do Audiovisual, Hysteria, conforme citadas nesse trabalho, são alguns dos exemplos, mas existem muitos outros. *Malhação – viva a diversidade* é a versão do folhetim *teen* da Globo instaurada a partir de maio de 2017 e que trocou o casal principal por cinco amigas protagonistas, que representam aspectos possíveis de diversidade. Entre elas há uma negra, uma oriental, uma *nerd* e uma solitária – e o envolvimento homoafetivo é algo retratado na trama apenas como mais uma possibilidade de envolvimento (AMENDOLA, 2017). Em 2016, estreou nos cinemas a comédia *Gostasas, lindas e sexyes* (2017), estória sobre quatro amigas acima do peso, sendo uma delas negra. O filme foi um fiasco de crítica, mas expõe a crescente preocupação em incluir diferentes tipos sociais no protagonismo das tramas brasileiras (PADILLA, 2017) – ainda que as mesmas continuem a ser dirigidas e escritas, majoritariamente, por homens. Porém, ao que tudo indica, isso em breve também será mudado.

No doutorado, como desdobramento dessa dissertação, desejo me aprofundar nessas feminilidades emergentes e a apropriação, por parte das mesmas, de mitologias e saberes femininos ancestrais como forma de validar novas identidades contemporâneas.

BIBLIOGRAFIA

ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ALCÂNTARA CAMARGO, Michelle. Manifeste-se, faça um zine!: uma etnografia sobre “zines de papel” feministas produzidos por minas do rock. *Cadernos Pagu*, Vol.36, P.155-186, Jan./Jun. de 2011.

ANJOS, Anna Beatriz. Redução da jornada de trabalho – uma luta que prossegue. *Revista Fórum*, 14 de março de 2014. <https://www.revistaforum.com.br/digital/sem-categoria/reducao-da-jornada/>. Acesso em 05 de Out. de 2017.

ARISTÓTELES. *Poética*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2008.

AUTRAN FRANCO DE SÁ NETO, Arthur. *O pensamento industrial cinematográfico brasileiro: ontem e hoje*. Trabalho apresentado no NP de Comunicação Audiovisual do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, PR . 4 a 7 de setembro de 2009.

BADIOU, Allain; TRUONG, Nicolas. *Éloge de l'amour*. Paris: Flamamarion, 2009.

BAKKER, Bruna; FAVORETTO, Julia; RIBEIRO, Ana. *Pitty*: Imagem midiática e celebridade da indústria fonográfica no mercado juvenil. Trabalho apresentado ao Intercom Júnior, parte do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado em Santos, SP, de 29 de Ago. a 2 de Set. de 2007.

BARBOSA VICENTE, José João Neves; MARTINS FILHO, José Reinaldo. Heidegger e o amor cristão. *Paralellus*: revista de estudos de religião. Campinas: UNICAP – Ano 1, N. 1, p.97-114, Jan./Jun. 2010.

BARROS DA SILVA, Matheus. A tragédia grega: uma manifestação política. *Plêthos*, Vol. 3, Nº 1, 2013. Disponível em: <www.historia.uff.br/revistaplethos>. Acesso em 05 de Jul. de 2017.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido*: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BEAUVOIR, Simone. *O segundo sexo* – fatos e mitos. São Paulo: Difusão Europeia do livro, 1970.

BONINI, Altair; CANHA, Vanderléia; CARDOSO, Fábio de Oliveira; CHAVES, Edilson Aparecido; DIAS, Sueli; FRACISCO, Marli; FRONZA, Marcelo; GUARIZA, Nádia Maria; IACHTECHEN, Fabio Luciano; SANTOS, Juraci. *História – ensino médio*. Curitiba: SEED-PR, 2006.

BOURDIEAU, Pierre. *Meditações pascalianas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPBELL, Joseph. *O Herói de mil faces*. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 2014.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo – comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

DU GAY, Paul (Org.). *Production of culture/ cultures of production*. Londres: Sage/ The Open University, 1997.

