



# IX CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

## Portugal, território de territórios

---

---

ÁREA TEMÁTICA: Sociologia das Emoções [ST]

---

---

**AMOR ROMÂNTICO E CINEMA HOLLYWOODIANO: CONSIDERAÇÕES SOCIOLÓGICAS SOBRE IMAGENS, GÊNERO E EMOÇÕES**

---

---

ROSSI, Túlio

Doutoramento em Sociologia, Universidade Federal do Maranhão - UFMA (Brasil),  
[tuliorossi@gmail.com](mailto:tuliorossi@gmail.com)

---



## Resumo

O trabalho revisita resultados de minha tese de doutorado, defendida em 2013 sobre amor romântico no cinema hollywoodiano. A pesquisa analisou prescrições, modelos e ideais de amor presentes em filmes hollywoodianos, enquanto construções sociais e históricas, entendendo que o cinema teria, ao longo do século XX até hoje, contribuído para essas construções. Seguindo a metodologia de Pierre Sorlin, foram estudadas cinco produções: *Pretty Woman*; *Sleepless in Seattle*; *Titanic*; *Closer*; *The Holiday*. Observaram-se construções recorrentes do “amor ideal” sobrevalorizando não apenas seu aspecto imaginário, mas, principalmente, sua relação metalinguística com imaginários próprios do cinema hollywoodiano. Além de estudos em sociologia do cinema, mobilizaram-se referências em sociologia das emoções (Shields, Cancian, Solomon et al.). Adotou-se uma abordagem do amor enquanto “significação”, enfatizando seu caráter de atribuir sentido específico a emoções, experiências e relações íntimas e, a partir disso, constituir expectativas correspondentes conforme normas culturais de relacionamento. Isto posto, foram problematizados imaginários sobre a “feminilidade” que tendem, conforme padrões heteronormativos, a lhe atribuir uma inclinação “natural” à afetividade, condicionando a realização feminina ao encontro de um parceiro amoroso, observando uma rede imbricada de significados socialmente construídos, onde amor e feminilidade são vinculados de forma a se reforçarem mutuamente

## Abstract

The paper revisits results of my doctoral thesis, defended in 2013, on romantic love in Hollywood cinema. In the research, I analyzed prescriptions, models and ideals of love present in Hollywood films as social and historical constructions, understanding that the film would have, throughout the twentieth century to today contributed to these constructions. Following the methodology of Pierre Sorlin, five productions were studied: *Pretty Woman*; *Sleepless in Seattle*; *Titanic*; *Closer*; *The Holiday*. There were observed recurrent constructions of the "ideal love" overvaluing not only their imaginary aspect, but mainly their metalinguistic relation to own imaginary of Hollywood cinema. In addition to studies in sociology of cinema, it were mobilized references in sociology of emotions (Shields, Cancian, Solomon et al.). It was adopted a love approach as "significance", emphasizing its character of assigning specific meaning to emotions, experiences and intimate relationships and, from that, constitute corresponding expectations as cultural relationship standards. That said, have been problematized imaginaries about the "femininity" which tend, in heteronormative standards, to assign a "natural" inclination to affectivity, conditioning the female achievement to meet a loving partner, observing a imbricated network of meanings socially constructed, where love and femininity are linked in order to mutually strengthen each other.

Palavras-chave: Amor; Cinema; Gênero; Sexualidade; Emoções

Keywords: Love; Cinema; Gender; Sexuality; Emotions

[COM0037]



## Introdução

Este texto revisita resultados de minha pesquisa de doutorado, publicada em 2015 com o título: *Uma Sociologia do amor romântico no cinema: Hollywood – anos 1990 – 2000* (ROSSI, 2015). À luz de novas leituras, questionam-se aqui construções sociais de referências para a vida amorosa em que se acredita haver participação do cinema hollywoodiano, enquanto difusor de discursos, imagens e modelos de realização pessoal. Mais especificamente, são exploradas conexões entre a construção social do sentimento amoroso – na qual o cinema teria participação importante – e seus aspectos generificados<sup>1</sup>, tanto no uso das imagens quanto na significação e estimulação às emoções. Mais especificamente, este artigo problematiza imaginários sobre a “feminilidade” que tendem, conforme padrões heteronormativos, a lhe atribuir uma inclinação “natural” à afetividade, condicionando a realização feminina plena ao encontro definitivo de um parceiro amoroso. Por fim, trabalha-se sob a perspectiva de uma rede de entrelaçamentos de significados socialmente construídos, onde amor e feminilidade se cruzam e são vinculados de forma a se reforçarem mutuamente, encontrando no cinema e em outras mídias amparadas em imagens, um importante suporte no sentido de articular e rearticular relações de significados dentro e fora das telas. Intenta-se, ao final, lançar luz sobre possíveis desdobramentos teóricos e analíticos, sob uma perspectiva sociológica, questões envolvendo gêneros, imagens e emoções.

## Uma sociologia do amor romântico no cinema

A pesquisa analisou prescrições, modelos e ideais de amor presentes em filmes hollywoodianos, enquanto construções sociais e históricas, entendendo que o cinema de grande público teria, ao longo do século XX até hoje, contribuído de forma significativa com essas construções. Observaram-se construções recorrentes do “amor ideal” sobrevalorizando não apenas seu aspecto imaginário, mas, principalmente, sua relação metalinguística e citacional com imaginários próprios do cinema hollywoodiano. Concordando que “A vida afetiva [...] é ao mesmo tempo imaginária e prática” (Morin, 1972, p.12), debateu-se como este cinema contribui para constituir modelos específicos de realização amorosa, tornando-se parte das experiências e da vida cotidiana dos espectadores. Além de estudos em sociologia do cinema, mobilizaram-se referências importantes em sociologia das emoções (Shields, Cancian, Solomon et al.) e outras que também problematizaram mais especificamente amor e romantismo (Beck, Beck-Gernsheim; Campbell; Chaumier e outros).

