

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Bruno Thebaldi de Souza

**MÍDIA E EXTERIORIZAÇÃO DO SELF:
Exposição de Intimidade e Culto ao Corpo**

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Comunicação.

Orientadora: Profa. Vera Lúcia Follain de Figueiredo

Rio de Janeiro
Junho de 2018



BRUNO THEBALDI DE SOUZA

“Mídia e Exteriorização do Self: Exposição de Intimidade e Culto ao Corpo”

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Comunicação.

Profa. Vera Lucia Follain de Figueiredo

Orientadora

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Profa. Tatiana Oliveira Siciliano

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Profa. Maria Isabel Mendes de Almeida

PUC-Rio

Profa. Ana Lúcia Silva Enne

UFF

Profa. Gisela Grangeiro da Silva Castro

ESPM

Prof. Augusto César Pinheiro da Silva
Vice-Decano de Pós-Graduação do CCS
Rio de Janeiro, 11 de Junho de 2018.

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e da orientadora.

Bruno Thebaldi de Souza

Graduou-se em Estudos de Mídia pela Universidade Federal Fluminense em 2010. Possui mestrado em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). Autor do livro “A Era dos Multimédios. As turbofobias e a construção dos imaginários sociais de medo pela mídia” (2016). Pesquisa principalmente temas relacionados com subjetividade, sociabilidade, intimidade, corpo, consumo, desigualdade e democratização da mídia.

Ficha Catalográfica

Souza, Bruno Thebaldi de

Mídia e exteriorização do self : exposição de intimidade e culto ao corpo / Bruno Thebaldi de Souza ; orientadora: Vera Follain de Figueiredo. – 2018.

214 f. : il. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2018.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Mídia. 3. Imprensa. 4. Brasil. 5. Exteriorização. 6. Subjetividade. I. Figueiredo, Vera Lúcia Follain de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Agradecimentos

Para minha orientadora, a professora Dr^a Vera Lúcia Follain de Figueiredo (PUC-Rio), por toda a ajuda, empenho, dedicação e paciência durante o processo de condução da feitura desta tese. Foi um prazer dividir esse trabalho com essa pessoa admirável;

Para a professora Dr^a Ana Enne (UFF), por sempre estar presente e ter sido minha orientadora da graduação à conclusão do mestrado - faz-se jus dizer que foi por sua força que decidi trilhar o caminho da pós – e por ter aceitado o convite para integrar a banca de defesa do doutorado;

Para a professora Dr^a Maria Isabel Mendes de Almeida (PUC-Rio), por gentilmente ter aceitado compor minhas bancas de qualificação e defesa de doutorado, brindando-me com preciosas sugestões desde a ocasião em que cursei uma de suas disciplinas no PPGCIS;

Para a professora Dr^a Tatiana Siciliano (PUC-Rio), por igualmente ter aceitado meus convites para as bancas de qualificação, também me presenteando com grandes dicas, e, agora, a de defesa;

Para a professora Dr^a. Gisela Castro (ESPM-SP), por tão solícitamente ter aceitado compor a banca de defesa, dispondo-se a viajar de São Paulo para o Rio de Janeiro, ainda que com a agenda apertada;

Para o professor Dr. Dênis de Moraes (UFF), que tão solícitamente aceitou escrever-me uma carta de recomendação ainda durante a seleção do doutorado, em 2013;

Para a professora Paula Sibilía (UFF), por toda a ajuda ao longo de minha trajetória acadêmica, e pelas ternas e fraternais palavras de apoio e incentivo ao término deste doutorado;

Para o PPGCOM da PUC-Rio, em especial seu corpo docente, que confiou em meu projeto e me deu a oportunidade de fazer o doutorado na instituição;

Para os meus colegas de trabalho, que me prestaram bastante apoio durante o período em que fiz o doutorado e pela paciente e indispensável ajuda que me prestaram com as regras de formatação do texto;

Para a minha família, a base de tudo.

Resumo

Souza, Bruno Thebaldi de; Figueiredo, Vera Lúcia Follain de. **Mídia e exteriorização do self: exposição de intimidade e culto ao corpo**. Rio de Janeiro, 2018. 214p. Tese de Doutorado – Departamento de comunicação social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Entende-se, aqui, o complexo processo de formatação das subjetividades contemporâneas a partir de dois fenômenos principais, os quais são observados não de forma isolada, mas em concomitância, isto é, ocorrendo ao mesmo tempo, sem que se anulem. Ao contrário, os dois se somam. São eles: a exibição de particularidades da vida dita privada nos meios de comunicação, em especial nas redes sociais da *Web* em sua fase 2.0, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *YouTube*, a qual podemos aludir como “exposição de intimidade”, e a crescente e desenfreada preocupação com a obtenção do chamado “corpo perfeito”, em geral associado, nas narrativas midiáticas, ao porte torneado ou musculoso, fomentando o movimento conhecido como “culto ao corpo”. Na tentativa de encontrar proximidades, afastamentos e ambiguidades entre o atual modelo de subjetividade predominante, que começou a emergir a partir de meados do século XX, e o anterior, em voga, sobretudo, entre os séculos XIX e primeira metade do XX, esta tese de doutorado coteja dois momentos históricos distintos. Para tanto, a opção foi analisar o discurso de periódicos nacionais, de grandes e pequenas cidades, situado nesses dois recortes temporais. Dessa investigação, a conclusão foi a de que, ao contrário do que alega a maioria dos estudos sobre o tema, a força da exteriorização, tão marcante aos dias atuais, também já estava presente e se fazia sentir no modelo subjetivo de antes, ainda que atuasse de modo diferente: se hoje o predomínio é o da “exteriorização ativa”, quando o próprio indivíduo expõe a si mesmo, anteriormente o mais observado era o que batizamos de “exteriorização passiva”, quando o indivíduo é exteriorizado por terceiros, às vezes sem o seu consentimento ou sapiência. Igualmente os objetivos almejados com a exteriorização cambiaram de um momento a outro: no século XIX e primeira metade do XX, buscava-se, notadamente, constranger e/ou envergonhar o outro, especialmente pela difusão de comportamentos considerados “desviantes” ou

“inapropriados” à moral da época; agora, por sua vez, procura-se, sobre todas as coisas, a captura do “olhar do outro”, “ser visto”, o que ascende o sentimento de prestígio social.

Palavras-chave

Comunicação; mídia; imprensa; Brasil; exteriorização; subjetividade; exposição de intimidade; culto ao corpo; entretenimento; redes sociais.

Abstract

Souza, Bruno Thebaldi de; Figueiredo, Vera Lúcia Follain de (Advisor). **Media and self externalization: intimacy exhibition and Cult of body in formation of contemporary subjectives.** Rio de Janeiro, 2018. 214 p. Tese de Doutorado – Departamento de comunicação social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

It is understood, here, the complex process of formatting of the contemporary subjectivities from two main movements, observed not in isolation manner, but in concomitance, that is, both occurring at the same time, without being annulled. On the contrary, add up each other. They are: the exhibition of particularities of private life in the media, especially in the social networks from the *Web 2.0*, such as *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* and *YouTube*, which is alluded as “exhibition of intimacy”, and the growing and unbridled preoccupation with obtaining the so-called “perfect body”, usually associated, in the mediatic narratives, with the turned or muscular body, fomenting the movement known as “cult of the body”. In an attempt to find closeness, distanceness and ambiguities between the current predominant model of subjectivity, which began to emerge from the mid-twentieth century, and the past, in vogue, especially between the nineteenth and first half of the twentieth century, this PhD thesis matches two different historical moments. For that, the option was to analyze the discourse of Brazilian periodicals, of large and small cities, located in these two temporal cuts. From this investigation, the conclusion was that, contrary to most of the studies defend, the force of externalization, so striking to present days, was already present and felt in the previous subjective model, even though acting differently: if today the predominance is that of “active exteriorization”, when the individual exposes himself, before the most often observed was what we call “passive exteriorization”, when the individual is externalized by others, sometimes without your consent or wisdom. Likewise, the goals of exteriorization have changed from the first moment to the next: in the nineteenth and first half of the twentieth, the aim was to embarrass the other, especially through the diffusion of behaviors considered “deviant” or “inappropriate” to the moral of the age; now, in turn, it

searches for, above all, capture the “look of the other”, “to be seen”, which ascends the sense of social prestige.

Keywords

Communication; media; press; Brazil; exteriorization; subjectivity; exhibit of intimacy; cult of the body; entertainment; social networks.

Sumário

1. Introdução	12
2. Externalizo-me, logo existo	38
2.1 A exteriorização no processo de formatação das subjetividades	39
3. A supremacia do entretenimento	64
4. Mídia e narrativas privadas nos séculos XIX, XX e XXI	89
4.1 Narrativas privadas e a busca pelo “eu” interior	89
4.2 Confissões nada secretas	108
4.3 A intimidade como entretenimento	120
5. Das mudanças nos ideais de beleza ao culto ao corpo	140
5.1 O corpo, “espelho do eu”	140
5.2 Formação do culto ao corpo	159
5.3 Um corpo sem limites?	175
6. Conclusão	191
7. Referências bibliográficas	197

