

## O amor pulou o muro: Uma análise crítica da diversidade nas representações românticas cinematográficas<sup>1</sup>

Hermínio Pessoa NETO<sup>2</sup>  
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

### RESUMO

O conceito de amor romântico atravessa séculos de transformações até configurar-se em como o conhecemos hoje. Desprendido de essencialismos, pretende-se refutar certos preceitos estabelecidos como universais desse sentimento, indagando não só as expressões culturais que o circundam, mas principalmente sua relação com as representações midiáticas. Para tal alcance, serão entrelaçados conhecimentos teóricos referentes à identidade, à cultura, à comunicação e à representação, na tentativa de compreender o que as amarras atuais norteiam sobre o conceito de amor vigente. Far-se-á, de forma ilustrativa, uma análise dos casais das maiores produções cinematográficas, questionando o que retratam sobre romance, paixão e diversidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** representação; amor; cultura; romantização.

### INTRODUÇÃO

“Fala-se que tudo o que é grandioso é feito com paixão. Não se questiona, entretanto, o que vem a ser uma grande paixão” (DE MENEZES, 2007, p.559). O amor romântico, com suas raízes ocidentais desde o mito das almas gêmeas em *O Banquete* de Platão, tem ocupado um espaço especial no imaginário coletivo, todavia, pouco deste sentimento virtuoso é interrogado, principalmente em razão da sua sacralidade. Não é difícil pensar em ditados populares que sumarizam de forma simples sua suposta grandiosidade: “o amor é cego”, “o amor sara todas as feridas”, “Deus é amor”, “árvore plantada com amor ninguém derruba”, dentre outros cujo o tom resolutivo pouco abre espaço para perguntas. No entanto, é o amor de fato forte, absoluto, cego ou até mesmo imutável?

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação Alteridade e Diversidade, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, e-mail: herminiomendespessoa@gmail.com.

---

Antes do século XX o matrimônio era entendido como um rito de passagem mais relacionado a contratos familiares do que ao afeto. Evidentemente, ao longo dos séculos, muitos foram os significados atribuídos ao amor de cunho sexual e romântico, contudo, como nos mostra a abordagem construtivista da linguagem partilhada por Stuart Hall (2016), a cultura transforma-se e sua mutabilidade redireciona sentidos muitas vezes entendidos coletivamente como petrificados. Apesar disso, são surpreendentes as mutações sociais ocorridas desde o avanço da indústria, o desenvolvimento das telecomunicações e, principalmente, da globalização digital. Vive-se um momento ímpar, no qual consumo e identidade parecem estar cada vez mais entrelaçados, dando a representatividade uma nova importância nos tempos atuais.

No debate das ciências sociais essas naturezas distintas do mercado e do amor foram tradicionalmente vistas como antinômicas e irreconciliáveis. Nessa discussão confere-se particular atenção à questão da crescente mercantilização dos contextos em que o amor é vivido e idealizado. O que se questiona é se o amor romântico, construído na história social moderna como o último refúgio do aconchego e da espontaneidade, da entrega altruísta e da suspensão das relações instrumentais, pode subsistir à comercialização capitalista — sem medidas nem fronteiras — dos espaços sociais e de lazer nos quais as experiências amorosas são vivenciadas. (COSTA, 2005, p.112).

À luz dessa ótica, o amor parece ser a “musa inspiradora” dos produtores da grande mídia; músicas de “sofrência” do sertanejo universitário tocam em primeiro lugar nas paradas brasileiras e, mesmo alternando com *rock*, *pop* ou *blues*, grande parte das letras não conseguem escapar da relação a dois. Não obstante, a indústria cinematográfica também faz uso do tema amoroso, desde *E o Vento Levou* à *Casablanca*, deste *Titanic* à *Moulin Rouge*, até nos filmes infantis de Walt Disney ou em segundo plano nos fantasiosos campeões de bilheteria *Star Wars*, *Harry Potter* e *Marvel* há sempre um casal. Pode-se encontrar amor romântico nos encontros de solteiros da Igreja, nos perfis de relacionamento no *Tinder*, no catálogo do Netflix, nas fofocas e testes de revista, nos livros clássicos e *best sellers* modernos, nas declarações na rádio e nas cenas de novela. O amor “está no ar” na cultura ocidental tanto quanto as redes *Wi-Fi*.