Adotou-se uma abordagem compreensiva do amor enquanto “significação”, enfatizando seu caráter de atribuir sentido específico a emoções, experiências e relações íntimas e, a partir disso, constituir expectativas e projetos de vida correspondentes conforme normas culturais de relacionamento referentes a como, quando, por quem e com que intensidade seria legítimo usar o termo amor para definir e qualificar as próprias experiências afetivas.

A tese consistiu em problematizar a presença do cinema hollywoodiano como parte importante de um repertório de signos e imagens compartilhados nas sociedades contemporâneas em relação ao amor. Tal repertório dilatou-se consideravelmente nos últimos trinta anos em virtude da própria difusão de meios de comunicação e tecnologias audiovisuais que se alinham, notadamente, com a expansão de tecnologias de informação, telecomunicações e *mídias* sociais. Gerações de adultos se formaram e formam outras em contato cotidiano e prolongado com ícones e referências de *mídias* audiovisuais desde os primeiros anos de vida, afetando relevantemente seus processos de socialização. Como Bernard Lahire aponta: “adolescentes e pós-adolescentes [de hoje] cresceram em um novo estado de oferta cultural (comparado àqueles que viveram sua adolescência nos anos 1960), caracterizado particularmente por uma forte presença das *mídias* audiovisuais” (Lahire, 2006, p. 516).

Durante a pesquisa, foram analisados cinco filmes dos anos 1990 e 2000: *Pretty Woman* (1990); *Sleepless in Seattle* (1993); *Titanic* (1997); *Closer* (2004); *The Holiday* (2006)<sup>2</sup>. Para a análise, tomou-se por base a

metodologia proposta por Pierre Sorlin (1982), sendo que, dentro deste recorte temporal, buscaram-se filmes que tivessem atraído grande número de espectadores e provocado debates relevantes, entendendo que “uma produção que tenha conhecido uma grande audiência, da qual se falou muito, tem mais chances de ter marcado mais profundamente o público [...]; ao menos é uma presunção que obriga a trabalhar sobre filmes conhecidos” (Sorlin, 1982, p. 202). Quanto à forma de análise empregada, enfatizou-se a maneira como cada filme foi construído articulando sequências, colocando elementos em relevo em relação a outros, essencialmente, selecionando e reorganizando imagens:

*O filme constitui, primeiramente, uma seleção (certos objetos e não outros) e depois, uma redistribuição; ele reorganiza, essencialmente, no universo ambiente, um conjunto social que, por certos aspectos, evoca o meio do qual é içado, mas que, essencialmente, é uma retradução imaginária* (Sorlin, 1982, p. 200).

Além deste referencial metodológico, o conceito de *representificação* de Paulo Menezes foi crucial no sentido de que este

*realça o caráter construtivo do filme, pois nos coloca em presença de relações mais do que na presença de fatos e coisas. Relações constituídas pela história do filme, entre o que ele mostra o que ele esconde. [...] A representificação seria a forma de experimentação em relação a alguma coisa, algo que provoca reação e exige nossa tomada de posição valorativa, relacionando-se com o trabalho de nossas memórias voluntária e involuntária que o filme estimula* (Menezes, 2004, p.45-46).

A abordagem de Menezes é fundamental aqui por pensar as imagens, sobretudo, a partir de suas *relações*, tanto entre si, dentro da narrativa (o que é marcado pela sequência dos planos e técnicas de montagem) quanto na relação que constituem com os espectadores, em grande medida, acionando em suas memórias outras imagens, de outros filmes, de programas de televisão, campanhas publicitárias, e outras.

Tratam-se, fundamentalmente, de relações constituídas social e historicamente *entre imagens*; relações aprendidas e repetidamente reproduzidas que permitem aos espectadores, a partir das mínimas inferências baseadas no que já teriam visto antes – mais do que necessariamente vivido ou experimentado – a captação aparentemente imediata e “autoevidente” dos significados mobilizados pelas imagens que vê no presente.

É interessante observar que, em muitas de suas produções, Hollywood reivindica sistematicamente o título de uma “Indústria dos Sonhos”<sup>3</sup>, apresentando-se como referencial não tanto de maneiras de “representar” fidedignamente uma suposta realidade, mas, principalmente, dos formatos, contornos e imagens de como sonhos e fantasias, em sua potência fantástica e arrebatadora, se apresentariam caso se tornassem “realidade”. Tem-se então discursos em uma cultura cinematográfica que, abertamente, se direciona a produção de uma inteligibilidade massificada do improvável e do imaginário. Mas esse imaginário segue normas de construção de sentido, hierarquias e valores específicos; trata-se de um imaginário regulado, mediado, meticulosamente constituído de forma coerente com uma série de valores e percepções características da sociedade capitalista norte-americana e que, pela força das imagens, tentam se propor como universais.

Nesse sentido, o amor romântico, que tem uma relação histórica profunda e indissociável com a alimentação do imaginário e da fantasia, revela-se como matéria profícua para este cinema. É difícil saber precisamente, quanto das formas com que aprendemos a reconhecer e reproduzir o amor romântico hoje não foram constituídas a partir de suas imagens hollywoodianas. Nisso, o discurso de valorização dos sonhos e do imaginário permanece marcante, mas incorporando – ao menos dentro dos filmes – a obrigação moral de se realizarem, apresentando-se como única forma de existência aceitável e possível.

Nesse sentido, o paradoxo do “amor irrealizável” que tem o dever moral de se realizar é um elemento importante da construção dos modelos hollywoodianos não porque incentivaria necessariamente o “cultivo de ilusões” num público que buscaria, a todo custo, “imitar” o que vê na tela. Os espectadores, em sua maioria, têm consciência das distâncias e incongruências do amor hollywoodiano. Contudo, eles incorporam os signos mobilizados nesses filmes como indicadores de sensibilidade, erotismo, sedução, “bom gosto”, bem como de valores e características a se almejar na própria vida amorosa. Nesse sentido de referencial simbólico, é interessante notar em interações cotidianas como é comum pessoas fazerem referências a filmes para descrever situações, sensações e desejos que às vezes têm dificuldade em “definir” em suas próprias palavras. Conforme Chaumier: “Não se deve subestimar o papel do imaginário na invenção de novas relações que, por intermédio de representações sociais, fornece quadros e padrões amorosos. O amor moderno é um vai e vem constante entre o real e o imaginário” (1999, p. 27).