Lista de figuras

Figura 1 - Elegantíssima na sua 'toilette' de rendas brancas, admiravelmente 'chapeauté', passa Mme. Van Erven, acompanhada de uma galante amiguinha	23
Figura 2 - Depois de terem examinado a 'vitrine' do Bazin, encaminham-se para a estação do Jardim Botânico, Mme. Lima Castro e a sua interessante filha D. Bébé Lima Castro, eximia amadora, cujas canções têm feito delirante sucesso nos salões 'smarts' da nossa Capital	24
Figura 3 - De passagem pela Avenida Central, Mme. Rasteiro e sua gentilíssima filha, Mlle. Sarita, cuja belíssima voz e apurada escola de canto, tem feito as delícias dos nossos 'dilettanti' e o encanto dos frequentadores da igreja de São João Baptista	24
Figura 4 - Bem sabemos que o venerando Senador Feliciano Penna, cujo excellento instantaneo damos aqui, detesta a indiscreção bisbilhoteira das Kodacks. [...]	120
Figura 5 - O Eminente Dr. Joaquim Murtinho, senador por Matto Grosso em pose de quem vae ser... fotografado	122
Figura 6 - O Dr. Barbosa Lima, no cães Pharoux, em companhia do Dr. Alfredo Pinto. Senador Lauro Sodré e Lindolpho Azevedo, nosso collega do 'Paiz'. Tambem lá está a velha Genoveva, que foi ama de leite de S. Ex. e que foi levar as suas saudosas despedidas, as mais sinceras, talvez, de quantas recebeu S. Ex. naquelle momento	123
Figura 7 - Embarque do Sr. Dr. Francisco de Paula Rodrigues Alves para a Europa com sua Exmas	123
Figura 8 - A magistratura e a politica representadas pelo Dr. Eptacio Pessoa e General Pires Perreira	124
Figura 9 - O aperitivo dos intellectuaes – Machado de Assis, José Verissimo, Euclides Cunha e Walfrido Ribeiro, na 'terrasse' do Castellões	124

Introdução

Para que qualquer sociedade possa funcionar bem, seus membros devem adquirir o tipo de caráter que faz com que eles queiram agir da forma como têm de agir, enquanto membros da sociedade ou de uma classe específica em seu seio. Eles têm de desejar o que objetivamente é necessário que façam. A *força externa* é substituída pela *pulsão interna* e pelo tipo particular de energia humana que é canalizada para os traços de caráter. (Fromm apud Riesman, 1995, p. 69)

Quando cotejamos diferentes formas de sociabilidade, vislumbramos que cada uma estabelece um “tipo ideal” de sujeito *necessário* tanto para o funcionamento de suas práticas e rotinas quanto para sua reprodução. Trata-se de um “modelo subjetivo” com o qual a organização social busca atender suas demandas, interesses e atividades, garantindo, assim, sua persistência e continuidade. O alcance desse “padrão”, contudo, não é obtido de modo “natural” ou “espontâneo”, mas através de um “processo de formatação de subjetividades”, empreendido pelo *todo coletivo* e materializado, por exemplo, no esforço grupal em transmitir, entre as gerações, certos valores que consideram fundamentais à preservação do meio em que vivem, através dos rituais simbólicos.

Se por um lado a existência de juízos norteadores comuns, partilhados entre os membros de uma coletividade, proporciona algum grau de *coesão social*, condição essencial ao afastamento do quadro de “anomia”, de ausência de normas, por outro, uma vez *externos*, ou seja, *não orgânicos*, os mesmos têm que ser, em maior ou menor medida, um tanto quanto *impostos*. Porém, conforme aponta Erich Fromm na epígrafe desta *Introdução*, mais eficiente do que a simples determinação forçada de conceitos é fazer com que os sujeitos *desejem* ou *queiram ser* aquilo que a sociedade espera que eles sejam. O caminho, então, seguindo a pista deixada pelo autor, seria canalizar as estratégias de modelagem dos indivíduos da *coerção externa* à *pulsão interna*; ou, em outros termos, fazê-los adquirirem o tipo de formação que *têm que adquirir* incitando-os a “absorverem” ou a “introjetarem” aquilo que lhes é demandado.

Vários pensadores, como David Riesman (1995), Richard Sennett (1995) e Benilton Bezerra Jr. (2002), dedicaram-se a assinalar aqueles que seriam os “tipos

subjetivos ideais” dos períodos pré-moderno¹ e moderno, sobretudo a fase compreendida pelo século XIX e a primeira metade do XX. O mesmo pode ser dito em relação à subjetividade deste princípio de século, com os estudos de Paula Sibilía (2008), Francisco Ortega (2008), Suely Rolnik (1997), dentre outros, embora, em geral, as pesquisas ainda se encontrem difusas, apesar de conterem traços em comum, talvez por serem feitas sob o calor e o despontar dos acontecimentos.

Isso posto, para a feitura desta tese nossa tarefa básica recai em identificar quatro pontos fundamentais: (a) aquele que seria o tipo de *self* mais destacado na atualidade – entendendo-o como *predominante*, não *único* ou *exclusivo*; (b) em que momento histórico e sob que panorama sociocultural o mesmo começou a se destacar; (c) que modelo subjetivo este veio a sobrepujar; e (d) quais as possíveis relações entre esses modelos e os discursos, narrativas e/ou demais produtos provenientes dos meios de comunicação.

Antes, porém, de completarmos a exposição do restante de nossa argumentação, bem como procedermos com nossa questão e hipóteses, recorreremos a três ilustrações contemporâneas absolutamente aleatórias, as quais dialogam com as ponderações previamente tecidas, auxiliando-nos com indícios e subsídios sobre a discussão “subjetivação e sociabilização”, servindo-nos, outrossim, de “lâmpada para os nossos pés” ou “luz para o nosso caminho”.

Primeiro exemplo: uma vida para muitos “de sonhos”, com relativo conforto, aulas em colégios particulares e ausência de necessidades financeiras. Foi exatamente o que Raquel Pacheco decidiu deixar para trás, no final da adolescência, em busca de “aventuras emocionantes”. Nas ruas, caiu no mundo das drogas e da prostituição, o que lhe abriu as portas para a fama e a celebridade midiática. Na verdade, o sucesso se lhe despontou quando Raquel, sob o pseudônimo (ou nome artístico?) de Bruna Surfistinha, principiou a postar relatos em um *blog* (página da internet em que, dentre outras possibilidades, os internautas publicam escritas com dilemas ou questões subjetivas), no qual discorria a respeito de suas dificuldades e experiências sexuais, com direito à atribuição de cotações às “performances” de seus clientes.

¹ Para fins de esclarecimento, adotamos como marco de transição à Modernidade a Revolução Francesa de 1789. Épocas anteriores a essa data serão tratadas aqui como “Pré-modernas”.

Com o triunfo na *web* - seu “diário íntimo nada secreto” bateu média de 15 mil acessos por dia -, Raquel (ou Bruna) lançou o livro *O doce veneno do escorpião: o diário de uma garota de programa* (2005), cuja temática é aparentemente simples: apresentar “detalhes reveladores da menina de classe média alta que trocou os finais de semana com a família no Guarujá para se prostituir aos 17 anos”². Contudo, uma vez que várias das peripécias de Bruna já tinham sido anteriormente expostas na *web*, sua autobiografia vinha com um material inédito: “um diário secretíssimo de Bruna Surfistinha, com as histórias mais ousadas que ela não teve coragem de publicar no blog”. O resumo esclarecia ainda que “O diário, com 36 páginas negras, vem lacrado”. Estratégia para estorvar a leitura dessas “folhas secretas”? *Tudo*, menos isso, soando mais como incentivo à bisbilhotice do público leitor, ao alavancamento do tom intimista da obra e, porque não, um empurrão às vendas.

Por fim, porém não menos importante, o texto encerrava alertando que “Bruna também dá pequenas lições para uma mulher de como conquistar o homem - e jamais perdê-lo para uma garota de programa”. Tal passagem, com pitadas de provocação explícita, alude aos meandros de seu matrimônio com João Paulo Correa de Moraes, um de seus ex-clientes, que largou sua então esposa para viver com Bruna (ou Raquel), despejando mais frenesi ao clamor midiático já atraído pelo episódio em si. E deu certo: os exemplares comercializados ultrapassaram a casa dos 250 mil, tornando-o um *best-seller*, o que provavelmente serviu de ensejo para a negociação de seus direitos em mais de 30 países.

Sentindo que poderia “tirar uma casquinha” do fenômeno proporcionado pelas *scenas* do filme da vida real de Bruna Surfistinha – seu “filme-vida”, para aplicarmos o conceito proposto pelo teórico estadunidense Neal Gabler (1999) –, logo no ano seguinte outra editora resolveu publicar o “livro desabafo” de Samantha Moraes, a “mulher traída”, com sua versão da estória. O título em si já é bastante elucidativo, para não dizer chamativo: *Depois do escorpião* (2006). Remetendo diretamente à autobiografia de Bruna, mas dando a impressão de ser a continuidade *necessária e indispensável* à trama – e que, por conseguinte, *you should know* -, diz a sinopse:

² SURFISTINHA, B. **O doce veneno do escorpião**: o diário de uma garota de programa. São Paulo: Panda Books, 2005. Quarta capa.

Perder o marido para outra mulher é algo muito sofrido. Imagine então se essa outra mulher fosse a ex-garota de programa mais conhecida do Brasil. Após seis anos de casamento, foi exatamente isso que aconteceu com Samantha Moraes. Seu marido saiu de casa para viver com Bruna Surfistinha e deixou para trás uma esposa arrasada e duas filhas pequenas. No livro *Depois do Escorpião: Uma História de Amor, Sexo e Traição*, Samantha Moraes conta sua história desde o início, quando conheceu seu ex-marido aos sete anos de idade. Fala sobre como descobriu a traição através de um fio louro de cabelo e como está hoje, quando deu a volta por cima e conseguiu se recuperar da separação. Seu livro é uma verdadeira lição de vida para inspirar outras mulheres que temem passar ou passaram pela mesma situação. E, é também um desabafo bem-humorado de uma mulher batalhadora, bonita e inteligente.³

E que ótimo que esse renascimento, volta por cima ou – melhor - *lição de vida* tenha vindo acompanhado dos holofotes da mídia!

Em dezembro de 2005, pouco antes da publicação de *Depois do Escorpião*, Samantha fora convidada para participar do programa *Superpop*, da *Rede Tv!*, rompendo o recorde de audiência da atração e impulsionando ainda mais o livro: só no mês de lançamento, foram cinco mil cópias vendidas. Em tempo: trilhando o caminho já desbravado por outras celebridades, como o palhaço Tiririca, o ex-jogador de futebol Romário, o cantor Sérgio Reis, o campeão de uma das edições do *Big Brother* Jean Wyllys, dentre outros⁴, Samantha concorreu ao cargo de Deputada Estadual, por São Paulo, nas eleições de 2014. Dessa vez, entretanto, sem resultado, amargando desastrosos 1361 votos, o que a posicionou no 557º lugar.