Todo esse emaranhado de consumo, porém, desperta, para além de alegria e idealismo, melancolia, ansiedade e sensação de incompletude, algo que fomenta ainda mais, estranhamente, o consumo. O presente artigo, entretanto, não busca responder a pergunta abissal do que é o amor, em que termos existe ou qual sua função na história da humanidade. Procura-se debruçar sobre o seu universo mítico na tentativa de deslocá-lo

---

para análise, despindo-se da sua comum idolatria para interrogá-lo como objeto social. O que a mídia nos ensina sobre amor? Como o amor é representado? Como este ator expressa culturalmente nossa sociedade atual? Quais os benefícios para a indústria desse consumo? Afinal, um agente dessa proporção dialoga com vários outros nichos e cenários, muitas vezes, inclusive, usado como motivação e justificativa de inúmeras ações nas mais variadas dinâmicas coletivas. Para tais indagações, trasladaremos pela análise cultural de Maria Cecília de Menezes, pelos estudos sobre identidade com Kathryn Woodward e Jesús Martín-Barbero, e representação com Stuart Hall, utilizando como recorte de análise os dez casais que mais renderam bilheteria aos cinemas.

## HISTÓRIA E CULTURA DO AMOR

Na atualidade brasileira, experienciamos uma sociedade que, por um lado, tem um a cada três casamentos terminados em divórcio (LEMOS, 2021), e por outro, escancara índices alarmantes de violência doméstica, sendo o Brasil o quinto lugar no ranking mundial de feminicídio (ROSA, 2021). Pode-se extrair dessa conjuntura que coexistem com as liberdades civis garantidas um segundo fator cultural que indetermina uma “progressão” do amor em face às relações culturais. Perante esse cenário, entende-se que não existe uma linearidade sobre o conceito simbólico de amor, muito menos uma homogeneidade, no entanto, pode-se discorrer sobre suas expressões culturais em determinados momentos da História.

Nesse sentido, para Maria Cecília de Menezes (2007), contemporaneamente, a visão partilhada sobre amor é próxima da construída pelos renascentistas, entendendo esse sentimento como um valor em suas vidas cotidianas. Para tal, constrói-se no ocidente algo distante das culturas primitivas: um amor ideal atraente capaz de englobar atração sexual, procriação, família e religião. A saga para a presente formação tem berço, para a autora, na concepção clássica sobre amor.

Na Grécia Antiga, o amor está entrelaçado com o Bom, o Belo, o Virtuoso, o Verdadeiro, dentro do idealismo platônico. Em *O Banquete* de Platão o mito das almas gêmeas narra que, nos primórdios, os humanos possuíam maiores poderes, a ponto de ameaçarem os deuses com sua força. Por essa razão, Zeus, o senhor das divindades gregas, corta os homens meio a meio, fazendo com que as partes separadas percam-se,

---

logo, enfraquecidos, passam a buscar sua outra metade para se tornarem um ser só novamente (p.559-60).

À luz desse conto, do “amor clássico” como força unificadora espiritual, ficam herdadas a ideia de incompletude humana, na qual a felicidade verdadeira existiria somente no retorno à natureza perfeita primitiva, somado ao entendimento de um par de encaixe ideal. Posteriormente, para Menezes, durante a Idade Média, a ótica de amor predominante seria a do “amor cortês”, em virtude da dominação da Igreja, Deus passaria a ocupar o objeto de desejo e a felicidade estaria na própria aceitação da renúncia carnal. Tais preceitos colaborariam com a ocultação de sentimentos hediondos como ressentimento, insegurança e inveja, fomentando ainda mais o “amor-paixão romântico” que ganharia forças (p. 561).

Menezes ressalta que apesar do Romantismo só se instituir como um movimento artístico no século XIX, mesmo fomentado em potencialidades diferentes ao longo dos tempos pelas amarras sociais vigentes, o sentir romântico independe do tempo e existe enquanto pessoas com temperamento mais melancólico, passional e sonhador existirem. Nesse enquadro, há também em oposição “o amor realista”, fortalecido pelos estudos filosóficos e científicos do século XX, o qual representaria a narrativa do que se vive cotidianamente, incluindo infidelidade, egoísmo e demais conflitos (p. 561-2).