Desse modo, ao tratar os discursos e construções narrativas e simbólicas do amor romântico no cinema de grande público, o ponto de inflexão foi menos na constituição subjetiva de emoções e sentimentos interpretados como “amor”, mas em modelos, imagens e discursos do amor como significação. Trata-se assim, do que é transmitido, reproduzido e reconhecido como sendo “o verdadeiro amor”, a partir de diferentes mídias e de processos socializadores. Isso se desdobra num processo de legitimação e reconhecimento da própria identidade, dos próprios sentimentos, desejos e expectativas, onde:

*Não é o amor, portanto, uma entidade enigmática que orienta a vida afetiva, mas o próprio ato consciente de orientar a vida afetiva e sexual de uma maneira específica, culturalmente ancorada na imaginação. O amor não está nem nos gestos, nem nas imagens, palavras ou sensações, mas no ato de significá-los de forma diferenciada, ao mesmo tempo individualizada, mas a partir de códigos, símbolos e prescrições que são culturalmente reproduzidos, reconhecidos e valorizados* (Rossi, 2015, p. 320).

Deste modo, tendo os discursos literários e cinematográficos da “realização amorosa”, esperar de suas imagens ou projetar nelas um realismo abrangente é, no mínimo, despropositado. Conforme Edgar Morin, o cinema funciona, em grande medida, à base de sínteses que pressupõem a reunião de contradições dentro de um conjunto que, mesmo contraditório e inverossímil, naquela construção, *faz sentido*, principalmente no aspecto totalizante que é atribuído ao encontro amoroso. Ao abordar o tema amor na “cultura de massas”, o autor afirma:

*Nesse amor sintético a mulher tende a aparecer simultaneamente como amante, companheira, alma-irmã, mulher-criança e mulher-mãe e o homem como protetor e protegido, fraco e forte. A eliminação dos temas familiares ou incestuosos no cinema ocidental implica sua integração latente na relação entre os dois namorados. Em outras palavras, é a totalidade dos laços afetivos, antigamente repartida em múltiplas relações intrafamiliares que tende a se concentrar no casal* (Morin, 2002, p.134).

A condensação e a síntese são elementos fundamentais da narrativa cinematográfica e, por mais que ela se sustente pelo convencimento que provoca enquanto sequência apreensível de eventos e articulação de imagens, sons, efeitos de luz, profundidade e variação de planos, seu estatuto de realidade é puramente convencional. A questão é que as convenções que a orientam extrapolam a produção fílmica e se comunicam com outras convenções, incluindo aquelas que se referem a performances de gêneros e que se entrecruzam em diversos cenários da vida cotidiana – de instituições religiosas a ambientes de trabalho, do espaço público à orientação da vida afetiva e dos espaços privados.

A síntese tem importante papel compreensivo no sentido de estabelecer conexões lógicas de causa e consequência entre elementos selecionados, realçando algumas variáveis em relação a outras e criando uma legibilidade que se pauta menos pela realidade do que pela associação lógica entre os eventos dentro do filme.

Ressalta-se ainda, que este aspecto sintético da narrativa amorosa no cinema, é, de certo modo, absorvido à própria narrativa íntima na composição da experiência amorosa moderna, uma vez que, conforme Giddens:

*O amor romântico introduziu a ideia de uma narrativa para uma vida individual – fórmula que estendeu radicalmente a reflexividade do amor sublime. Contar uma história é um dos sentidos do ‘romance’, mas esta história tornava-se agora individualizada, inserindo o eu e o outro em uma narrativa pessoal, sem ligação particular com os processos sociais mais amplos (Giddens, 1992, p. 50)*

Deste modo, como a pesquisa apontou, não somente em sua revisão bibliográfica, mas na análise pormenorizada dos filmes da amostra e suas conexões com discursos e signos de outros filmes e da literatura, a experiência amorosa, em seus aspectos de linguagem e de referências a um inventário simbólico amplamente compartilhado e reconhecido nas sociedades contemporâneas é, em grande medida, também, cinematográfica. Contudo, essa experiência cinematográfica se entrelaça a uma série de outros elementos presentes nas configurações da vida social e seus diversos modos de estratificação e diferenciação. Nesse sentido, esta análise se desdobra em questões de gênero em uma dupla chave: em relações estabelecidas de forma diferenciada do gênero feminino com as emoções e com as imagens do feminino, no cinema, na publicidade e na televisão.

### **O feminino em imagens**

Embora haja ampla literatura nas ciências sociais e na sociologia ocupada em discutir questões de sexualidade e na renovação dos paradigmas e dos debates de gênero, a temática específica das emoções enquanto construto sociocultural parece ainda pouco explorada. Aparentemente, o aspecto emocional é relegado ao campo da subjetividade, ou, simplesmente, como consequência ou reflexo de desigualdades estruturais reificadas. Sob tal ótica, são descartados elementos importantes na orientação comportamental da ação e de construções complexas existentes na vida social sobre formas de viver e expressar emoções a partir de sua significação com base nos discursos de afetividade.