DYER, Richard (Org.). *Gays and film*. Londres: British Film Institute, 1977.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. In *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, Vol. 4, N. 11, P. 115-135, Nov. 2007.

FALUDI, Susan. *Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FAVORETTO, Julia. *Transtornos alimentares nas páginas da Capricho: agenciamento corporal e ambiguidade discursiva*. Trabalho apresentado ao II Congresso de estudantes de pós-graduação em comunicação, realizado nos dias 14, 15 e 16 de Nov. de 2007, na PUC-Rio.

FIELD, Syd. *Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FREIRE COSTA, Jurandir. *Sem fraude nem favor - estudos sobre o amor romântico*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

FREIRE FILHO, João. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. In *Revista FAMECOS*. Porto Alegre N. 28, P.18-29, Dez. 2005.

_____. Como ser uma “Adolescente Liberada” no terceiro milênio. In *Reinvenções da Resistência Juvenil* – os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Mauad X, P. 111-162, 2007.

_____. *Fazendo Pessoas Felizes: o poder moral dos relatos midiáticos*. Trabalho apresentado ao GT Comunicação e Sociabilidade, do XIX Encontro da Compós, na PUC-RJ, em junho de 2010a.

_____. A felicidade na era de sua reprodutibilidade científica: construindo “pessoas cronicamente felizes”. In: FREIRE FILHO, João (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, P. 49-82, 2010b.

_____. O poder em si mesmo: jornalismo de autoajuda e a construção da autoestima. *Famecos*, V. 18, N. 3, P. 717-745, 2011.

FREIRE RAMOS, Alcides. Historiografia do cinema brasileiro diante das fronteiras entre o trágico e o cômico: redescobrimo a “chanchada”. *Fênix – Revista de História e Estudos Culturais* Vol. 2 Ano II N° 4, Out./ Nov./ Dez.de 2005. Disponível em: <www.revistafenix.pro.br>. Acesso em 05 de Out. de 2017.

FORTES, Keyner. *Relações entre valores pessoais e categorias de filmes*. Dissertação de mestrado – Universidade de Brasília, Instituto de psicologia, 2006.

FOUCAULT, Michel. *A hermenêutica do sujeito*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

FRIEDAN, Betty. *Mística feminina*. Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 1971.

GILL, Rosalind. *Gender and the media*. Nova Hampshire: Polity, 2007.

GENZ, Stéphanie; BRABON, Benjamin A. *Postfeminism: cultural texts and theories*. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2009.

GLEDHILL, Christine. Pleasurable negotiations. In *Cultural Theory and popular culture: a reader*. Harlow: Pearson Education, P.111-123, 2009.

GIDDENS, Anthony. *La transformación de la intimidad – sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1998.

GOMES, Itania Maria Mota. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento. In *Comunicação e estudos culturais*. Salvador: EDUFBA, P.29-48, 2011.

_____. Gênero televisivo como categoria cultural. *Revista Famecos*. Porto Alegre, V. 18, N. 1, P. 111-130, Jan./Abr, 2011.

GRINDON, Leger. American romantic comedy, 01 de Mai. de 2015. Disponível em: <<http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0131.xml>>. Acesso em 05 de Out. de 2017.

HALL, Stuart. *Representation - cultural representation and cultural signifying practices*. London/Thousand Oaks/NewDelhi: Sage/Open University, 1997.

_____. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

_____. *Cultura e representação*. Rio: Editora PUC, 2016.

HALWANI, Raja. *Philosophy of Love, sex and marriage – an introduction*. Abingdon: Routledge, 2010.

HARARI, Yuval Noah. *Sapiens – uma breve história da humanidade*. Porto Alegre: L&PM, 2016.

HENRY, Astrid. *Orgasms and empowerment: Sex and the City and the third wave feminism*. London: I.B.Tauris & Co Ltd, 2004.