Destarte, é possível notar que desde o idealismo platônico existirá o realismo aristotélico, assim como para o romantismo exacerbado se oporão julgamentos racionalistas. Para Hobbes o amor seria movido pelo egoísmo e narcisismo naturais da natureza humana, assim como para Rousseau, que acrescentaria sua capacidade de ser benéfico como em casos de abandono, e maléfico em casos de competição, por exemplo. O sentir romântico é criticado, dentre outros pontos, pela crença de um “escolhido no mundo”, um par complementar absoluto, desconsiderando a praticidade. O amor na percepção racional seria, na verdade, fruto da oportunidade e familiaridade, não estaria em uma promessa utópica do outro lado do globo, mas sim na vizinhança, na classe social, na cultura, envolto por um aparato de fatores determinantes que desmistificam a flecha do Cupido. Dentro dessa lógica crítica, é inconcebível o significativo número de pessoas frustradas por não terem vivido “uma grande história de amor”, pois não seria o amor universal, mas um atributo circunstancial (p. 562).

Apesar disso, Menezes contesta que o mito do amor romântico seria importante inclusive para nossa sociedade, secularizada e científica, afinal, mesmo não ocupando o

---

locus da cosmovisão de civilizações mais primitivas, os mitos ainda possuem forte apelo cultural. O mito não é uma lenda fantasiosa, mas se emprega de atores fantasiosos para explicar questões reais. Isto é, a exemplo do mito das almas gêmeas, não é criado o conceito de amor, mas sim uma explicação, apesar de pouco realista, para um fenômeno que já existia: seres sexuais com sensação de incompletude à procura de algo que os preencha, fortaleça e conecte-os consigo mesmo. Por essa razão, intimamente ligados à realidade de nossa identidade e cultura (p. 564).

Pode-se perceber que as construções sociais nos envolvem tal como o ar que respiramos. Suportar a sua ausência é impensável, tal como também é impensável compreender o homem fora das construções sociais. Isto tudo nos leva a pensar como somos atrelados aos dizeres e aos deveres sociais, ora respeitando-os, ora amando-os, ora odiando-os, sem ao menos questionarmos quanto às suas verdades ou mentiras. (DE MENEZES, 2007, p. 566).

À vista disso, se a trajetória do amor é controversa, mais complexa fica sua narrativa com o super desenvolvimento das tecnologias digitais, da indústria e da grande mídia do mundo atual. O acelerar de problemas e soluções, o rápido ciclo do consumo para obtenção de capital e o bombardear de informações também afetam, evidentemente, as percepções amorosas e ações afetivas. Zygmunt Bauman ilustra tais transformações com sua célebre obra *Amor Líquido: Sobre a Fragilidade dos Laços Humanos* (2004), em seu trabalho ressalta que a maior utilidade do termo “conectar” das redes digitais, é a facilidade que detemos nos dias de hoje em nos desconectarmos das relações, as quais se encontram em cada vez maior descartabilidade.

Encontramos nas relações analisadas por Bauman uma mimese das demais instituições, não há mais um bloco capitalista e um comunista, um momento restrito para casar ou iniciar uma nova carreira, as cartilhas do dever ser tornam-se cada vez mais vastas com antigas instituições ordenadoras dissolvidas e enfraquecidas, permitindo uma maior flexibilidade. Nesse contexto, assim como as notícias em redes sociais que se tornam obsoletas em segundos, ou os produtos que saem de moda, substituídos nas prateleiras rapidamente, o “amor líquido” é desencadeado pela incapacidade em acompanhar a velocidade dos tempos atuais, o amor passa a se aproximar mais de um utensílio de consumo, no qual deseja-se, almeja-se, mas sempre a baixos custos, pesando possíveis problemas, procurando o prazer, mas evitando responsabilidades e implicações de algo fixo.

---

Contudo, a ideia de evitar cobranças não é um impeditivo de desejar compromisso ou afeto. Se, por um lado, a nova conjuntura exige praticidade, por outro preconiza romantização. A teoria de Guy Debord, *A Sociedade do Espetáculo* (1967), parecia prever o novo mundo das selfies alegres no *Instagram*, dos “comerciais de margarina” e dos espetaculosos beijos seguidos por fogos de artifício; sua obra trata da tendência da espetacularização da vida que já ocorria na mídia vigente, em que tudo é uma experiência mágica recheada de facilidades expostas por um retrato impecável.