No tocante à importância de analisar tais questões a partir de mídias audiovisuais, concorda-se aqui com Jurandir Freire Costa:

*No presente, o comércio das imagens e sensações é a âncora identificatória dos indivíduos. Saber quem ou o que se é significa tomar: a) o que se ‘experimenta’ como sensações e b) o que é oferecido nos modelos publicitários como critério para saber o que se deve ser (Costa, 1998, p. 215).*

sob tal perspectiva que se sublinha a relevância analítica de pesquisas em ciências sociais sobre mídias audiovisuais como meios de propagação desses modelos publicitários enquanto “comércio de imagens”, sendo que, mais recentemente, no atual contexto dos usos da *internet* e da difusão de redes sociais como *Facebook*, esse comércio parece se expandir em sua máxima potência e misturar-se ainda mais com a vida cotidiana e a construção de imagens da própria identidade. E, mais especificamente, tratando de gênero:

*a televisão, as novelas, os romances, as revistas em quadrinhos, as revistas em geral, os jornais, a internet, etc., em seu espaço de recepção e interação, veiculam representações sobre as mulheres, os homens, a sociedade. Imagens e textos compõem um mosaico que integra a maneira de se perceber o mundo [...] (Swain, 2001, p. 68).*

Tais perspectivas permitem notar mais claramente os valores reproduzidos nos filmes e os padrões comportamentais sugeridos em relação à vida afetiva, sexual e emocional como algo que remete ao que Thoits define como normas emocionais, no sentido de indicar

*[...] a extensão, a intensidade, a duração e/ou os propósitos de emoções específicas em dadas situações. Normas que, em geral, são indicadas por afirmações contendo termos como “deveria”, “precisa”, ou “tem direito a” em referência a sentimentos ou quadros de sentimentos (Thoits, 1991, p. 181).*



Destarte, construções de estereótipos de gênero em mídias audiovisuais mobilizam símbolos e discursos correspondentes para a propagação e reconhecimento de formas específicas e não pessoais de atribuir valor e sentido a questões da intimidade e suas conexões com desejos e práticas sexuais.

No cinema hollywoodiano, observara Bidaud, as narrativas tendem a edificar valores típicos da sociedade de consumo norte-americana, passando também pela divisão de papéis de gênero e pelo enaltecimento do matrimônio. É corrente então, no cinema hollywoodiano, que a conquista do casamento seja símbolo de uma recompensa “moral” pelo caráter das personagens, definindo linhas gerais para o processo considerado “aceitável” para o encontro do “amor” sacramentado pelo casamento. Segundo a autora:

*Os rituais de sedução visam a glorificar, ao fim do percurso, o casamento. O cinema hollywoodiano clássico é pouco inclinado a fazer do amor louco um modelo: a paixão deve entrar rapidamente nas normas, do contrário ela assume as cores da destruição e da morte. Todas as personagens “femme-fatales”, de Theda Bara à heroína de Instinto selvagem confirmam sua dimensão antissocial maléfica (Bidaud, 1994, p.160).*

Desde os anos 1980, têm-se visto muitos trabalhos acerca das “representações” do gênero feminino em imagens, com especial destaque para o cinema de grande público e imagens publicitárias em mídias impressas (cf. Passerini, 1991; Lauretis, 1994; Louro, 2008; Beleli, 2010). Em sua maioria, é feita alguma articulação direta com a temática do consumo, sendo recorrente o tema da objetificação, no que ocorreria uma forte alusão do corpo feminino a um potencial de aquisição e consumo: “a hegemonia da figura feminina na publicidade, nas capas das revistas e nos cartazes, remete com efeito para a coincidência entre a mulher como potencial sujeito e a mulher como possível objeto” (Passerini, 1991, p. 382). Essa objetificação não se restringe ao corpo feminino disposto nas imagens; este materializa, visualmente, sentimentos e estados de espírito a princípio ininteligíveis como prazer, desejo, felicidade, sucesso e conquista. Estes, amiúde, significados de forma erotizada.

Havendo-se constituído social e historicamente uma percepção que associa diretamente emoções à feminilidade, em muitos casos o uso publicitário de imagens de mulheres remeteria a esses elementos, que se tornam “visíveis” a partir dos contornos bem definidos de um corpo feminino. Goffman (1987) já apontara em sua análise de imagens de mulheres na publicidade que estas frequentemente são usadas em referência ao descontrole emocional. A mulher é tomada então, em contraponto à “realidade objetiva” masculinizada, a imagem do desejo, da fragilidade, do descontrole, do arrebatamento. Entretanto, mesmo em sua exaltação, esse contraponto, numa escala valorativa moderna, é rebaixado por remeter a tudo que, a princípio, seria nocivo ao projeto racionalista e pragmático da modernidade, “justificando”, por sua vez, sua assimilação, controle e instrumentalização de forma “produtiva”.

Para além de seu sentido metafórico e político, como sugere Guacira Louro (1997), didaticamente partindo de referências desde o movimento sufragista, o tema da visibilidade, quando se trata de gênero, é explorado em sua literalidade, focando na produção de imagens do feminino em diferentes meios de comunicação. Se, por um lado, a imagem do feminino associada à vida privada do lar é preservada na invisibilidade sob o pretexto de uma atitude “reservada”, por outro, o uso de imagens do corpo feminino em meios de comunicação, uma vez objetificado, tornar-se-ia desprovido deste aspecto de “privacidade” para significar, de forma ampla e corporificada, o desejo em si, sob uma matriz heterossexualizada e masculina de orientação deste desejo. Deste modo, visualizados tantas vezes como signo universal do desejo e de pulsões emocionais e sexuais, corpos femininos são superexpostos, conferindo “visibilidade” ao feminino apenas na qualidade de um objeto particular que materializa imageticamente a subjetividade e o abstrato ao encarnar, simbolicamente, o universo de emoções relacionadas ao prazer e reiteradamente estimuladas em sociedades de consumo contemporâneas.

No que diz respeito a estudos relacionando gênero e imagem, Teresa de Lauretis é uma importante referência ao problematizar o cinema enquanto uma entre outras “tecnologias de gênero [...] com o poder

de controlar o campo do significado social e assim produzir, promover e ‘implantar’ representações de gênero.” (Lauretis, 1994, p.228). Evidencia-se no trabalho de Lauretis, como em outros estudos, o problema da [in]visibilidade de grupos, práticas, sexualidades e discursos colocados à margem daqueles hegemônicos, continuamente reproduzidos e reiterados em meios de comunicação de massa. O uso recorrente do termo visibilidade, de expressões como “outros olhares” ou propostas de problematizar “a ‘naturalização’ dos modos como as pessoas se veem e são vistas” (Beleli, 2010, p. 46) é particularmente significativo nos textos políticos e acadêmicos que tratam de gênero. Nesse sentido, este artigo questiona, para além da temática de gênero: seria a questão da visibilidade tão recorrente, especialmente em lutas políticas, em uma sociedade que não conferisse, ao longo de décadas, um lugar especial às imagens e às mídias audiovisuais? Não seria a demanda por visibilidade uma reivindicação que só adquire sentido numa sociedade midiaticizada, quiçá, espetacularizada, que clama freneticamente que se “mostre tudo” e insiste no bordão ingênuo de que “uma imagem vale mais do que mil palavras”?