HOLANDA, Karla. Da história das mulheres ao cinema brasileiro de autoria feminina. *Revista Famecos*: Porto Alegre, V. 24, N. 1, Jan., Fev., Mar. e Abr. de 2017.

ILLOUZ, Eva. *Consuming the romantic Utopia – love and the cultural contradictions of capitalism*. Berkeley: University of California Press, 1996.

_____. *Oprah Winfrey and the glamour of misery – an essay on popular culture*. New York: Columbia University Press, 2003.

_____. *O Amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

_____. *Why love hurts – a sociological explanation*. Cambridge: Polity Press, 2012.

KAKLAMANIDOU, Betty. *Genre, gender and the effects of neoliberalism*. New York: Routledge, 2013.

KAPLAN, E. Ann. *A mulher e o cinema – os dois lados da câmera*. Rio de Janeiro: Rocco: 1995.

KEHL, Maria Rita. *Deslocamentos do feminino*. Rio de Janeiro: Imago, 1998.

LEAL, Tatiane. *A mulher poderosa: construções da vida bem-sucedida feminina no jornalismo brasileiro*. Dissertação de Mestrado. Departamento de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2015.

LIMA, Cecília A.R.. A comédia romântica em Hollywood: o gosto da “água com açúcar”. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. Vol. 12, P. 23-30, Jan./Abr., 2010,

LYRA, Bernadette. A emergência de gêneros no cinema brasileiro: do primeiro cinema às chanchadas e pornochanchadas. *Conexão – Comunicação e Cultura*, UCS, Caxias do Sul, V. 6, N. 11, P.141-159, Jan./Jun. 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MASCARELO, Fernando. *História do cinema mundial*. Campinas: Papyrus Editora, 2006.

MAY, Simon. *Amor – Uma história*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

MAZIERO, Ellen Karin Dainese. *Mundo às avessas: mulheres carnavalescas na ótica dos filmes de chanchada e da imprensa na década de 1950*, 2011. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Assis, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/93323>>. Acesso em 05 de Out. de 2017.

MCROBBIE, Angela. *Postfeminism and popular culture*, London: Routledge, 1994.

_____. Pós-feminismo e cultura popular: Bridget Jones e o novo regime de gênero. *Cartografias Estudos Culturais e Comunicação*, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/mcrobbie_posfeminismo.pdf>. Acesso em: 26 de Dez. de 2014.

MOLE, Tom. *Byron's romantic celebrity – industrial culture and the hermeneutic of intimacy*. New York: Palgrave MacMillan, 2007.

MONTORO, T. Protagonismos de gênero nos estudos de cinema e televisão no País. *Revista Lumina*, N. 2, V.3, P. 1-18, 2009.

MORIN, Edgar. *O cinema ou o homem imaginário*. Lisboa: Moraes editores, 1970.

_____. *As Estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

_____. *Cultura de Massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MULVEY, Laura. Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, V. 16, N. 3, P. 6-27, 1975.

NOGUEIRA, Luis. *Manuais de Cinema II: Gêneros Cinematográficos*. LabCom, 2010. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/nogueira-manual_II_generos_cinematograficos.pdf>. Acesso em 05 de Out. de 2017.

NUDELMAN, Frany. Beyond the talking cure: listening to female testimony on the Oprah Winfrey Show. *In Inventing the Psychological: Toward a History of Emotional Life in America*, New Haven: Yale University Press, P. 297-315, 1997.

PLATÃO. *O Banquete — Fédon — Sofista — Político*. São Paulo: Nova Cultural, 1991.

RAGO, Margareth. Adeus ao feminismo? Feminismo e pós-modernidade no Brasil. *Cadernos do arquivo Edgar Leuenroth*, N. 3/4, P. 11- 43, 1995/1996.

REDMOND, Sean. *Pieces of me: celebrity confessional carnality*. Publicado em 21 de Mai. De 2008. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10350330802002192/>>. Disponível em:< <http://oohodahistoria.ufba.br/wp-content/uploads/2016/12/sheila.pdf>>. Acesso em 15 de Ago. de 2017.