A partir dessa dualidade do amor contemporâneo que reside em uma sociedade midiaticizada, sucessora de inúmeras transformações históricas, fica frisado o não essencialismo do amor. Em *O Livro do Amor* (2012), de Regina Navarro Lins, tal fato é ainda mais explicitado. São analisadas as dinâmicas amorosas desde a pré-história até a atualidade. Na Roma Antiga, por exemplo, quanto mais amantes uma mulher tivesse, mais desejada seria entendida a esposa, e melhor visto seria socialmente seu marido, extremamente diferente da visão de masculinidade ferida que existe hodiernamente sobre homens traídos. Já nos tempos primitivos, antes de entender-se o papel reprodutivo do homem, as sociedades preconizavam a figura feminina, distante de subjugar-las como nos tempos modernos. As disparidades de significado amoroso são inúmeras por entre as civilizações, enfatizando o amor como uma construção social.

Tendo em vista a premissa supracitada, é possível analisar o amor dentro da sociologia da comunicação. Em virtude disso, buscaremos compreender o papel da representação e seu diálogo com nossas identidades individuais e coletivas para, posteriormente, dissertar sobre o que o amor romântico, nas telas de cinema, nos mostra e se, em alguma instância, nos molda.

## **O ROMANCE DA REPRESENTAÇÃO**

O lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para espessar-se, condensar-se e converter-se em estrutural: a tecnologia remete, hoje, não a alguns aparelhos, mas, sim, a novos modos de percepção e de linguagem, a novas sensibilidades e escrita. (BARBERO, 2006, p. 54).

No fragmento supracitado do livro *Sociedade Midiaticizada*, temos explicitada a relevância das mídias nos novos tempos, ao reestruturar a sociedade em suas camadas mais íntimas de pensar e agir. Seguindo esse raciocínio, se o poder da mídia de massa

---

crece junto a sua participação em nossas vidas, maior é o peso dos seus elementos-chaves em nosso corpo social, ensejando uma atenção ainda mais detalhada. Nesse sentido, o sociólogo Stuart Hall nos proporciona uma nova ótica sobre a construção e funcionalidade das representações, atentando-nos para o caráter construtivista e não cristalizado da comunicação.

Em *Cultura e Representação* (2016), Hall pontua que a construção de sentido ocorre de forma partilhada, tornando central o papel não só da cultura, mas principalmente da representação, pois somente a partir dela a linguagem consegue desenvolver sentido. Esse processo ocorre com a linguagem fazendo uso de um sistema representacional, no qual utilizam-se símbolos e signos para representar ideias, conceitos e sentimentos. Desagua-se assim na postulação de que: “o sentido depende não da qualidade material do signo, mas sim da sua função simbólica” (HALL, p. 49).

Para facilitar, o autor exemplifica o sistema de faróis; para certas sociedades, no trânsito, o vermelho representa “pare” e o verde “prossiga”, no entanto, vermelho pode também representar sangue ou comunismo, assim como verde ambientalismo ou a nação irlandesa. Isto é, significados são acordados e atribuídos, não há no material um significado intrínseco, por isso sua função simbólica pode variar em diferentes recortes socioculturais. Todavia, a profundidade e obscuridade da dinâmica cultura, comunicação e representação se intensifica em um novo nível quando pensadas sob o enfoque das tensões e desigualdades sociais dentro de um mesmo conjunto.

Para a visão foucaultiana, por exemplo, a preocupação não está na construção de sentido, mas nas relações de poder, trazendo a concepção do discurso. O discurso é, para Foucault (2018), uma construção cultural que busca representar a realidade, contudo, não é a realidade, mas sim o reflexo das relações de poder. Dessa forma, o discurso construirá o conhecimento e, devido a isso, regulará o que pode ou não ser dito, o discurso é então fruto do poder por determinar a censura e, a partir de si próprio, delinear dinâmicas socioculturais produzindo e reproduzindo conhecimento e poder. À luz dessa análise, o filósofo traz a premissa de que o discurso definirá o sujeito, pois moldará quem ele é e o que é capaz de fazer.

Ao nos atentarmos à relação entre poder e discurso precisamos evocar mais um termo: a estereotipagem. A dinâmica de geração de sentido na linguagem a partir da representação possui métodos de codificação para se concretizar que, muitas vezes, não nos atentamos. A tipificação é um deles; a compreensão do mundo a partir de “regras



classificatórias" que criamos para identificação de algo, "um tipo", a partir de um modelo geral. Tal lógica é aparentemente inofensiva e automática quando utilizada para o conceito de "cadeira", muito diferente é quando o mesmo ocorre com um grupo étnico, por exemplo.