Teria o “caso” esfriado?

Ao menos não para Raquel, que, explorando todas as vertentes possíveis e imaginadas de sua privacidade (ou daquilo outrora assim considerado), teve sua popularidade mundial evidenciada ao ser tema de uma extensa reportagem do *New York Times*⁵. Nesse ínterim, ainda publicou dois livros - *O que aprendi com Bruna Surfistinha: lições de uma vida nada fácil* (2006) e *Na cama com Bruna Surfistinha* (2007), em que “revela os segredos para homens e mulheres serem

³ MORAES, S. **Depois do escorpião**: uma história de amor, sexo e traição. São Paulo: Seoman, 2006. Quarta capa.

⁴ Ressalva-se que nessas ilustrações desconsideramos a qualidade do trabalho político empreendido pelos mesmos (enquanto na lista aparecem nomes de vocação “questionável”, há quem tenha sido reconhecido internacionalmente por sua atuação pública), servindo meramente de exemplificações de uma tendência. A saber, a entrada na vida política de personalidades que se tornaram famosas através dos espaços da mídia.

⁵ ROHTER, L. She who controls her body can upset her countrymen. **The New York Times**, Nova Iorque, 27 abr. 2006. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2006/04/27/world/americas/27letter.html?_r=1&>. Acesso em: 25 jun. 2018.

mais felizes na cama”⁶ -, participou do *reality show A Fazenda* (2011)⁷, ficando em terceiro lugar, e viu o filme de sua vida, lançado em 2011, arrastar multidões às telonas.

Segundo exemplo: os “jovens que hipnotizam milhões de adolescentes na internet” foram assunto de uma ampla reportagem da edição *on line* do jornal *O Globo*, em julho de 2015⁸, tendo como mote a abordagem de uma nova profissão, a qual vem despontando como excelente meio que, dependendo da consagração do sujeito, facilitaria o garimpo de outras tantas oportunidades na imensa mina que é a mídia. Trata-se do *youtuber*, termo designador do indivíduo que ganha a vida postando vídeos próprios principalmente no *YouTube*, mais popular portal de compartilhamento e armazenamento de audiovisuais do mundo.

Há bem pouco tempo atrás, no entanto, a expressão que usualmente designava quem tinha “uma câmera na mão, uma ideia na cabeça e o YouTube” era *vlogueiro* – os que publicam textos, como Bruna Surfistinha, são *blogueiros*. Não obstante, sintoma ou efeito da impaciência e da descartabilidade de um período testemunha de câmbios cada vez mais intensos e ligeiros, presentemente poucos ainda se arriscam a empregar um vocábulo que apesar de historicamente recente - sua origem remonta ao início dos anos 2000 - já carrega consigo o estigma do bolor.

Basicamente, os *youtubers* (ou pretendentes a) gravam vídeos *estrelados por si* em geral na casa onde vivem, trajando roupas corriqueiras, às vezes pijama – adicionando uma atmosfera “intimista” e “autêntica” à produção -, discorrendo sobre quaisquer assuntos (namoros, traições, brigas, medos, extraterrestres, filosofia, esportes, política, alimentação, mídia, a própria vida etc.) - com direito a passagens engraçadas, piadas, caras e bocas, um efeito especial ou outro e edição acelerada, sem os quais o espectador fatalmente se entediaria e, sem titubear, o trocaria por outro vídeo –, enviando-os à rede. Inicia-se, por fim, a parte mais árdua: rezar (e bastante) para ser muito assistido, curtido e comentado, o que, com

⁶ SURFISTINHA, B. **Na cama com Bruna Surfistinha**. São Paulo: Panda Books, 2007. Quarta capa.

⁷ Programa exibido pela TV Record.

⁸ FISCHBERG, J. Quem são os jovens que hipnotizam milhões de adolescentes na internet: novos ídolos teen são construídos com uma câmera na mão, uma ideia na cabeça e o YouTube. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 jul. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/quem-sao-os-jovens-que-hipnotizam-milhoes-de-adolescentes-na-internet-16726790>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

a enxurrada de conteúdos abundando os espaços da *world wide web* a todo instante não é nada fácil. Só no *YouTube* são 300 horas de vídeos enviados por minuto!

Mais que mero passatempo de “jovens desocupados”, ser um *youtuber* pode significar um negócio bastante lucrativo. Fora o precioso galardão que é o “cobiçado troféu de *ser visto*” (Sibilia, 2008, p. 111) - alguns já se converteram em celebridades, reconhecidos nas ruas, distribuem autógrafos, participam de campanhas publicitárias e eventos e são até mesmo fotografados por *paparazzi* como qualquer outro famoso. E ainda obtêm retorno financeiro. Para sua monetarização, no entanto, o canal, nome dado a um perfil pessoal no *YouTube*, tem que atender a duas exigências impostas pelo *site*: dispor de pelo menos mil inscritos e contar com 4 mil horas de *views* nos 12 meses precedentes. Batidos esses números, a cada mil visualizações o *YouTube* paga 1 dólar estadunidense ao proprietário do vídeo. Parece pouco, mas já não são raros os que ultrapassam a marca dos milhões de vistos em pouquíssimos dias (quando não horas).

No Brasil, um dos mais famosos *youtubers* é um jovem nascido em 1994, morador de São Paulo, que atende pela alcunha de Christian Figueiredo. Típico membro da geração “Y”, “Internet” ou “do Milênio”, o garoto soube absorver e canalizar bem o “espírito da época”, em consonância com aquilo que Fromm chama de formatação subjetiva pela “pulsão interna”: seus vídeos de pouco menos de dez minutos - o que não deixa de ser uma tremenda ousadia, já que os fluxos da vida exigem cada vez mais brevidade - somam mais de 732 milhões de visualizações, além de seu principal canal dispor de 9,1 milhões de inscritos⁹. Números consideráveis!

“Estava fazendo um curso técnico, pensava em tentar faculdade de Cinema. Só que aí o canal virou um sucesso e percebi que tinha que focar nisso”¹⁰, declarou Christian. Resultado de mudanças nas percepções entre prioridades de longo e curto prazo, o fato é que a fala de Christian, atualmente, não causa mais tanto estranhamento. Ainda mais se julgarmos que sua atitude é similar à tomada por bilionários como Bill Gates, guru dos sistemas operacionais *Windows*, e Mark Zuckerberg, mago do *Facebook*: ambos abandonaram os estudos para agarrarem “com unhas e dentes” uma oportunidade “fascinante” no

⁹ <<https://www.youtube.com/user/euficoloko>>

¹⁰ Cf. nota 8.

ramo da informática. Ao que tudo indica, pelo menos por enquanto Christian tampouco tem do que se queixar, já que arrematou dizendo que sua renda “vem das visualizações que o próprio YouTube paga e das ações comerciais”, lembrando que já firmou parcerias com uma marca de eletroeletrônicos e outra de refrigerantes, além de ter estrelado um quadro no dominical noturno mais nobre da TV Globo: a “revista eletrônica” *Fantástico*.

Até quando os *youtubers* ficarão em realce não se sabe nem se pode prever: *tudo* depende do surgimento de outra expressão ou ocupação entendida como interessante o bastante para sobrepujá-la. Sem embargo, essa talvez sequer seja motivo de preocupação àqueles que se declaram *youtubers* por ofício e/ou aspiração profissional. O importante é que *nesse momento* o futuro se lhes é pintado de modo bastante próspero: presente em 75 países, 61 idiomas, o *YouTube* conta com um bilhão de usuários, brindando os *youtubers* com uma audiência em potencial digna da transmissão de grandes eventos esportivos globais. E mais: o tempo de horas por mês gasto pelos internautas consumindo conteúdo no *site* vem crescendo na ordem de 50% ao ano¹¹.

Enquanto isso, Christian, modelo de “empreendedor de si” que, assim como Bruna, sabe tirar proveito das oportunidades do “garimpo midiático”, já publicou um livro com o mesmo nome de seu canal, numa típica jogada de marketing em que um produto empurra outro e todos juntos ajudam a consolidar ainda mais a *marca* Christian Figueiredo. Outra empreitada de êxito: superou os 100 mil exemplares vendidos, figurando entre os mais comercializados do país. Em tempo: seu segundo livro, *Eu fico loko 2: as histórias que tive medo de contar*¹² (2015), foi lançado na Bienal do Livro do Rio de Janeiro, com direito a muita bajulação pública e longas horas de seção de autógrafos.

Terceiro exemplo: se há uma rede social específica para o compartilhamento de audiovisuais, há uma equivalente *quase exclusiva* à postagem de fotografias.

¹¹ YOUTUBE. **Imprensa.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

¹² O próprio Christian explicou o porquê desse título: “Transcrevi o roteiro dos vídeos para fazer o primeiro livro. O segundo é uma espécie de ‘proibidão’, com histórias que preferi não contar antes”. CAMPOS, M. Fama digital, sucesso real: do YouTube ao papel: com milhões de seguidores na internet, Christian Figueiredo e Kéfera Buchmann lançam livros na feira literária e causam histeria por onde passam. **O Globo**, Rio de Janeiro, 7 set. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/livros/fama-digital-sucesso-real-do-youtube-ao-papel-17419965>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

“Quase exclusiva”, pois o *post* de vídeos só foi permitido cerca de três anos depois de seu início, datado de outubro de 2010. E mesmo assim, acompanhando a tendência efêmera de nosso tempo, são vídeos de no máximo 15 segundos. Estamos falando do *Instagram*, rede virtual que se descreve como “uma forma gratuita e simples de compartilhar sua vida e manter contato com as outras pessoas”. Um lugar onde você pode fazer, aplicar efeitos e publicar suas fotos, sem se esquecer da alternativa dos vídeos curtos, podendo, todavia, compartilhar suas postagens diretamente em seu perfil de outras redes, como o *Twitter* e o *Facebook*, estabelecendo um elo de convergência entre as mídias sociais.