Concorda-se então com Lauretis que as implicações das imagens e produções cinematográficas enquanto “tecnologias de gênero” são concretas à medida que promovem e reforçam – com esse aparato fascinante e convincente que é o cinema – discursos que são recebidos, reconhecidos e internalizados na formação de comportamentos e construção de noções identitárias do público, sendo ainda empregadas como indicadores da própria subjetividade. Contudo, toma-se aqui o cuidado de não assumir uma “realidade” em oposição ou à parte das imagens circulantes em mídias como o cinema, a televisão ou mesmo as mídias digitais. Deste modo, entende-se que, inclusive no nível das experiências emocionais, “imagens” e “realidade”, não se distanciam, mas se constituem mutuamente, frequentemente, “se uma situação é definida como real, ela se torna real em suas consequências” (Thomas, apud Becker, p. 179, 1996).

### **O feminino construído sobre estereótipos de afetividade**

A importância do imaginário para a experiência amorosa encontra profunda consonância com a questão de gênero e da experiência do próprio corpo e da sexualidade quando esta é também tratada como histórica e culturalmente constituída, com recurso a signos mais ou menos reconhecidos e hierarquias que estabelecem e distinguem não apenas “imaginário” e “realidade”, mas “certo” e “errado”, “normal” e “patológico”. A começar pelo corpo, considerado comumente como veículo primordial e legítimo não somente de experimentação das emoções, mas da própria existência. Conforme Judith Butler:

*Desde sempre um signo cultural, o corpo estabelece limites para os sentidos imaginários que ele ocasiona, mas nunca é livre de uma construção imaginária. O corpo fantasiado jamais poderá ser entendido em relação ao corpo real; ele pode apenas ser entendido em relação a outra fantasia culturalmente estabelecida, que reivindica o lugar do ‘literal’ e do ‘real’. Os limites para o ‘real’ são produzidos dentro da heterossexualização naturalizada dos corpos, em que fatos físicos servem como causas e desejos refletem os inexoráveis efeitos dessa fisicalidade (Butler, 2013, p. 90).*

Nota-se que os processos de aprendizado das emoções e das formas de significá-las e comunicá-las tendem a ser diferenciados conforme gêneros, o que é potencializado em relações de consumo que direcionam produtos para públicos “masculinos” ou “femininos”. Isso é evidente em produções hollywoodianas, sendo os filmes românticos muitas vezes categorizados como “*chick flicks*”<sup>4</sup>. Essa divisão no mercado cinematográfico define estratégias narrativas específicas e mobiliza todo um conjunto de signos próprios, mas que são também socialmente construídos e reconhecidos. E considerando que os filmes içam elementos de seu próprio contexto social, nota-se a reprodução de signos, discursos e valores que extrapolam o universo filmico e evocam papéis e modos de sentir e agir como “femininos” ou “masculinos”.

Respectivamente, no senso comum e em discursos socializadores direcionados a mulheres, ainda é recorrente que temas relativos à sexualidade sejam condicionados à questão da seleção afetiva, da forma como observa Bozon:

*O valor das mulheres corresponde à parcimônia com que elas se entregam, o dos homens ao número de “objetos” conquistados: a oposição raridade/número transformou-se em uma estrutura psicológica profundamente interiorizada, conforme indica a divergência das respostas às perguntas sobre o número de parceiros sexuais. Por conseguinte, o duplo padrão de sexo, gerador de injunções contraditórias para os indivíduos, tanto homens quanto mulheres, não desapareceu. [...] o desejo sexual feminino continua a ser amplamente ignorado, como se o lugar [das mulheres] devesse permanecer limitado à afetividade (2004, p. 95).*

Onde permanecem esses padrões de percepção de afetividade e sexualidade, o desejo se torna fonte de conflitos existenciais que se agravam em maniqueísmos que estabelecem um tipo desejável de “mulher para casar” e estigmatizam outros como “vadia”. Nesse sentido, o casamento revela-se um signo importante e diferencialmente relevante para constituir uma “estratificação moral” do gênero feminino. De acordo com recente pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA do governo brasileiro sobre violência contra a mulher, mais da metade dos entrevistados e entrevistadas havia concordado com o enunciado de que “Toda mulher sonha em se casar”. Conforme o relatório da pesquisa:

*Somados aos que concordam em parte, tem-se que quase 79% da população possui noção bastante estereotipada sobre os desejos e ideais de vida das mulheres. Acreditar que toda mulher tem como projeto de vida casar-se e constituir uma família é compatível com a ideia de que a mulher somente pode encontrar a plenitude numa relação estável com um homem [...] (IPEA, 2014, p.6).*

A pesquisa apontou que fatores como a religião, a região e a educação têm impacto significativo nessa percepção, no que habitantes de regiões mais pobres e as menos escolarizadas têm maior tendência a concordar. Essa indicação é importante no sentido de ressaltar que, embora os entendimentos comuns do que constitui amor tendam a focar apenas seus aspectos mais individuais e subjetivos, as crenças amorosas – que se relacionam diretamente ao imaginário de que “toda mulher sonha em se casar” – permeiam e são permeadas por diferentes dimensões da vida social que, por sua vez, criam conexões que não limitam o relacionamento afetivo e amoroso à vida privada do casal.

