



Até Meryl Streep e Stanley Tucci se surpreendem com o tanto de lucro que O Diabo Veste Prada 2 tem dado ao circuito

Exorcizando a gargalhada



Scott Yamano/Netflix

'Um Maluco No Golfe 2' renova a graça de Adam Sandler

RODRIGO FONSECA

Especial para o Correio da Manhã

De Meryl Streep o cinema espera tudo (de bom), mas o sucesso de “O Diabo Veste Prada 2”, à força de uma arrecadação de arrancada estimada em US\$ 239 milhões, foi mais do que tietes da estrela poderiam imaginar. É mais do que analistas de mercado previam. A maior surpresa acerca do êxito dessa sequência do badalado “The Devil Wears Prada” (2006), na volta da editora má Miranda Priestly, é o fato de uma comédia estar “nas cabeças” da venda de ingressos mundo afora. Fazia tempo que isso parecia hipótese de ficção.

É difícil crer, mas o filão que nos deu de Dercy Gonçalves a Will Ferrell há tempos não se comunicava mais com as multidões via telonas. Não com esse estrondo que Meryl conseguiu causar, lotando salas, dia após dia, desde seu lançamento, no dia 30 de abril. Basta ver o que se dá no Brasil. Aqui, onde a chanchada foi filão imperial nos circuitos – matéria essencial para a nossa formação cinéfila, dos anos 1930 aos 60 -, o último grande feito da seara da gargalhada soma três anos: “Minha Irmã e Eu” (2023), com Ingrid Guimarães e Tatá Werneck, que vendeu cerca de 2,2 milhões de tíquetes. Em 2024, “Os Farofeiros 2” arranhou essa mesma média, ficando pouca coisa atrás. De lá para cá, até pintaram tramas engraçadas, aqui e ali,

Fenômeno de ‘O Diabo Veste Prada 2’ oxigena os pulmões da comédia, gênero outrora dos mais rentáveis e que tem minguado nos circuitos sob a patrulha da correção política

mas nada com tamanha força.

Em Hollywood então, até Miranda regressar, a risada raramente se fez blockbuster, brilhando mais nas plataformas digitais. Os streamings estão cheios de graça, como comprova o recente e imperdível “Bola Pra Cima”, de Peter Farrelly (codiretor de “Debi & Loide”), hoje na Prime Video, que usa o Brasil e o futebol, em tom de Copa do Mundo, para criar uma trama muito loca com Mark Wahlberg e Paul Walter Hauser.

A maneira como esse longa-me-



Divulgação Netflix

Campeão do riso (e de salas cheias) na Itália, Checco Zalone estrela ‘Buen Camino’, hoje na Netflix

tragem retrata a geografia do Rio de Janeiro (subvertendo as nossas altitudes e latitudes) e caricatura a população brasileira seria destroçada se “Balls Up” (título original) fosse a circuito, sob a guilhotina afiada da correção política e das patrulhas ideológicas. No digital, contudo, ele gruda no olhar de assinantes, na quietude do lar, no sapatinho... onde o cancelamento não chega.

Antes que você, leitora ou leitor, fale em “Se Beber, Não Case” - que custou US\$ 35 milhões, faturou US\$ 469 milhões e ainda papou o Globo de Ouro de Melhor Filme Cômico -, atenção: o longa-metragem que consagrou o diretor Todd Phillips é de 2009, e suas duas continuções, menos notáveis, de 2011 e 2013. A última vez em que um

estúdio hollywoodiano viu uma trama cômica driblar a concorrência dos blockbusters de super-heróis, de animações Pixar e aventuras à la “Transformers” ou “Top Gun: Maverick” foi em 2012, quando “Ted”, de Seth Macfarlane, que custou US\$ 50 milhões, faturou US\$ 549 milhões pelo mundo afora.

Teve ainda “Missão Madrinha de Casamento” (2011), uma comédia milionária, que chegou a disputar estatuetas do Oscar. Fez de Melissa McCarthy uma estrela. Mas nem ela consegue mais formar filas nas portas dos cinemas pra ver uma narrativa engraçada.

Em 2025, “Corra Que A Polícia Vem Aí!” meteu as caras, renovando a estética da paródia, com o apoio de Liam Neeson para homenagear