Inicialmente acessado apenas na forma de aplicativo para celular, hoje seu prestígio e influência nas sociabilidades e subjetividades são mensurados em dígitos nada módicos: mais de 800 milhões de usuários mundo afora que publicam dezenas de milhões de fotos por dia¹³. Tamaña fartura o outorgou valor de mercado invejável: em abril de 2012, o *Instagram* foi adquirido por outra *social media*, o *Facebook*, pela “ninharia” de 1 bilhão de dólares. Cifras tão generosas demonstram-nos que realmente as mídias sociais não são meros afazeres para “adolescentes desocupados”, seja desenvolvendo-as, seja difundindo conteúdo, mas ambiente em que são realizados poderosos negócios, movimentando expressivos montantes tanto em termos de audiência quanto financeiros.

Tal qual com os *blogs* e o *YouTube*, alguns dos usuários do *Instagram* reluzem com ares de celebridade. Caso da estadunidense Jen Selter, “modelo fitness”, nascida em 1993, famosa pelas fotografias em que destaca principalmente o corpo, os chamados “belfies”. “I don’t really post a lot of face pictures. (...) I mainly do body selfies. Not that I care what people think, but they don’t care. They don’t want to see my face”¹⁴, disse em entrevista ao *New York Post*, jornal em que, a propósito, assinou uma seção sobre exercícios e bem-estar para os interessados em lerem textos (e não apenas verem fotos, sejam *selfies* ou *belfies*) de sua autoria. Dentre os artigos, sobressaem dicas de como *você* pode ter ou manter um corpo “bonito” e “desejado”, colocando-se em dia com os preceitos

¹³ INSTAGRAM. **About us**. Disponível em: <<https://instagram.com/about/us/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

¹⁴ “Eu não posto muitas fotos do meu rosto. Faço principalmente *selfies* do meu corpo. Não que eu me importe com o que as pessoas pensam, mas elas não se importam. Elas não querem ver meu rosto” [tradução livre]. SCHUSTER, D. Instagram star has an anviabile rear – and 1.3M followers. **New York Post**, Nova Iorque, 2 jan. 2014. Disponível em: <<http://nypost.com/2014/01/02/instagram-star-jen-selter/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

da “moral da boa forma”, bastando, para isso, seguir com os passos ou mandamentos enumerados em publicações como “5 easy outdoor moves to keep your beach body”¹⁵ e “11 ways to look cute while working out”¹⁶.

As fotografias de seu perfil no *Instagram*, que contabiliza mais de 11,6 milhões de seguidores¹⁷, bem como as fotos dos outros membros, são acompanhadas de legendas com o mínimo de palavras possível, numa lógica que beira a de outra rede social, o *Twitter*, *microblog* conhecido por permitir postagens de até 280 caracteres. Assim, o *Instagram* se caracteriza não pela textualidade, e sim pela variada imagética – no que concerne a *persona* de Selter, mais especificamente pela apresentação de variados ângulos de seu malhado corpo.

Logo, a partir de diferentes suportes, formatos e finalidades, vemos uma disposição tanto convergente quanto segmentária das *social media*. Pois, embora algumas privilegiem o compartilhamento de textos, vídeos, áudios e imagens, em geral permitem a automática replicação da postagem para outra(s) rede(s), havendo igualmente as que admitem trabalhar com todos os suportes, formatos e finalidades simultaneamente, qual o *Facebook*.

Todavia, o que essas três ilustrações têm a nos dizer sobre o processo coevo de formatação das subjetividades e das sociabilidades?

Centremo-nos, inicialmente, no que podemos extrair de elementos *em comum* dentre os exemplos precedentes.

Primeiro: Bruna Surfistinha (ou Raquel Pacheco), Christian Figueiredo e Jen Selter se tornaram conhecidos não por terem surgido de alguma das “mídias tradicionais”, como a televisão e o cinema, meios imediatistas e espontâneos que até então mais se destacavam na “arte” da fabricação quase diária de astros e estrelas, mas pelo uso das ferramentas digitais disponibilizadas pela *Web 2.0*, etapa da internet marcada por proporcionar interatividade entre os usuários e o meio, possibilitando àqueles serem não apenas *consumidores*, mas também

¹⁵ “5 exercícios ao ar livre fáceis para manter seu corpo de praia” [tradução livre]. SELTER, J. 5 easy outdoor moves to keep your beach body. **New York Post**. Nova Iorque, 16 jul. 2014. Disponível em: <<http://nypost.com/2014/07/16/take-your-workout-to-the-park-with-these-5-outdoor-moves/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

¹⁶ “11 maneiras para parecer bonita enquanto malha” [tradução livre]. SELTER, J. 11 ways to look cute while working out. **New York Post**, Nova Iorque, 20 ago. 2014. Disponível em: <<http://nypost.com/2014/08/20/11-ways-to-look-cute-while-working-out/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

¹⁷ <<https://www.instagram.com/jenselter/?hl=pt-br>>

produtores de conteúdo difundido e visualizado por outros internautas (textual, sonoro, imagético etc.). E é justamente nas *social media* que mais calculamos tais possibilidades, dentre elas a *blogosfera*, o *YouTube* e o *Instagram*, além de outras tantas estruturas em que os sujeitos mantêm relacionamentos uns com os outros especialmente através da troca de dados e informações entre perfis. Só o *Facebook*, a rede social com o maior número de inscritos no momento, possui 1,39 bilhão de membros ativos - isso significa que, em média, aproximadamente *um* em cada *cinco* seres humanos tem uma conta no *site*.

Segundo: no caso de Bruna Surfistinha, Christian Figueiredo e Jen Selter, trata-se de sujeitos considerados absolutamente ordinários, isto é, comuns. Ou melhor, que *eram* comuns e se viram reconhecidos uma vez “descobertos” na internet pelo público geral. Essa passagem para a popularidade, nota-se, deve-se não pela realização de grandes feitos, mas essencialmente pelo “protagonismo do banal”. Dito de outra forma, por estrelarem a trivialidade cotidiana da própria existência, seja de forma dramatizada, entretida, surpreendente, emotiva etc.

A literatura oitocentista, especialmente as tramas realistas e naturalistas, já havia acentuado essa tendência. O romance *Madame Bovary* (1857), do francês Gustave Flaubert, por exemplo, fora notório por trazer como protagonista não a figura sublime da “mocinha”, e sim uma mulher corriqueira, tomada de esperanças, anseios e dúvidas. A diferença, contudo, consiste em que Madame Bovary e outras personagens da época não aproveitaram de sua banalidade para se tornarem famosas. Isto é, não transformaram suas questões comuns, que poderiam ser as mesmas de outras tantas pessoas comuns, em formas de espetáculo, entretenimento e visibilidade para serem acompanhadas, “curtidas” e comentadas. Veremos os porquês à frente.

Terceiro: todos os três criaram, a seu modo, um perfil *on line* em pelo menos uma das muitas mídias sociais da internet, divulgando algum tipo de material de cunho particular, sejam textos íntimos, vídeos pessoais ou fotos de seu “eu exterior”. Tal movimento de “mídiatização do eu” é acompanhado por um “toque” de entretenimento (pois se espera que o eu de cada um seja capaz de distrair e divertir a audiência, se quiser cativá-la), por constantes transformações identitárias (tornando o eu um tipo de camaleão, pronto para se adaptar às constantes mudanças nas correntes e modismos da temporada) e por uma formação empreendedora (convertendo o eu numa espécie de marca).

Em suma, temos aqui três indivíduos jovens, comuns, com perfis em redes sociais, os quais despontaram para a fama através da exibição do *self*, da exposição da intimidade e/ou do culto do próprio corpo. A combinação desses elementos lhes abriu as portas a várias frentes no “garimpo midiático”, expressando, por conseguinte, aquilo que vislumbramos como a principal força em atuação no processo de formação das subjetividades no contemporâneo: a *exteriorização*.

Mas, diga-se de passagem, afirmar que a exteriorização é o principal valor na formação das subjetividades coevas nada acrescenta ao atual “estado da arte” no que se refere ao tema discutido. Por outro lado, é equivocado defender que a exteriorização seja novidade em relação ao modelo subjetivo antecedente. Na verdade, é justamente essa linha argumentativa que colocamos em xeque: embora a exteriorização se destaque na modelagem do eu atual, a mesma fazia-se presente, também, no modelo subjetivo prevalecente entre o século XIX e início do XX, ainda que com usos, meios, fins e/ou intensidades distintos dos de agora. Isso indica tanto *continuidades* e *proximidades* quanto *afastamentos* em relação à exteriorização no meio sociocultural e subjetivo, ponderando-se os últimos duzentos anos, bem como seu caráter *ambíguo*. Uma grande diferença está no fato de, cada vez mais, os próprios indivíduos, famosos ou não, publicarem sua intimidade, prática que, antes, ficava a cargo, principalmente, de determinado tipo de imprensa cuja atenção voltava-se para a vida dos outros, com ênfase na das celebridades.

Um campo chave para nossa pesquisa é o dos meios de comunicação, mais precisamente a imprensa, como jornais e revistas. Encontramos em seus discursos vestígios de embasamento e ratificação de nosso argumento, desde o final do século XIX. Para o demonstrarmos, de modo comparativo, tomemos como ilustração, primeiramente, a seção “Notícias da Semana”, publicada na revista semanal *Contigo!*, cujo editorial cobre os acontecimentos da vida de personalidades famosas no meio midiático contemporâneo: “Jantar Romântico” (entre os jornalistas William Bonner e Fátima Bernardes); “Programa de domingo” (sobre a atriz Fernanda Torres caminhar na orla do Rio de Janeiro); e “Só no chamego” (a respeito de um encontro entre o jogador de futebol Neymar e

a atriz Bruna Marquezine numa badalada churrascaria do Rio de Janeiro)¹⁸. Cabe esclarecer que essas “notícias”, de 2013, estavam acompanhadas de uma inevitável fotografia, a qual capturava o “instante” do momento ali divulgado.

Porém, narrativas muito semelhantes às presentemente difundidas por *Contigo!*, e outras tantas publicações do gênero, já podiam ser encontradas, outrossim, em jornais e revistas editados há mais de um século, indicando um *continuum* no que concerne à cobertura, ou exteriorização, da “vida do outro” pela imprensa.