Aliás, existir enquanto casal configura uma existência social, um modo de participar da vida comunitária, econômica e de várias relações sociais fora do lar. De tal forma que, embora possam ser lidas como centradas na unidade do indivíduo, as crenças e expectativas amorosas consistem em interpenetrações de fatores sociais e culturais mais amplos que, na prática, são indissociáveis. A análise sociológica desses fatores exige certo nível de abstração no sentido de não ignorar esses entrecruzamentos, mas buscar realçar “relações tornadas importantes pela sua vinculação a ideias de valor” (Weber, 2008, p.340) entre certos aspectos desse objeto. Relações normalmente obliteradas tanto pelo subjetivismo atribuído ao amor quanto por tradições sociológicas que oscilam entre o estruturalismo rígido e paradigmas materialista-históricos que condicionam todos os aspectos da vida social a reflexos das relações – econômicas – de produção.

Sérgio Costa discorre sobre as dificuldades e possibilidades analíticas para a sociologia do amor romântico como algo que se desdobra em pelo menos cinco dimensões, “compreendendo os campos das emoções, dos ideais e das práticas culturais e suas expressões como modelo de relação e forma de interação” (Costa, 2005, p. 124). Cabe ressaltar que se trata de dimensões de um mesmo objeto e que superam a tendência reducionista de limitar o amor ao emocional e subjetivo. Ainda que haja inegável aspecto pessoal, seus aspectos sociais são importantes demais para serem negligenciados, sobretudo na definição de *formas de interação* (Simmel, 2006) que orientam não apenas a maneira como indivíduos interagem, mas também como determinados estados emocionais se expressam, materializando práticas que, por sua vez, têm potencial de estimular, reiterar ou arrefecer vários estados emocionais possíveis.

Eraly já apontara que “o amor é uma forma de vida: uma constelação de percepções, posturas, tendências, sentimentos suscitados por uma pessoa em diferentes situações que abordamos” (Eraly, 1995, p.42). Isso sugere uma série de justaposições de diferentes fatores que se entrecruzam naquilo que é significado como “amor”, sendo todos esses aspectos sociais e individuais emaranhados entre si. Conforme Simmel: “em nenhum indivíduo se encontram postos, lado a lado, o elemento que o iguala e o elemento que o separa dos demais; ambos os elementos constroem a unidade indivisível da vida pessoal” (Simmel, 2006, p.11). Nisso, há toda uma organização não somente da vida íntima dos amantes, mas também em suas relações com outras pessoas em diferentes âmbitos, na condição de indivíduos que amam, vivenciam relações e partilham crenças, discursos e modelos de conduta em relação à vida pessoal.

Aparentemente, desde os anos 1980, o tema das relações amorosas tem adquirido visibilidade na qualidade de objeto de pesquisa sociológica, ainda que de forma tímida, muitas vezes suscitado como expressão ideológica de formas sistematizadas de opressão operadas pelo capitalismo e pelo patriarcado. Pensa-se que a emergência de estudos em sociologia das emoções nos anos 1980, a se destacar os estudos de Arlie Hochschild (2003), bem como uma intensificação dos debates e percepções nos estudos feministas desde o final dos anos 1970 contribuíram significativamente para isso.

Nesse contexto, Francesca Cancian (1986) já chamara a atenção para o aspecto de que o amor – referindo-se especificamente a relações heterossexuais duradouras – na sociedade americana moderna era marcadamente feminilizado. Isso implica dizer, como a autora expõe, que o amor é comumente definido com base em uma série de características tipicamente atribuídas à feminilidade, como a expressividade dos sentimentos. Em suas palavras:

*Essas definições contemporâneas de amor claramente focam em qualidades que são vistas como femininas em nossa cultura. Um estudo de papéis de gênero em 1968 revelou que ardor, expressividade e habilidade de conversação eram vistas como apropriadas para mulheres e não para homens. Em 1978, as características centrais de estereótipos de gênero não mudaram, embora algumas poucas qualidades fossem vistas como apropriadas somente para um sexo. Expressar sentimentos de ternura, ser gentil e sensível aos sentimentos de outros eram ainda qualidades ideais para mulheres e não para homens. As qualidades desejáveis para homens e não para mulheres incluíam ser independente, sem emoção e interessados em sexo. O único componente percebido como masculino em definições populares de amor é o interesse em sexo. (Cancian, 1986, p.695).*

A autora se mostra crítica à predominância de referenciais “femininos” no entendimento do amor, marcando elementos como os sentimentos e a habilidade em falar a respeito deles, enquanto elementos “masculinos” do amor, referentes à instrumentalidade, à praticidade e ao desejo sexual seriam obliterados pela percepção predominantemente feminilizada. Nisso a autora propõe uma perspectiva de amor andrógina que contemple aspectos “masculinos” e “femininos”, reconhecendo a dependência de ambos gêneros na relação amorosa. Contudo, tal perspectiva causa incômodo ao parecer aceitar acriticamente essas diferenciações estereotipadas entre gêneros, marcando e reificando os aspectos ligados à emotividade, à sensibilidade e ao cuidado do outro como “femininos”, atribuindo uma “competência” maior das mulheres para esses domínios, ainda que sugira isso como uma produção histórica e não tanto como um caráter natural.

Nota-se que, em grande medida, a temática do amor, bem como das emoções, emergiu em estudos de história, psicologia e, em menor escala, de sociologia, ligados a temáticas feministas e de gênero, integrando argumentos de crítica ao patriarcado e ao sistema capitalista, no sentido de reprodução de estruturas de dominação, não somente polarizando a relação masculino/feminino como intrinsecamente vertical e hierarquizada, bem como, em perspectivas de influência marxista, reificando a opressão pela via ideológica, suscitando falsas “necessidades emocionais” nas classes trabalhadoras a fim de impedir a conscientização de sua “real” situação de exploração. Nisso, a ênfase em relações materiais frequentemente excluía aspectos emocionais e se desdobrava, muitas vezes, numa exclusão da própria mulher do debate, estereotipada como naturalmente “emotiva”.

Todavia, embora muitos autores percebam uma oposição entre o domínio “racional” e instrumental da vida econômica no sistema capitalista e da vida emocional amorosa, como caracteristicamente privada e subjetiva, no que o primeiro tenderia a mitigar e dominar o segundo, Eva Illouz (2007) sugere que estes dois lados teriam se integrado harmoniosamente nas sociedades contemporâneas, no que os aspectos emocionais ganham espaço e importância na vida do trabalho e nas transações comerciais, enquanto que a seletividade e o cálculo racional visando à máxima satisfação tomariam lugar no estabelecimento de relações amorosas, inclusive no processo de escolha dos parceiros e “investimento emocional” nas relações.