ROSENFELD, Anatol. *Texto e contexto – ensaios*. Editora Perspectiva, São Paulo, 1969.

ROUGEMONT, Denis. *O Amor e o ocidente*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara S.A, 1988.

SARAIVA, Luís Fernando de Oliveira. *A pedagogização das diferenças sexuais: o cinema como dispositivo educativo*. Dissertação de Mestrado. Departamento de Psicologia, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2011.

SARTI, Cynthia. O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória. *Estudos Feministas*, V. 12, N. 2, P. 35-50, 2004.

STOREY, John. *Teoria cultural e cultura popular: uma introdução*. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2015.

SCHVARZMAN, Sheila. O cinema contemporâneo brasileiro de grande público e a crise brasileira. *Revista Olho da História*, n. 23 | Novembro, 2016. Disponível em: <<http://oolhodahistoria.ufba.br/wp-content/uploads/2016/12/sheila.pdf>>. Acesso em 15 de Ago. de 2017.

SCHWEINITZ, Jörg. *Film and stereotype – a challenge for cinema and theory*. New York: University Press, 2011.

TAVARES, Francine. “*Visualizada e não respondida*”: sobre a mediação digital das relações amorosas e a emergência de patologias contemporâneas. Trabalho apresentado ao GT Comunicação e Cibercultura do XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo-SP, 06 a 09 de Jun. de 2017.

TAYLOR, Charles. *As Fontes do self: a construção da identidade moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

WHITE, Mimi. *Tele-advising: therapeutic discourse in American television*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1992.

WINSHIP, Janice. *Inside women’s magazines*. Londres: Pandora, 1987.

VOGLER, Christopher. *A jornada do escritor – estruturas míticas para escritores*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

Informes digitais

FGV. “Qual a faixa de renda familiar das classes?”. Centro de Políticas Sociais. Disponível em <http://cps.fgv.br/qual-faixa-de-renda-familiar-das-classes>. Acesso em 05 de Out. de 2017.

OCA. “Filmes brasileiros com mais de 500.000 espectadores – 1970 a 2015.” Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA. Agência Nacional de Cinema – ANCINE, 2016. Disponível em <http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/2105_0.pdf>. Acesso em 05 de Jul. de 2017.

Sites acessados

ADICHIE, Chimamanda. “Chimamanda Adichie: ‘Sejamos todos feministas’”, 07 de Set. 2014. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2014/10/chimamanda-adichie-sejamos-btodos-feministasb.html>>. Acesso em 05 de Jul. de 2017.

AMENDOLA, Beatriz. “Nova ‘Malhação’ troca casal por 5 amigas protagonistas e busca diversidade”, 09 de Mar. De 2017. Disponível em:

<<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2017/03/09/nova-malhacao-troca-casal-por-amigas-protagonistas-e-busca-diversidade.htm>>. Acesso em 29 de Jan. de 2018.

ARRAES, Jarid. “As necessidades das mulheres negras são muito peculiares e sem que seja feita uma profunda análise do racismo brasileiro, é impossível atender às urgências do grupo”, 21 de Fev. de 2014. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/digital/135/feminismo-negro-sobre-minorias-dentro-da-minoria/>>. Acesso em 29 de Jan. de 2018.

BALBINO, Jéssica. Eu sou a gorda do Tinder, 30 de Out. de 2017. Disponível em: <<https://hysteria.etc.br/ler/eu-sou-gorda-do-tinder/>>. Acesso em 29 de Jan. de 2018.

BARCO. “As ferramentas de pesquisa de mercado para o audiovisual”, sem data. Disponível em: <<http://barco.art.br/as-ferramentas-de-pesquisa-de-mercado-para-o-audiovisual/>>. Acesso em 12 de Dez. de 2017.