É o que nos demonstra a seção “Os sabbados de ‘Fon-Fon’ (os nossos instantaneos)”, da revista carioca *Fon-Fon*, lançada em 1907. Apenas na edição de número 2, de 20 de abril do mencionado ano, foram três “instantâneos”, os quais poderíamos ler como “flagrantes”: (a) na página 8:



Figura 1: “Elegantíssima na sua ‘toilette’ de rendas brancas, admiravelmente ‘chapeauté’, passa Mme. Van Erven, acompanhada de uma galante amiguinha”¹⁹;

na página 25:

¹⁸ Os três exemplos apresentados encontram-se em: *Contigo!*, São Paulo, n. 1956, p. 72, 14 mar. 2013. Notícias da semana.

¹⁹ *Fon-Fon*, Rio de Janeiro, n. 2, p. 8, 20 abr. 1907. Os sabbados de “Fon-Fon” (os nossos instantaneos).



Figura 2: “Depois de terem examinado a ‘vitrine’ do Bazin, encaminham-se para a estação do Jardim Botânico, Mme. Lima Castro e a sua interessante filha D. Bébé Lima Castro, exímia amadora, cujas canções têm feito delirante sucesso nos salões ‘smarts’ da nossa Capital”²⁰;

por fim, na página 31:



Figura 3: “De passagem pela Avenida Central, Mme. Rasteiro e sua gentilíssima filha, Mlle. Sarita, cuja belíssima voz e apurada escola de canto, tem feito as delícias dos nossos ‘dilettanti’ e o encanto dos frequentadores da igreja de São João Baptista”²¹.

²⁰ **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, p. 25, n. 2, 20 abr. 1907. Os sabbados de “Fon-Fon” (os nossos instantaneos).

²¹ **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, p. 31, n. 2, 20 abr. 1907. Os sabbados de “Fon-Fon” (os nossos instantaneos).

Qual em *Contigo!*, fotos acompanhavam as legendas.

De Machado de Assis a Neymar, tanto antes como agora o que essas publicações nos dizem é que quando se é um famoso requisitado, o simples ato de estar em público já é acontecimento digno de informação. Isso significa que dependendo da atratividade da *persona* sequer é necessário dizer ou fazer algo de diferente para aparecer nos meios de comunicação. Nesse sentido, os exemplos extraídos de *Fon-Fon* revelam-nos que tal exibição do cotidiano e/ou privacidade do outro - afinal, apesar de estarem em espaços públicos, os noticiados nas ilustrações acima desfrutavam de um momento de lazer - definitivamente não é nenhuma novidade do nosso tempo. Ao contrário: já fazia parte da atividade jornalística há mais tempo do que comumente se costuma associar.

Nesse sentido, ao evidenciarmos que a imprensa nacional do século XIX e início do XX já se ocupava, sim, com retratar a vida do outro em seus aspectos mais íntimos, estamos indo na contramão de um dos argumentos utilizados pelo pesquisador francês Antoine Prost no quinto volume da coletânea *História da Vida Privada*. Diz o autor:

A imprensa do começo do século XX era inteiramente voltada para a vida pública. Poderia-se tratar-se de política, ou, mais prosaicamente, de comícios agrícolas, feiras e mercados, mas nunca de questões privadas: ela evitava falar aos leitores sobre eles mesmos. Dava-lhes conselhos agrônômicos ou políticos, mas se abstinha de abordar temas pessoais. (Prost, 2009, p. 127)

Logo, se nos basearmos nas considerações de Prost, deparamo-nos com uma diferenciação fundamental entre a imprensa europeia, com ênfase na França, e a brasileira, onde desde o século XIX havia número considerável de periódicos com certa tendência a cobrir (e escancarar) a intimidade alheia. Se por um lado a finalidade dessa abordagem claramente se transformou desde então, por outro tal câmbio não exclui o fato de que, deste lado do Atlântico, a imprensa não se abstinha de publicar temas da esfera privada. Compete-nos apontar que tipos de mutações no âmbito sociocultural ajudam a entender essa variação.

Já que os indivíduos se viram noticiados – isto é, expostos – em algum meio de comunicação independentemente de sua vontade ou ação, podemos chamar esse tipo de exposição “involuntária” de “exteriorização passiva”. Isto é, não foram eles os *agentes da difusão*, mas *agentes que foram difundidos* por

alguém para o consumo de outrem. Esse é, aliás, um ponto em comum às duas épocas, conforme demonstram os trechos reproduzidos de *Contigo!* e *Fon-Fon*.

Contudo, para além das proximidades, há também os distanciamentos. No século XIX, o indivíduo exposto costumava sê-lo não só sem sua sapiência, mas também contra sua vontade. Bem verdade que esses pontos ocorrem ainda hoje. Porém, a diferença fundamental é que agora observamos um crescente de sujeitos que parecem fazer questão, *eles mesmos*, de se verem exibidos em alguma das muitas mídias disponíveis. Isso revela que, entre esses momentos, ocorreram importantes variações nos valores socioculturais, as quais exploraremos ao longo da tese.

Claro que em ambos os momentos nos deparamos com exceções, já que não se pode imaginar encontrar “totalidade” e “estado puro” em meio à complexidade das relações socioculturais. Desse modo, tanto sujeitos de hoje podem ser alheios a exteriorizarem-se, quanto indivíduos do período anterior poderiam querer fazê-lo. Logo, reconhecemos que, seja o momento histórico que for, sempre haverá casos que escapam à maioria. Um exemplo está no periódico *Pathé*, famoso na Manaus do início do século XX por trazer à tona a privacidade da vida alheia, o qual chegou a noticiar “que na Q.B. tem umas mocinhas que se acham despeitadas com o nosso jornal, devido á não publicarmos os seus nomes. Oh! Tanta vontade, de ver segurar nas nossas columns as suas graças. Dá até pra desconfiar”²².

No início do século XX, o sociólogo alemão Georg Simmel já havia reparado a crescente necessidade do indivíduo em querer atrair a atenção do outro, ao afirmar que

a pessoa precisa enfrentar a dificuldade de afirmar sua própria personalidade no campo abrangido pelas dimensões da vida metropolitana. Onde o aumento quantitativo em importância e o dispêndio de energia atingem seus limites, a pessoa se volta para diferenças qualitativas, de modo a atrair, por alguma forma, a atenção do círculo social, explorando sua sensibilidade e diferenças. Finalmente, o homem é tentado a adotar as peculiaridades mais tendenciosas, isto é, as extravagâncias especificamente metropolitanas do maneirismo, capricho e preciosismo. Agora, o significado dessas extravagâncias não jaz absolutamente no conteúdo de tal comportamento, mas antes na sua forma de “ser diferente”, de sobressair de forma notável e assim atrair atenção. Para muitos tipos característicos, em última análise o único meio de salvaguardar para si próprio

²² **Pathé**, Manaus, 5 abr. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 3.

um pouco de autoestima e a consciência de preencher uma posição é indireto, através do conhecimento dos outros. (Simmel, 1987, p. 22)²³

Tal desejo de “ser publicado” evidencia o caráter ambíguo entre a vontade de aparecer *versus* o medo de suas consequências. Pois, se o efeito moralizante decorrente da exposição na mídia era temido, o publicizante também poderia ser desejado. Hoje, contudo, ainda se nota dita ambiguidade. Só que, se antes, *de modo geral*, o receio falava mais alto que o exibir-se, agora, também *de modo geral*, a vontade de ser visto é que parece predominar sobre o mencionado temor, embora o medo de danos à imagem siga vigente.

Ainda assim, atualmente um contingente extraordinário de sujeitos aproveita-se das possibilidades disponibilizadas pelas ferramentas da *Web 2.0* para fazerem perfis virtuais e abrirem seu eu aos olhares curiosos de outrem – e, quem sabe, obterem, dessa forma, o ainda hoje perseguido “reconhecimento dos outros”. Fora o caso de Bruna Surfistinha, Christian Figueiredo e Jen Selter, dentre muitos outros que tomaram atitude semelhante. A este tipo de exteriorização, quando o próprio indivíduo é o agente de sua exposição, referimo-nos como “exteriorização ativa”.

Nesse sentido, temos que: (a) no presente, as exteriorizações da vida dita privada são realizadas tanto pelos “outros” (terceiros divulgando a vida de alguém, ou exteriorização passiva) quanto pelo próprio indivíduo (autoexposição do eu, ou exteriorização ativa) - em muitas ocasiões, aliás, parece predominar a autoexposição, notadamente nos espaços das mídias digitais; (b) no passado, as externalizações costumavam ser feitas, maiormente, não pelos próprios sujeitos, mas pelos veículos de imprensa (exteriorização passiva), os quais, muitas das vezes, advertiam publicamente os indivíduos, caso fosse observado algum “deslize” ou “desvio” de conduta, visando a moralização de acordo com os costumes correntes; (c) nos dois períodos, percebe-se uma ambiguidade: se antes o medo de aparecer e ter a reputação arruinada convivia com alguma vontade latente de *ser visto*, hoje afirmaríamos que a gana de *ser visto* não eliminou

²³ O estudo de Simmel (1987), porém, refere-se principalmente às dinâmicas das grandes metrópoles cosmopolitas da Europa sobre os sujeitos, sendo um dos efeitos dessa relação, de acordo com o pensador, a vontade de “sobressair-se” como forma de obtenção de autoestima em meio ao elevado grau de anonimato constatado nessas aglomerações. O mesmo argumento, contudo, não se encaixaria totalmente no contexto do Brasil, apesar de, à época, a vontade de ser visto também ser latente aqui. Isso porque, mesmo nas maiores cidades brasileiras da virada dos séculos XIX e XX, ainda se percebia acentuado grau de provincianismo.

totalmente o temor de que tal fato ainda pode arruinar reputações, dependendo da *maneira* e do *quê* foi exposto – se bem que, *no geral*, basicamente situações consideradas gravíssimas alcançam tamanha dimensão, no presente.