Apesar deste entrelaçamento de características “emocionais” e “racionais” tanto na vida íntima quanto profissional observado por Illouz, no aspecto simbólico, as construções do amor no cinema, aliadas à diferenciação de gêneros cinematográficos, reforçam o estereótipo de inclinação natural de mulheres à afetividade e emotividade. Há que se considerar também a ênfase observada na relação do amor com a identidade pessoal – especialmente feminina – enquanto confirmação de uma “identidade de sucesso”, estreitando a ligação culturalmente inculcada entre amor, identidade e “feminilidade”. Não raramente, discursos de idealização amorosa passam por questões como: “encontrar alguém que goste de mim do jeito que sou”, de forma que está implícita na significação amorosa um encontro de si; saber quem se é. Nisso, Chaumier observa algo do imaginário romântico do século XVIII, mas que, em alguma medida, persiste nos dias atuais:

*A mística do príncipe encantado virá se inscrever em continuidade, levando as mulheres a crerem que o sentido de sua existência é algo escondido. Em uma existência vazia, o amor virá preencher essa falta. A mulher espera do homem uma confirmação de sua identidade, um reconhecimento, uma afirmação. [...] O jogo amoroso é a idealização da fantasia do reconhecimento: ‘o outro me dará minha identidade... ele faz de mim alguém’ (Chaumier, 1999, p. 170).*

Autores como Shields (2002) e Bozon (2004) já apontaram formas diferenciadas percebidas na socialização de homens e mulheres em relação à sexualidade e à afetividade, havendo, no caso feminino, a ênfase em posturas e valores associados ao domínio das emoções. Shields faz uma análise aprofundada não apenas das formas diferentes com que homens e mulheres são socializados especificamente em relação às emoções, como também de como as expressões de emoções por homens e por mulheres tendem a ser interpretadas e valorizadas de formas diferentes. Conforme a autora:

*[...] ideias sobre emoções estabelecem fronteiras de gênero: crenças sobre emoções são usadas para ‘distinguir’ os rapazes das garotas. Quais são as implicações práticas, pessoais e sociais dessa proposição? À medida que crenças emocionais criam e mantêm fronteiras de gênero, elas estão, no sentido mais profundo, implicadas na criação de nossas identidades como mulheres e homens (Shields, 2002, p. 14).*

Em relação ao amor e à feminilidade, há a questão já mencionada da suposta conexão direta não apenas com uma identidade bem-sucedida, mas com a expressão da própria “natureza feminina” que, nos estereótipos, é caracterizada pela inclinação à afetividade e ao cuidado emocional. Isso é tonificado pela questão da maternidade, configurando, para muitas, a expressão máxima do amor que supera a forma romântica na condição efetiva de gerar vida, aparecendo sob o signo altruísta de entrega incondicional a outro ser humano. Contudo, trata-se de construções históricas, o que significa que implicam mudanças, para além de qualquer suposto condicionamento “natural” ou “biológico” em virtude do sexo.

Deste modo, ideais de relacionamentos afetivos são transformados, em profunda relação com as percepções difundidas sobre sexualidade e os papéis “naturalmente destinados” a homens e mulheres, tanto em sociedade quanto em relacionamentos. A esse respeito, Cancian e Gordon realizaram um estudo sobre conselhos matrimoniais em revistas femininas desde o início do século XX até meados dos anos 1960/70, nos quais apontam mudanças entre posturas incentivadas conforme a época:

*O ideal dos anos 1950 enfatizava papéis tradicionais de gênero – mulheres eram aconselhadas a serem atenciosas, evitar conflito e lutar pela unidade e companheirismo. Em contraste, o ideal que emergiu em*

*meados dos anos 1960 destacou o desenvolvimento de seu eu real e a construção de um relacionamento espontâneo e cheio de vida* (Cancian & Gordon, 1988, p. 318).

Entende-se que não apenas as percepções da vida sexual e afetiva vêm sendo transformadas, mas também as noções de identidade atreladas a elas e, conseqüentemente, o reconhecimento de estereótipos de gênero com potencial de serem internalizados pelos agentes como caracteres “naturais”.

### **Considerações finais**

Buscou-se neste artigo, mais do que esgotar o debate sobre um tema ainda sociologicamente pouco explorado – quiçá, reconhecido – elucidar seus potenciais investigativos na sociologia, em diálogo com outros debates já estabelecidos. Reivindica-se aqui a importância de estudos não somente em sociologia das emoções mas, quando se tratando mais especificamente de relacionamentos amorosos e afetivos, de como determinadas formas de vínculos sociais – embora tratados como exclusivamente pessoais – são estabelecidos em conformidade com outras variáveis sociologicamente relevantes, ainda que não necessariamente condicionadas por elas. Há que se considerar que, cada vez mais, nas sociedades capitalistas contemporâneas, independentemente da posição de classe, o sentimento amoroso é utilizado como elemento fundamental e decisivo para o estabelecimento dos mais diversos modos de vínculos e redes sociais – do matrimônio em suas formas tradicionais a relacionamentos livres, poliamorosos, com orientações sexuais diversas. À medida que os entendimentos socialmente partilhados e reconhecidos consistem em entendimentos mais ou menos aceitos de quem pode se relacionar com quem e como pode e “deve” se relacionar com quem, as questões sobre o sentimento amoroso trespassam a esfera pretensamente individual e subjetiva.