Dado o exposto, Woodward é brilhante ao afirmar que, em meio ao sistema representacional, "a identidade é marcada pela diferença" (2014, p.9). Nesse caso, um indivíduo só pode ser considerado brasileiro, por exemplo, a partir da possibilidade de não ser, implicando a necessidade de outras nacionalidades ou possibilidades, ou seja, a categorização é também um processo de exclusão. Por isso, a representação em larga escala, como a midiática de nossa cultura, engloba sistemas simbólicos e representativos que invariavelmente prediletem perfis, utilizam-se de estereótipos e até fetichizam a diferença. Tal aparato gerará significados produzidos ao interagir com seus destinatários, posicionando-nos como sujeito. Reside neste fato, a importância da representação midiática para a cultura.

A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. Por exemplo, a narrativa das telenovelas e a semiótica da publicidade ajudam a construir certas identidades de gênero. Em momentos particulares, as promoções de marketing podem construir novas identidades, por exemplo, o "novo homem" das décadas de 1980 e 1990, identidades das quais podemos nos apropriar e que podemos reconstruir para nosso uso. (WOODWARD, 2014, p.17).

Em suma, a autora (p.18) nos mostra que todas práticas de construção de significado estão envoltas por poder, inclusive o controle do que é ou não excluído, sendo este o ponto que busca ser frisado nesse percurso teórico: representatividade é basilar, indispensável e séria. Não se trata de séries de televisão e comerciais inofensivos, mas sim de diálogos culturais que estão se mobilizando em alta abrangência, redirecionando futuros. Em Barbero (2006), "para que a pluralidade das culturas do mundo seja politicamente levada em conta, é indispensável que a diversidade de identidades nos possa ser contada" (p. 63).

Em meio a tal conjuntura, o que o sentido partilhado, os estereótipos e a construção de identidade postulam sobre o amor? Primeiramente, que só há a pessoa amada, a partir da ideia da pessoa não amada. Para cada príncipe e princesa, há sempre



---

um bruxa ou monstro indigno para o amor. Nesse sentido, talvez, para além da dinâmica amorosa, analisar o perfil de seus amantes seja primordial ao tratarmos de representação. Para tal, nós examinaremos brevemente o universo do cinema como recorte midiático para ilustrar o que é propagado, pelas grandes produções, sobre o amor romântico.

## AS EXIGÊNCIAS DO AMOR

A quem o amor se destina? Em matéria da revista Exame, são rankeados os dez casais que mais renderam em bilheteria, arrecadando em bilhões o mundo cinematográfico. Dentre eles estão: Rupert Grint e Emma Watson, Rony e Hermione da saga *Harry Potter*; Robert Pattinson e Kristen Stewart, da saga *Crepúsculo*; Shia LaBeouf com Megan Fox, e Chea LaBeouf com Rosie Huntington-Whiteley, da série de filmes *Transformers*; Johnny Depp e Penélope Cruz no último filme de *Piratas do Caribe*, e Orlando Bloom e Keria Knightley nos demais filmes da franquia; Tobey Maguire e Kirsten Dunst dos três filmes de *Homem Aranha*; Leonardo DiCaprio e Marion Cotillard do longa *A Origem*; e, por fim, Sarah Jessica Parker e Chris Noth dos filmes gerados a partir da série *Sex and the City*.

O que todos os atores acima partilham em comum são o fato de serem brancos, de porte magro ou atlético, interpretando papéis de casais cisgêneros e heterossexuais. Nenhum deles possui mais de sessenta anos, ou portam alguma deficiência, nenhum deles possui sardas, diastemas ou orelhas avantajadas e narizes tortos, seguem o mesmo padrão de pressão estética que ainda está sendo lutado para ser desconstruído. Além disso, somente duas das dez franquias possuem protagonismo feminino e, ironicamente, são as únicas franquias com enfoque central romântico nas narrativas (*Crepúsculo* e *Sex and the City*), as demais produções tratam-se de filmes de ação com minoria feminina voltadas geralmente a papéis conjugais, o que reforça ainda mais o binarismo entre os sexos.