Em suma, sabendo que as duas formas de exteriorização estão presentes nos momentos postos em diálogo, com suas proximidades, diferenciações e ambiguidades, enquanto hoje prevalece a autoexposição do eu para ser *visto*, *curtido*, *acompanhado* e, porque não, *existir*, no passado prevalecia a exposição realizada por terceiros, normalmente em nome do resguardo da chamada “moral burguesa” e dos “bons costumes”.

É o que nos evidencia, por exemplo, o jornal *O Cara Dura*, do Rio de Janeiro, de 1883, que em suas colunas incomodava-se com a “Mathilde Picheroud, que sendo já velha e cabulosa, quer passar por moça e bonita”²⁴; o periódico desconfortava-se, também, com o “Teixeira, vulgo guará, por andar de braço com a safada de sua amante de nome Pilar, que mora na rua Sete de Setembro n. 0806”²⁵; ou revoltava-se ainda com “o safardana do Macedo”, por ter tirado “4 acções da companhia Villa-Izabel para gastar com a vagabunda da Carola maluca”²⁶.

Mas esse tipo de narrativa intimidante não se restringia, no nível de Brasil, à sua então capital ou às maiores cidades da porção centro-sul, sendo encontrada, igualmente, em periódicos do interior e de outras regiões. Assim, noutra publicação do final do século XIX, *O Abelhudo*, de São Luís (Maranhão), é possível ler que “Todas as noites encontramos um *dandy* de 50 a 60 annos na maior pandega com as *morenas*. Quando criarás vergonha?... Nunca”²⁷; em uma de suas colunas, batizada de “Dizem”, ficamos sabendo que “o *revisor do Fedelho* tem dado, á noite, na igreja do Carmo, *escândalos* co’a *mademoiselle* de quem gosta”²⁸; em outra seção, tomamos conhecimento de que “... na rua de São João os *dandys* andam nas suas altas façanhas. Mandaremos para lá o nosso *reporter* afim de podermos explicar a cousa ao publico”²⁹; noutra edição, por fim, somos informados de que outro “*dandy*”, na linguagem corrente algo semelhante a “conquistador” ou “pegador”, “está resolvido a pedir uma menina, só temendo

²⁴ *O Cara Dura*, Rio de Janeiro, 30 ago. 1883. São caras duras, p. 4.

²⁵ *O Cara Dura*, Rio de Janeiro, 4 set. 1883. São caras duras, p. 3.

²⁶ *O Cara Dura*, Rio de Janeiro, 15 set. 1883. Dizia-se, p. 3.

²⁷ *O Abelhudo*, São Luís, 20 dez. 1898. Beliscando, p. 3.

²⁸ *O Abelhudo*, São Luís, 1 dez. 1898. Dizem, p. 2.

²⁹ *O Abelhudo*, São Luís, 25 dez. 1898. Dizem, p. 2.

que a futura sogra tenha o gênio terrível. Lembramos ao dito senhor que querer não é nada, mas conseguir realizar os seus desejos achamos impossível, por ser muito feio!”³⁰. A propósito, o subtítulo do jornal é bastante elucidativo de seu discurso: folha dos curiosos. O mesmo pode ser dito de seu lema: *ridendo castigat mores*, que pode ser traduzido do latim para o português como “corrige os costumes sorrindo”.

Verifica-se pelos trechos acima, praticamente todos referentes a fatos ocorridos em espaços públicos, a exposição de questões que envolviam a privacidade e/ou a intimidade dos sujeitos *à revelia de sua vontade*, já que a vida privada dos indivíduos era utilizada com o pretexto de “moralizar” as relações sociais cotidianas. Ademais, tais publicações teciam sentenças a respeito das características biológicas dos retratados, como idade e aparência física. Isso nos mostra que o elemento “corpo”, à época, já era de alta saliência em se tratando da retratação da vida alheia – evidente que de modo distinto ao presenciado ultimamente, fator que sopesamos em nossas apreciações.

Hoje, sem embargo, no compasso de mutações socioculturais, com os respectivos câmbios no processo de subjetivação, pelo menos àqueles que acompanham o atual ritmo de constituição do *self* ter algo sobre si exposto na mídia tem altas probabilidades de ensejar menos motivo de desgosto que empatia. Inclusive episódios que a maioria de nós possa classificar como constrangedor ou estapafúrdio, os quais com um pouco de habilidade em aplicar uma ou outra estratégia de marketing pessoal ou de relações públicas são possivelmente contornáveis, tornando-se ótimas chances de se ver em evidência. Em outras palavras, praticamente quaisquer assuntos ou banalidades da vida estão hábeis e/ou legitimados a serem impressos ou exibidos *na* ou *pela* mídia.

Como a cantora Sandy declarando em entrevista à revista *Contigo!* que “Eu acho que ele [sexo] só melhora com o tempo! Quando se tem um relacionamento estável, com um mesmo parceiro, isso faz com que você o conheça bem e ele a você. O sexo assim cresce, eu e Lucas estamos ótimos”³¹; ou a apresentadora Luciana Gimenez conquistando um “espacinho” na mesma

³⁰ **O Abelhudo**, São Luís, 4 jan. 1889. Beliscando, p. 3.

³¹ SANDY. “Estou melhor que há dez anos”: a cantora fala sobre sexo, maternidade, casamento e carreira. **Contigo!**, São Paulo, n. 1949, p. 63, 24 jan. 2013. Entrevista.

publicação por ter dito que “Não tenho nada contra gordos fofos e etc. Só não quero ser”³².

Pelas ilustrações supracitadas, vemos novamente o papel-chave do corpo não só nos discursos midiáticos, como nas formas de sociabilidade e subjetivação. Todavia, o realce corporal fica ainda mais manifesto no conteúdo de publicações como a *Men's Health*, revista, consoante alardeia seu subtítulo, dedicada ao “prazer de ser homem”. Para isso, o periódico se preocupa em ajudar *a todos nós* a “consertarmos” eventuais “falhas” da aparência corporal. Logo, se o seu “problema” é excesso de barriga e preguiça, “Menos pança, mais testosterona”³³, aconselha o título de uma de suas várias reportagens com fortes tendências à estigmatização dos “pançudos”; se seu dilema for mais complexo do que o acúmulo de gordura, vale outra matéria: “Reforma na fachada. Descubra como a cirurgia plástica pode ajudar você a ter um aspecto mais jovem, se destacar com as garotas e não perder espaço na firma”³⁴; finalmente, se você quer uma transformação rápida no *shape*, vale a promessa de “Corpo sarado em 1 mês!”³⁵.

Resumidamente, descubra maneiras de escapar da inaptidão e manter-se ativo na feroz competição social pela própria existência!

Porém, não é exclusividade da imprensa coeva a produção de matérias nas quais a preocupação com a “boa aparência” abrolha exasperadamente. Ou, ainda, de textos em que certos traços físicos reluzem sobre os demais. Na disciplinar aurora do século XX, havia igualmente na imprensa discursos em que determinadas particularidades anatômicas eram ressaltadas em prol de outras.

Com o pretexto de fazer “humor” a partir dos avanços tecnológicos no campo da beleza, o *Pathé* resolveu publicar uma seção intitulada “Preparados Pharmaceuticos”, comentando “as maravilhas das descobertas” científicas com o desígnio do embelezamento. Para tanto, o jornal criou a personagem fictícia de um “pharmaceutico”, o qual elaboraria pílulas e xaropes contra “todos os males e todas as cousas, como sejam”. Logo, estariam disponibilizadas a “Pomada Bonita,

³² **Contigo!**, São Paulo, p. 108, n. 1957, 21 mar. 2013. Frases.

³³ SANTOS, C; MURPHY, M. Menos pança, mais testosterona: ajuste alimentação, treino e rotina e evite que o excesso de gordura baixe o nível de hormônio de seu corpo. **Men's Health**, São Paulo, p. 52, mar. 2013.

³⁴ MARQUES, C. Reforma na fachada: descubra como a cirurgia plástica pode ajudar você a ter um aspecto mais jovem, se destacar com as garotas e não perder espaço na firma. **Men's Health**, São Paulo, p. 50 et. seq, abr. 2013.

³⁵ Corpo sarado em 1 mês!: treino de atleta e menu nota 10 para você ganhar 6 kg de músculo a jato. **Men's Health**, São Paulo, maio 2013. Capa.

para curar a feiúra e a velhice, em 3 dias, sem resguardo” e a “Locção para espichar cabelo de preto”³⁶. Dito de outro modo, na ânsia pela melhora do aspecto físico, eis a “feiura”, a “velhice” e a “negritude” situadas como marcas a serem evitadas e contornadas, além de desprezadas e estigmatizadas, quando ostentadas. (Valores que seguem bastante notórios em nossa cultura. Basta mirarmos a constante oferta de serviços e produtos que prometem embelezar, rejuvenescer e “embranquecer” a pele e a aparência).

A partir do discurso da mídia, vemos, pois, o corpo, incluindo sua aparência e cuidados, sendo situado como outro importante fator de moralização social, com as respectivas variações observadas nesse intervalo.

Postas as prévias considerações e exemplificações, nossa hipótese é a de que a exteriorização não é um valor novo no processo de subjetivação. Pelo contrário: já se fazia evidente nas relações socioculturais e nos discursos da mídia desde o século XIX³⁷. Quando cotejamos esses momentos, encontramos proximidades, distanciamentos e ambiguidades na exteriorização observada entre a passagem dos séculos XIX-XX e XX-XXI, conforme apontamos acima.

Um campo fundamental à percepção da construção e mutações do quadro exteriorizante é o das *escritas de si*. Se sobretudo no século XIX esse tipo de narrativa era desenvolvida com o propósito de funcionar como “desabaços pessoais”, os quais deveriam permanecer em segredo, sob pena de, se divulgados, acarretarem uma série de desconfianças, atualmente essas mesmas narrativas têm sido produzidas não para serem resguardadas, mas alardeadas, notadamente nos espaços da mídia, dentre eles as redes sociais da *Web 2.0*. Há, aqui, uma clara mutação quanto a uma das principais performances do modelamento das subjetividades. Pois, se tanto o eu oitocentista quanto o contemporâneo sentem a necessidade de externalizarem-se por meio da feitura de narrativas íntimas, materializando-se, aquele as produzia para serem apenas e tão somente do seu alcance e conhecimento, enquanto este parece desenvolvê-las com o escopo de atingir a maior quantidade possível de visualizações. Eis uma das manifestações

³⁶ Preparados Pharmaceuticos: as maravilhas das descobertas. **Pathé**, Manaus, 5 jul. 1913, p. 2.