E, ao se propor o desafio de superar os dogmatismos sentimentalistas e romper com o reinado romântico da subjetividade amorosa, encontram-se uma série de condicionantes sociais para a vivência amorosa que não consistem em estruturas “determinantes” e “opressoras”, mas em construções históricas complexas que, via processos socializadores, ensinam noções de “certo” e “errado”, “desejável” e “repulsivo” mesmo para a vida íntima. E neste aspecto, algumas restrições são particularmente mais reiteradas para o gênero feminino, potencialmente, com efeitos muito mais profundos sobre a constituição de suas identidades e ideais de sucesso, disfarçando, no que se apresenta como um anseio íntimo de um encontro amoroso, uma condição social e historicamente constituída que confere à mulher um sentido de realização pessoal mais dependente da experiência amorosa do que seria instigado no caso masculino.

A tese de doutorado na qual este trabalho se baseia não foi construída numa perspectiva de estudos de gênero, sendo que boa parte das “sutilezas” da questão de gênero para o tema vieram a ser percebidas e compreendidas apenas posteriormente pelo autor, ainda que este já identificasse e apontasse alguns de seus aspectos no texto final da pesquisa. A questão de gênero, uma vez em curso de aprofundamento pelo autor, tem apenas revelado e reforçado, de diferentes modos, o quanto é necessário que a sociologia se debruce mais cuidadosamente sobre questões relacionadas às emoções em seu aspecto mais cultural e social, no sentido de compreender o comportamento social dos indivíduos, como estes estabelecem laços, coalizões e conflitos e organizam suas rotinas e vida cotidiana para além de suas relações com os meios de produção, com as instituições e com a economia.

Há uma larga lacuna no campo das emoções a ser explorada pela sociologia e esta lacuna, assim como outros objetos relevantes à sociologia, lida necessariamente com complexas interpenetrações entre diferentes campos de relações de poder e elementos de estratificação social tais como classe, raça e, como destacado neste artigo, gênero. Isto posto, este artigo, mais do que propor soluções a problemas ainda pouco explorados na sociologia, visa justamente a provocar mais questionamentos sobre zonas pretensamente “confortáveis” da intimidade e da individualidade. E entende-se que tal problematização não é possível sem uma revisão primária sobre estereótipos de gênero que, não coincidentemente, assim como minimizam a importância das

emoções na pesquisa científica, minimizam a própria feminilidade – dentro e fora da academia – em grande parte, ao associá-la, de forma naturalizada, às emoções e, mais especificamente, àquelas relacionadas ao amor enquanto elementos legitimadores de constituição de laços sociais pretensamente duradouros.

## Referências

- Beleli, Iara, (2010), “Gênero”. In: Miskolci, Richard. (org.) *Marcas da Diferença no Ensino Escolar*. São Carlos: EDUFSCar.
- Butler, Judith. (2013), *Problemas de Gênero*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Cancian, Francesca. (1986), The feminization of love. *Signs*, n. 4, v. 11, p.692-709.
- Cancian, Francesca M. & GORDON, Steven L. (1988), Changing Emotion Norms in Marriage. *Gender & Society*, v.2, n. 3, pp. 308-342, set.
- Goffman, Erving. (1987), *Gender Advertisement*. New York: Harper & Row.
- IPEA – SIPS – *Sistema de Indicadores de Percepção Social. Tolerância social à violência contra as mulheres*. Brasília, Abr., 2014. Disponível em: [http://www.compromissoeatitude.org.br/wp-content/uploads/2014/04/IPEA\\_sips\\_violenciamulheres04042014.pdf](http://www.compromissoeatitude.org.br/wp-content/uploads/2014/04/IPEA_sips_violenciamulheres04042014.pdf) Acesso em 29 mar. 2015.
- Hoschild, Arlie. (2003), *The Managed Heart*, Los Angeles: University of California.
- Illouz, Eva. (2007). *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Lahire, Bernard. (2006). *A cultura dos indivíduos*. São Paulo: Artmed.
- Lauretis, Teresa. (1994), “Tecnologia do Gênero” In: Hollanda, Heloísa Buarque (org.). *Tendências e Impasses: o feminismo como crítica da cultura*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Louro, Guacira L. (1997), *Gênero, sexualidade e educação. Uma perspectiva pós – estruturalista*. Petrópolis: Vozes.
- Menezes, Paulo. (2004), “O cinema documental como representificação”. In Novaes, Sylvia Caiuby (org). *Escrituras da Imagem*. São Paulo: Edusp.
- Morin, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- Passerini, Luisa. (1991), “Mulheres, Consumo e Cultura de Massas”. In: Perrot, Michele e Duby, Georges. *História das mulheres no Ocidente* v. 04. Porto, Portugal: Afrontamento.
- Rossi, Túlio. (2015), *Uma sociologia do amor romântico no cinema: Hollywood, 1990-2000*. São Paulo: Alameda.
- Shields, Stephanie A. (2002), *Speaking from the heart: Gender and the Social Meaning of Emotion*.Cambridge: UniversityPress.
- Simmel, Georg. *Questões Fundamentais de Sociologia*, Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- Sorlin, Pierre. (1982), *Sociologie du cinéma*. Paris: Aubier Montaigne.
- Swain, Tania Navarro. Feminismo e recortes do tempo presente. *São Paulo em Perspectiva*. v. 15. n. 3, 2001, p.67-81.
- Thoits, Peggy. (1991), “Emotional Deviance” In Kemper, T. D. (org) *Research Agendas in the Sociology of Emotions*. Albany: State University of New York Press.
- Weber, Max. (2008), Sobre a “objetividade” do conhecimento nas ciências sociais, in *Ensaio sobre a teoria das ciências sociais*. São Paulo: Centauro.

---

<sup>1</sup> *Genderized*; de gênero.

<sup>2</sup> Com o intuito de evitar confusões entre as versões e títulos dos referidos filmes em Portugal e no Brasil, o autor avaliou como mais seguro e adequado referir-se aos mesmos apenas em seu nome original.

<sup>3</sup> Com exceção de *Closer*, todos os filmes analisados tratavam diretamente de referências ao cinema hollywoodiano, fosse como “terra dos sonhos” (*Pretty Woman*, 1990) ou faziam citações diretas a outros filmes ou construções recorrentes do cinema tratando de relações amorosas.

<sup>4</sup> No português brasileiro, a tradução mais próxima seria “filmes de mulherzinha”.