Nos filmes de ação como *Transformers* e *Homem Aranha*, em tese direcionados ao público-alvo masculino, o amor romântico encontra-se em segundo plano, pois não é destinado ao homem, de acordo com a visão tradicional, viver em função do lar e matrimônio; são idealizadas para o romance dos meninos personagens femininas sem “bagagem emocional”, geralmente não tem familiares ou amigos, cumprem o papel de parceiras exclusivas a narrativa central do homem, não podem lhe trazer problemas ou sentimentalismos, podendo até ter personalidade forte, inteligência ou força física, mas

jamais algo que ofusque ou supere a de seus pares, sempre repletas em uma delicadeza que é traduzida também nos seus traços finos, voz doce e corpo esbelto. Qualquer forma de dominação encontrada por elas tende a não fugir do cuidado e sabedoria do tipo maternal ou de um apelo sexual de forte magnetismo, ora Virgem, ora Vênus.

Enquanto para o público feminino o direcionamento é quase exclusivamente romântico. Exemplo disso é a maior produtora de entretenimento do globo, Walt Disney Company, quando pequenas as meninas têm uma franquia exclusiva para si, a *Disney Princesas*, aquelas que aguardam “um beijo de amor verdadeiro”. Não há uma franquia “Disney Príncipes” ou “Disney Heróis”, pois as franquias *Star Wars*, *Marvel*, *Piratas do Caribe*, *Turma do Mickey*, *Carros*, *Muppets*, *Toy Story*, *Ursinho Pooh*, dentre outras, já terão protagonismo e maioria masculina, existindo apenas uma Minnie para o Mickey mesmo entre sua turma ter um amor, assim como uma namorada para o cavaleiro jedi ou super herói, romantizando novamente as parceiras coadjuvantes que não contrariam, sem vida própria exposta na tela.

Passado o amor romântico representado pelas princesas, as moças de classe média conhecerão na adolescência uma gigante indústria de comédias românticas que ganharam força nas décadas 1980, 1990 e nos anos 2000. Filmes como *Uma Linda Mulher*, *Diário de uma Paixão*, *O Casamento do Meu Melhor Amigo*, *10 Coisas que Odeio em Você*, *O Diário de Bridget Jones*, *Para todos os garotos que já amei*, *Como se fosse a primeira vez*, *De Repente 30*, *Cartas Para Julieta*, *Simplesmente Acontece*, *Nunca Fui Beijada*, *Como perder um homem em 10 dias*, *Como eu era antes de você*, *O Amor Não Tira Férias*, dentre muitos outros que, assim como a lista dos campeões de bilheteria, não fogem do mesmo padrão “belo”, branco e heterossexual.

Para a escritora e feminista Naomi Wolf, tais mitos romantizados são a atualização da dominação dos corpos e mentes femininos que se propagam de forma cada vez mais sorrateira e simbólica. Em *O Mito da Beleza* (1992), a autora translada pela pressão estética, mas também faz menção às implicações do ideal na percepção de amor:

O "amor" que o mito da beleza oferece é universal: a loura de lábios carnudos deste ano, a ninfa morena desta estação. [...]. Mesmo as mais desiludidas entre nós desejam acreditar que, aos olhos do nosso verdadeiro amor, cada uma é a "mulher mais bonita", porque seremos de fato vistas e conhecidas pelo que somos. O mito da beleza, porém, nos dá a perspectiva oposta. Se existe um conjunto de feições que desperte o amor, essas feições são substituíveis. Aqueles elementos que dão uma identidade única à mulher — a irregularidade inimitável do rosto, as cicatrizes de um acidente na infância, as rugas e linhas de uma

---

vida de pensamento e riso, de mágoa e ódio — esses elementos a excluem das fileiras das belezas míticas e, conforme nos dizem, dos parques encantados do amor. (WOLF, 1992, 228-9).

Desse modo, o mito da beleza caminha também com o mito do amor romântico, recorrendo mais uma vez ao período clássico grego, no qual o Bom e o Belo andam juntos. A pressão estética dos gregos era tão enraizada que se acreditava que uma face bela era um presente dos deuses, um rosto e corpo atraentes eram sinais de uma mente brilhante, o termo utilizado era *Kalokagathia*, ser belo de dentro para fora (VOCÊ, 2015). Tal imaginário não se transformou muito em face ao folclore atual, no entanto, com as novas tecnologias e modelos de beleza midiáticos, ganhou novas problemáticas na atual conjuntura, como moças adoecendo com transtornos alimentares ou até perdendo a vida em salas de cirurgia, em busca do amor e admiração provindos da perfeição estética.