³⁷ Nosso marco temporal se dá a partir do século XIX, pois é ao longo desse século que houve a formação da imprensa de massa no contexto brasileiro, um dos nossos focos de abordagem. Alguns fatores explicam o porquê desse “atraso”, como a cesura à circulação de jornais e o baixo nível de letramento da população em geral. Marialva Barbosa aponta ainda que fora somente ao longo do século XIX que a população brasileira passou a atribuir valor às ideias imateriais que circulavam nos periódicos, o que a pesquisadora chama de “mentalidade abstrata” (Barbosa, 2010, p. 21), condição essencial para a consolidação da imprensa no meio social.

do atual fenômeno de exposição de intimidades, tal qual visto no episódio Bruna Surfistinha, por exemplo.

Por fim, nessa mesma onda externalizante, o âmbito corporal igualmente enfrenta uma expressiva transformação: de instrumento que deveria externalizar sua “utilidade” para mover máquinas e engrenagens do capitalismo industrial e defender o território e interesses nacionais, devendo para isso ser amoldado conforme os preceitos da “sociedade disciplinar” (Foucault, 1987), à ferramenta cuja força vem deixando de ser arrazoada para o desgaste com trabalhos físicos, e sim para a exibição diante de lentes e câmeras. Passamos, desse modo, de um corpo “produtor”, importante meio de reprodução do capital, com as inevitáveis marcas (internas e externas) derivadas das atividades fabris e disciplinares, a um corpo “espetacular” ou “objeto de design” (Sibilia, 2008), importante meio de exposição de si nas mídias, exemplificado por Jen Selter, e consumidor de métodos (cirúrgicos, farmacológicos, dermatológicos, estéticos, além dos treinamentos físicos etc.) demandados para atingi-lo.

O corpo se configura, assim, como importante fator de moralização social no contemporâneo, já que não enquadrar o próprio corpo nas características predominantes da “boa aparência” enseja motivos de ridicularizações e escárnios ao indivíduo.

Em síntese, temos que a exteriorização, apesar de valor bastante destacado na atualidade, não é nenhuma novidade no âmbito das sociabilidades e subjetividades, a qual teria surgido apenas em meados do século passado. Ao contrário: os indícios localizados em nosso *corpus* indica-nos que a mesma já era manifesta desde o século XIX, incluindo o discurso da mídia ao narrar a vida do outro, mesmo que nessa época prevalecesse um contexto que rogava na cartilha do resguardo da vida privada. Entre os séculos XIX e XXI, não obstante, houve um deslocamento no tipo de externalização prevalecente: da *passiva* (terceiros expondo alguém aos outros) à *ativa* (o próprio indivíduo se expondo aos outros). Todavia, em ambos os momentos percebe-se que há “convivência” entre essas formas de exteriorização, com suas proximidades, diferenciações e ambiguidades.

Faz-se notar, ainda, no que diz respeito à formatação das subjetividades, duas importantes forças, as quais contribuíram tanto para a consolidação, quanto para a variação da exteriorização, sabendo que ambas estão diretamente arroladas com as lógicas e dinâmicas das mídias. Uma é o *entretenimento*, que tampouco é

uma característica que se restringe ao eu contemporâneo. Função “denunciada” pelos pensadores críticos da comunicação, dentre eles Adorno e Horkheimer (1985), desde a primeira metade do século passado, o entretenimento teria dado sua largada rumo à “conquista da realidade” ainda na década de 1830. Porém, fora na virada rumo ao século XXI, após “contaminar” as esferas da existência com sua promessa de tornar o cotidiano mais “divertido”, que, para Neal Gabler (1999), a energia do entretenimento teria atingido nível tão avassalador que atualmente aquilo que não se render aos seus ditames corre o sério risco de desaparecer, justamente por não despertar atenção ou interesse. O entretenimento atuaria, desse jeito, forçando *tudo* a se converter num tipo de produto que, como uma atração midiática, “distraia” os sujeitos de suas aporrinhações e amolações diárias.

Dessa forma, a subjetividade torna-se, também, um tipo de mercadoria, como qualquer outra produzida pelo capitalismo, necessitando, como qualquer outra, ser consumida para existir. Não à toa indivíduos quais Bruna Surfistinha, Christian Figueiredo e Jen Selter surgem (e somem) a todo instante na vitrine de personalidades à venda que é a mídia enquanto esperam para serem consumidas. A modelagem do próprio *self* torna-se uma espécie de “empreendimento” ou “arte”, sabendo que o mesmo pode (e deve!) variar a qualquer momento, notadamente por uma versão “melhor” (leia-se, mais interessante), já que assim aumenta as chances de atrair o olhar do outro.

A guinada da conjuntura sociocultural da externalização contemporânea tem uma de suas bases fundamentais naquilo que o filósofo francês Guy Debord (2008), nos idos de 1967, designou de “sociedade do espetáculo”, tipo de organização pautada, largamente, pelo avanço da mediação e da representação no campo das interações sociais. Em tom de acusação, Debord aponta o predomínio do “monopólio das aparências”, em que os indivíduos estariam sendo avaliados e considerados não pelos valores do “ser” ou do “ter”, e sim pelo “parecer”, num tipo de “degradação” constitutiva de uma época abalizada pela “tendência ao fazer ver”. Ou seja, em que é preciso *ser visto* para *existir*.

O casamento entre essas duas forças-motriz (entretenimento e espetáculo) estimulou o “eu” a ser tanto objeto mediado quanto de divertimento, instigando as subjetividades a se tornarem visíveis e, de quebra, reforçando o argumento de que

uma vez exposto no supermercado da mídia o eu estaria cada vez mais imerso dentro do universo mercadológico.

Sem embargo, as formas de resistência e contraposição aos juízos predominantes de hoje não podem ser ignoradas. Algumas d'elas são percebidas, brevemente, quando notamos sujeitos que se recusam a criarem perfis em mídias sociais, ou aqueles que criam, mas os utilizam somente como meio de “manter contato” com conhecidos, ou ainda em relação àqueles que limitam a visibilidade de suas postagens apenas a seus contatos ou mesmo a parte d'eles - daí o oferecimento de ferramentas de “controle” do conteúdo disponibilizado, podendo os sujeitos decidirem quem terá acesso ou não às suas publicações -, dentre outras possibilidades. É o que propõe aplicativos como o *Telegram*, *app* de troca de mensagens que não armazena informações no modo de conversação secreto e ainda as criptografa, e o *Snapchat*, o qual permite ao usuário determinar por quanto tempo (1 a 10 segundos) as imagens enviadas ficarão visíveis ao destinatário.

No caso do corpo, também observamos meios de oposição aos parâmetros da “moral da boa forma”, como os que se negam a adotar um *shape* malhado, definido e bronzeado, e ainda pela valorização do chamado *fat pride*, o “orgulho de ser gordo”, e, por fim, na corrente *plus size*, tendência de estilo, moda e comportamento, cujo cartão de visitas é a apresentação de modelos que vestem manequins considerados “acima do padrão”.

Para percebermos as nuances de tais transformações, essenciais ao entendimento tanto do tipo de sociabilidade em que vivemos, quanto do modelo de subjetividade por ela demandado, elegemos um *corpus* composto por dois grupos privilegiados de análise. O primeiro d'eles abarca as *social media* (*Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *Twitter* etc.). Da variedade dessas fontes, extraímos ilustrações pontuais e específicas que contribuam com nossa discussão, fornecendo-nos fomentos ao debate teórico/conceitual, e ao mesmo tempo permitindo-nos dialogar com exemplos e dados concretos sobre as temáticas ponderadas, conforme fizemos ao apresentar os casos de Bruna Surfistinha, Christian Figueiredo e Jen Selter. Em linhas gerais, com esse primeiro grupo queremos abordar, via mídia, o caráter mais global do atual processo subjetivizante aqui tematizado.

O segundo grupo abrange o material a ser avaliado de modo mais particularizado. Trata-se da *imprensa nacional*, com recorte temporal centrado em dois momentos históricos específicos - a passagem entre os séculos XIX-XX e XX-XXI. Para chegarmos a esse recorte realizamos um verdadeiro pente-fino no acervo de periódicos digitalizados e microfilmados da Fundação Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro, a qual nos mimoseou tanto com um mar de possibilidades, quanto com mais entraves. Isto porque, parte considerável do material produzido pela imprensa brasileira ou não está mais acessível ao público, seja pelo estado de conservação, seja pela própria perda, ou sequer foi enviado para compor o acervo da instituição. Logo, esclarecemos que dito recorte é mais uma restrição que escolha.

Diante de tais barreiras, e a partir de dezenas de obras consultadas, dentre jornais e revistas, separamos ao todo treze diferentes periódicos, tanto de grandes centros urbanos quanto de localidades menores, compreendendo várias regiões do país, ainda que mais centrado no Rio de Janeiro, divididos em dois períodos: os publicados entre o final do século XIX e início do XX e os editados entre o final do século XX e o presente.

Em ordem alfabética, são eles: *O Abelhudo* - de São Luís, Maranhão, com total de 23 edições disponíveis nos anos de 1898 e 1899; *O Cara Dura* - do Rio de Janeiro, capital, 6 edições de 1883; *Diabrete* - do Rio de Janeiro, capital, 36 edições de 1883; *O Escândalo* - de Sabará, Minas Gerais, 1 edição de 1891; *Fon-Fon* - do Rio de Janeiro, 21 edições de 1907; *Pathé* - de Manaus, Amazonas, 25 edições entre 1913 e 1922; *Revista da Semana* - do Rio de Janeiro, capital, 33 edições de 1900; *Revista Ilustrada*, do Rio de Janeiro, capital, 48 edições de 1876; e *Boa Forma* - 26 edições, entre 2013 e 2014; *Caras* - 52 edições, de 2013; *Contigo* - 52 edições de 2013; *Men's Health* (edição Brasil) - 24 edições entre 2013 e 2014; e *Women's Health* (edição Brasil) - 24 edições entre 2013 e 2014³⁸.