BBC BRASIL.COM. “Conheça as 19 mulheres que lideram países pelo mundo”, 13 de Jan. de 2015. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/mundo/conheca-as-19-mulheres-que-lideram-paises-pelo-mundo,5685379d424ea410VgnCLD200000b2bf46d0RCRD.html>>. Acesso em 05 de Jul. de 2017.

BELLO, Luíse. “Uma primavera sem fim”, 18 de Dez. de 2015. Disponível em: <<http://thinkolga.com/2015/12/18/uma-primavera-sem-fim/>>. Acesso em 05 de Jul. de 2017.

BITTENCOURT, Carla. “Marcelo Saback estreia como autor de novela”, 23 de Jul. de 2014. Disponível em: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/telinha/marcelo-saback-estrela-como-autor-de-novela-13344221.html#ixzz4XT2jgIKK>>. Acesso em 02 de Nov. de 2017.

BOCA A BOCA. “Quem somos”, sem data. Disponível em <<http://www.bocaboca.com.br/quem-somos/>>. Acesso em 12 de Dez. de 2017.

CAMPOS, Ana Cristina. “Brasil registra queda no número de casamentos e aumento de divórcios em 2016”, 14 de Nov. de 2017. Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-11/brasil-registra-queda-no-numero-de-casamentos-e-aumento-de-divorcios-em-2016>>. Acesso em 12 de Dez. de 2017.

EL PAÍS. “Primavera feminista no Brasil”, 13 de Jan. de 2015. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/11/13/opinion/1447369533_406426.html>. Acesso em 05 de Jul. de 2017.

FACEBOOK. “Superando a decepção”, sem data. Disponível em <<https://www.facebook.com/SuperandoDecepcao/>>. Acesso em 12 de Dez. de 2017.

G1. “Patricia Arquette é destaque na entrega do Oscar com fala feminista”, 24 de Fev. de 2014. Disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2015/02/patricia-arquette-e-destaque-na-entrega-do-oscar-com-fala-feminista.html>>. Acesso em 11 de Mar. de 2016.

GLOBOFILMES. “De Pernas Pro Ar”, 31 de Dez. de 2010. Disponível em <<http://globofilmes.globo.com/filme/depernasproar/>>. Acesso em 11 de Mar. de 2016.

_____. “Os Homens São de Marte...E É Para Lá que eu Vou”, 29 de Mai. de 2014. Disponível em <http://globofilmes.globo.com/filme/oshomenssaodemarteepralaqueeuvo/>. Acesso em 11 de Mar. de 2016.

_____. “SOS Mulheres ao Mar”, 20 de Mar. de 2014. Disponível em <<http://globofilmes.globo.com/filme/sosmulheresaomar/>>. Acesso em 11 de Mar. de 2016.

_____. “Loucas pra Casar”, 12 de Jan. de 2015. Disponível em <<http://globofilmes.globo.com/noticia/loucas-para-casar-4/>>. Acesso em 11 de Mar. de 2016.

GRUPO GLOBO. “Empresas do Grupo Globo”, sem data. Disponível em <<http://grupoglobo.globo.com>>. Acesso em 12 de Dez. de 2017.

HORA DE SANTA CATARINA. “‘Tá seguindo o baile muito bem’, diz convidada a Fátima Bernardes”, 23 de Nov. de 2017. Disponível em: <<http://horadesantacatarina.clicrbs.com.br/sc/entretenimento/noticia/2017/11/ta-seguindo-o-baile-muito-bem-diz-convidada-a-fatima-bernardes-10033953.html>>. Acesso em 29 de Jan. de 2018.

O GLOBO. Fonte: “Como funciona a Lei do Audiovisual”, sem data. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/cultura/como-funciona-lei-do-audiovisual-20431674>>. Acesso em 11 de Dez. de 2017.

PADILLA, Luis Loarte. “‘Gostasas, Lindas e Sexies’ quebra tabu questionando padrões de beleza na sétima arte”, 20 de Abr. de 2017. Disponível em: <<https://www.blahcultural.com/critica-gostasas-lindas-e-sexies/>>. Acesso em 29 de Jan. de 2018.