O padrão desenvolvido é, evidentemente, irreal para qualquer mulher, inclusive a cisgênero, heterossexual e caucasiana, no entanto, para qualquer outra forma de existir é ainda mais distante. Talvez possa se encontrar uma protagonista negra em um romance, como *O Guarda-Costas* (1992) com a beleza de Whitney Houston, mas ainda assim será preciso fazer uma grande busca, contando com grandes chances de talvez não se identificar com nenhuma personagem exibida de tão escassas que ainda são as possibilidades de representatividade diversificada. O amor romantizado do cinema não só anula identidades, nega qualquer possibilidade de partilhar o sentimento entendido coletivamente como o mais nobre, íntimo e encantador.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Discorrer sobre representatividade pode ser doloroso, talvez pela relação tão visceral com a construção de identidades, talvez por explicitar fortemente as disparidades de poder. Todavia, é somente por meio da comunicação, divulgação e uma enérgica luta por visibilidade que se pode enfrentar o massacrante silêncio dos ignorados, remodelando a arma representacional.

Se é através da imaginação que hoje o capitalismo disciplina e controla os cidadãos contemporâneos, sobretudo através dos meios de comunicação, é também a imaginação a faculdade através da qual emergem novos padrões coletivos de dissenso, de oposição e questionamento dos padrões impostos à vida cotidiana, através da qual vemos emergir formas sociais novas, não predatórias, como as do

---

capital, formas construtoras de novas convivências humanas  
(BARBERO, p. 64)

Diante desse cenário, o presente artigo não pretende atentar contra o amor, nem mesmo em sua versão romântica, pelo contrário, procura-se propagar novas formas de amar, mais formas de amar, diferentes e únicas, mas harmoniosas em coletivo. Cabe a cada um encontrar a sua forma de estimar e se apaixonar, de se permitir e abrir os olhos para as sensações que em si habitam.

Olhar de forma crítica ao amor é, entretanto, contra argumentar os “achismos” reduzidos a passionalidade ou “gostos”, reafirmando que ninguém nasce tendo como espelho de parceiro ideal os rostos de Angelina Jolie ou Tom Cruise, e que o amor, podendo ele aderir a forma que quiser, jamais será uma lei que possa justificar hábitos de violência ou reduzir a humanidade de outrem. Perante as várias faces do amor é necessário ousar compreender, questionar, pois há todo um universo que ainda não se sabe sobre o assunto, das perguntas envoltas por esse objeto talvez não haja respostas, mas espero que promova de início inquietude.

## REFERÊNCIAS

BARBERO, Martín. **Sociedade Midiatizada**. Org. Dennis de Moraes. Mauad X; 1ª edição. 2006.

COSTA, Sérgio. **Amores fáceis: romantismo e consumo na modernidade tardia**. Novos estudos CEBRAP, p. 111-124, 2005.

DE MENEZES, Maria Célia. **O mito do amor romântico**. Revista Fragmentos de Cultura-Revista Interdisciplinar de Ciências Humanas, v. 17, n. 3, p. 559-572, 2007.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade 1: A vontade de saber**. Trad. de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 7 ed. Rio de Janeiro/ São Paulo, Paz e Terra, 2018

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Tradução: Daniel Miranda e Willian Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

LEMONS, Renata. O divórcio não é o fim!. Jan, 2021. Disponível em: <https://www.diariopopular.com.br/opinia/divorcio-nao-e-o-fim157631/#:~:text=Um%20em%20cada%20tr%C3%AAs%20casamentos,o%20Co1%C3%A9gio%20Notarial%20do%20Brasil..> Acesso em: 11 de fev. 2022.

ROSA, Patrícia. Luta contra a Violência à Mulher: Brasil ocupa 5o lugar no Ranking mundial do Femicídio. Out, 2021. Disponível em: . Acesso em: 08 de fev. 2022.

VAZ, Tatiana. 10 casais que mais renderam bilheteria. Set, 2016. Disponível em:

<https://exame.com/negocios/10-casais-que-mais-renderam-bilheteria-aos-cinemas/>. Acesso em: 10 fev. 2022.

VOCÊ se encaixaria nos padrões de beleza da Antiga Grécia?. BBC News. Disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/01/150111\\_beleza\\_antiguidade\\_lgb](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/01/150111_beleza_antiguidade_lgb). Acesso em: 15 dez. 2021.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**. Editora Rocco, 1992.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença. A Perspectiva dos estudos culturais**. In Tomaz Tadeu da Silva (Org.). Petrópoles, RJ: Vozes, 2014.