PEREIRA, Aline. “Manic Pixie Dream Girl: a personagem machista disfarçada de ‘garota ideal’”, sem data. Disponível em: <<https://www.vix.com/pt/cinema/543246/manic-pixie-dream-girl-a-personagem-machista-disfarçada-de-garota-ideal>>. Acesso em 11 de Dez. de 2017.

PEREIRA, Felipe. “Escola penas de meninas violentadas”, sem data. Disponível em <<https://www.papodecinema.com.br/filmes/escola-penal-de-meninas-violentadas/>>. Acesso em 05 de Jul. de 2017.

RODRIGUES, Leonardo. “Debate e diversão: teste revela preferências do público do cinema nacional”, 06 de Mai. de 2016. Disponível em

<https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2016/05/06/debate-e-diversao-teste-revela-preferencias-de-publico-do-cinema-nacional.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em 12 de Dez. de 2017.

ROSA, Bruno. “Grupo Globo é o 17º maior conglomerado de mídia do mundo”, 14 de Mai. de 2015. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/grupo-globo-o-17-maior-conglomerado-de-midia-do-mundo-16159426>>. Acesso em 12 de Dez. de 2017.

SIGNIFICADOS. “Significado de Sororidade”, sem data. Disponível em <<https://www.significados.com.br/sororidade/>>. Acesso em 29 de Jan. de 2018.

SIGNIFICADOS. “Significado de Yuppies”, sem data. Disponível em <<https://www.significados.com.br/yuppies>>. Acesso em 29 de Jan. de 2018.

TVI24. “Marcha de mulheres ‘incendeia’ Washington e o mundo contra Trump”, 21 de janeiro de 2017. Disponível em <<http://www.tvi24.iol.pt/internacional/marcha-das-mulheres/milhares-de-manifestantes-anti-trump-marcham-em-todo-o-mundo>>. Acesso em 05 de Jul. de 2017.

TEIXEIRA, Samara. “Filmes que inspiram: De pernas pro ar”, 08 de Mar. de 2013. Disponível em: <<https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/dicas-emprego/filmes-que-inspiram-de-pernas-pro-ar>>. Acesso em 05 de Jul. de 2017.

THE SINGULAR SCIENTIST. “Feminism and the Movies”, 16 de Jan. de 2011. Disponível em <http://womeninwetlands.blogspot.com.br/2011/01/feminism-and-movies.html>. Acesso em 15 de Ago. de 2017.

WHITERSPOON, Reese. “Glamour Woman of the Year”, 25 de Out. de 2015. Disponível em: <https://www.facebook.com/glamour/videos/10155637551490479/?hc_ref=ARS4tQc4yL76HxP0aBIfkB3gpRRocBIqWycmv3UKGsBqncdrNrKyVhz_kPj3vacjHA>. Acesso em 02 de Nov. de 2017.

Filmografia

DE PERNAS PRO AR 1. Direção: Roberto Santucci, Produção: Mariza Leão. Rio de Janeiro (BR): Globo filmes, Morena Filmes e Paris Filmes, 2010, 1 DVD.

LOUCAS PRA CASAR. Direção: Roberto Santucci, Produção: Adriana Konig, Leonardo Edde. Rio de Janeiro (BR): Globo filmes, Glaz Entretenimento, 2015, 1 DVD.

OS HOMENS SÃO DE MARTE... E É PRA LÁ QUE EU VOU. Direção: Marcus Baldini, Produção: Bianca Villar, Fernando Fraiha, Karen Castanho. Rio de Janeiro (BR): Globo filmes, Biônica Filmes, Paramount Pictures, Capri Produções e Br3, 2014, 1 DVD.

S.O.S. MULHERES AO MAR. Direção: Cris D’Amato, Produção: Julio Uchôa. Rio de Janeiro (BR): Globo filmes, Ananã, Miravista, 2014, 1 DVD.