Cabe-nos, todavia, esclarecer três pontos. Primeiramente o de que, ao longo da tese, empregamos, ainda, em caráter bastante pontual, materiais provenientes de outras fontes que não as anteriormente citadas. Nesse caso específico, somente as utilizamos após julgarmos serem de alta relevância à

³⁸ As edições brasileiras das revistas *Men's Health* e *Woman's Health*, ambas editadas pela editora Abril, circularam no país até dezembro de 2015, deixando de serem ofertadas a partir do ano de 2016.

condução da pesquisa, em compasso com a coerência do tema e com as discussões conduzidas no trabalho.

Em segundo lugar, que a preferência por impressos unicamente nacionais não é aleatória. Ao contrário: expressa nosso empenho em sopesar a exteriorização, bem como seus efeitos e sintomas, buscando encontrar possíveis manifestações, resquícios, restos e rastros no contexto brasileiro. Por isso, se nosso primeiro grupo de *corpus*, o da mídia em geral (com ênfase nas redes sociais), permite abordar tanto exemplos estrangeiros quanto locais, o segundo, da imprensa nacional, restringe-nos aos do Brasil. Eis um desafio e tanto, já que desse modo propomos apontar na conjuntura interna *proximidades* e *distanciamentos* com a externa, lembrando que tais tendências são originárias, sobretudo, da Europa e dos Estados Unidos.

Por fim, se a escolha dos periódicos dos séculos XIX e primeira metade do XX foi condicionada pelos obstáculos apresentados, a das publicações do XXI teve como critério fundamental a eleição das consideradas mais importantes de nossa época, levando em conta fatores como vendagem, grupo editorial que os edita, disponibilidade do material para consulta e relação com nossa temática, prioritariamente nos anos mais próximos à nossa admissão no doutorado (2013-2014).

Importante frisar que ao mesmo tempo em que muitos buscam alcançar o status de “nova celebridade midiática do momento” ou atingir o ambicionado padrão corporal “nos moldes da perfeição”, outros tantos padecem em condições miseráveis de existência. Conquanto não disponhamos do quantitativo preciso acerca daqueles, no que se refere a estes o relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), de 2014³⁹, tratou de mensurá-los. Segundo o documento, há no mundo 2,2 bilhões de pessoas em condição de pobreza, sendo 842 milhões em situação de fome crônica. Isso numa era na qual várias grandes empresas, especialmente as do setor financeiro, anunciam, trimestres atrás de trimestres, lucros astronômicos.

Com tanta gente tendo de sobreviver em condições tão degradantes, seria indecente de nossa parte afirmar que os mesmos votem também, como prioridade,

³⁹ PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Sustentar o progresso humano: reduzir as vulnerabilidades e reforçar a resiliência. Relatório das Nações Unidas para o Desenvolvimento**: 2014. Nova Iorque, 2014. 246 p. Disponível em: <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2014_pt_web.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2018.

serem “os próximos astros e estrelas da fama”. Dessa maneira, sinaliza-se que o fenômeno exteriorizante é observado, principalmente, dentro de determinada camada social da população global, sobretudo a partir das classes médias das sociedades ditas avançadas (industriais ou pós-industriais, urbanizadas, “ocidentalizadas”), ou pelo menos daquelas que tenham acesso ao consumo dos bens midiáticos que incitam o estilo de vida das celebridades. (Mesmo no século XIX a exteriorização parecia ser mais intensa para os que detinham a faculdade do letramento, ainda um diferencial à época.).

Tanto a busca pela notoriedade quanto pelo culto do corpo enquadram-se nas dinâmicas neoliberais da concorrência, do individualismo e da indiferença, quanto a pobreza e a concentração de renda, já que nesse mesmo processo observamos uma alucinada corrida por conquistas, prestígio e lucros *custe o que custar*. Podemos, ainda, entender a exteriorização contemporânea como sintoma dos atuais níveis de monopolização e oligopolização dos meios de comunicação mundiais, concentrados nas mãos de um pequeno grupo de grandes corporações mercantis⁴⁰, que, como se não bastasse, são patrocinadas ou financiadas por algumas das mesmas empresas que exploram, à exaustão, a mão de obra de um número bastante significativo de indivíduos em troca de avarentos salários.

Dito isso, esperamos dar conta, nas próximas páginas, da complexidade da aventura aqui enunciada.

⁴⁰ São elas: *Disney, News Corporation, Time Warner, CBS, Viacom, CC Media Holdings e Life Nation Entertainment* (Moraes, 2013, p. 23).

2

Externalizo-me, logo existo

... a subjetividade construída nos primórdios da modernidade tinha seus eixos constitutivos nas noções de interioridade e reflexão sobre si mesma. Em contrapartida, o que agora está em pauta é uma leitura da subjetividade em que o autocentramento se conjuga de maneira paradoxal com o valor da exterioridade. Com isso, a subjetividade assume uma configuração decididamente estetizante, em que o olhar do outro no campo social e mediático passa a ocupar uma posição estratégica em sua economia psíquica. (Birman, 2014, p. 24)

Como histórica e socioculturalmente a exteriorização foi se imiscuindo no processo de formatação das subjetividades? A partir de que momento já é possível identificar a presença dos valores da exteriorização nesse processo? Eis importantes inquietações deste estudo. Eis, também, questões demasiado complexas. Para contextualizá-las, recorreremos a um espectro temporal mais amplo, enfatizando o período a partir do século XIX, época áurea do predomínio de um tipo de subjetividade que não o atual, mas no qual (paradoxalmente?) já se observava tendências exteriorizantes. Quais seriam as características desses modelos subjetivos ideais? Em que pontos se assemelhariam e se distinguiriam? Que transformações ao longo do século XX explicariam a transição entre ambos?

Quando averiguamos os meandros dos procedimentos de subjetivação, depressa notamos que, com o correr dos séculos, os mesmos atravessaram expressivas variações. Valores outrora consagrados, como o *resguardo*, entraram em declínio, abafados por outros, qual a *autoexibição*. Nesse ínterim, notadamente a partir dos discursos e narrativas difundidos pelos meios de comunicação, duas forças ganharam terreno, adquirindo destacado papel na modelagem do eu: o *entretenimento* e o *espetáculo*. Um dos objetivos deste capítulo é discutir que efeitos ditos estímulos apresentaram na constituição do *self*.

Primeiramente, consoante aponta Joel Birman (2014), interessa-nos constatar de que forma, e em que condições, deu-se a passagem entre orientações aparentemente tão antagônicas como a *interioridade* e a *exterioridade*. Todavia, além de Birman, cientistas sociais já mencionados na *Introdução*, dentre eles David Riesman (1995) e Richard Sennett (1995), igualmente investigaram tais afinidades no recorte temporal compreendido entre o oitavo e o novecentismo, sendo, por isso, vitais nesta expedição. Outros dois nomes de referência são Guy

Debord (2008), com sua colérica acometida contra a “sociedade do espetáculo”, e Neal Gabler (1999), com seu panorâmico “passo a passo” da ascensão do entretenimento.

No contexto contemporâneo, grosso modo, *ser visível* torna-se sinônimo de *existir*, bem como alcançar o aspecto *adequado* significa não apenas *beleza*, mas *autocontrole* e *responsabilidade* para consigo. O contrário, no entanto, *ser invisível* e “feio”, denota um dos mais terríveis estigmas sociais coevos: o temor de ser *um exemplo a não ser seguido*, isto é, *rejeitado*. Não obstante, ainda no período composto pelo século XIX e início do XX, nota-se algum grau de exteriorização, sobretudo na mídia impressa, mesmo com o predomínio da incitação interiorizante, demonstrando-nos que tal processo é mais complexo do que se pode supor *a priori*, no qual haveria, idealmente, uma delimitação bem definida entre essas duas orientações subjetivas.

Começemos, pois, a desbravar esse vasto conjunto de mutações socioculturais fazendo escala em três pontos essenciais a esse processo: a *exteriorização*, o *entretenimento* e o *espetáculo*, sabendo que as temáticas da *intimidade* e do *corpo* estão diretamente relacionadas nas discussões que se seguem.

2.1.

A exteriorização no processo de formação das subjetividades

Cara dura é a da Pilar, porque estava na segunda-feira às 9 horas da manhã, na janella com uma rosa branca no peito, dando a comprehendere que trouxe da chácara do seu safado amante.⁴¹

É possível ter prazer anal”, Sandy, em entrevista à revista *Playboy*.⁴²

Embora a exposição do outro seja encontrada tanto nos periódicos do século XIX quanto nos do início deste século, evidenciando que a exteriorização da vida alheia não é nenhuma inovação de nossa cultura coeva, não podemos tratar as duas épocas com o mesmo olhar. Alterações fundamentais em absolutamente todos os âmbitos da existência ocorreram neste intervalo, de

⁴¹ **O Cara Dura**, Rio de Janeiro, 15 set. 1883. São caras duras, p. 4.

⁴² SANDY. “É possível ter prazer anal”. **Playboy**, São Paulo, n. 435, ago. 2011. Capa.

maneira que a exteriorização realizada há dois séculos é distinta da que testemunhamos hoje em dia: antes, a exibição carregava, em sua maioria, tom de constrangimento bastante demarcado. O “outro” quase sempre costumava ser exposto em sua “falha”, “falta”, “desvio”, “erro”, “despudor”, “indecência” e afins. Tinha, pois, clara finalidade moralizante. Agora, por sua vez, a exteriorização, via de regra, é algo demandado pelos próprios sujeitos: um meio de *aparecer* e *ser visto*, de conquistar notoriedade e fama. Quando não exteriorizados por outrem, os próprios indivíduos exteriorizam-se a si mesmos, quais nas postagens e publicações das redes sociais, além das revelações, para não dizer confissões, nos espaços da mídia.

As passagens transcritas acima ilustram um pouco deste painel. Em ambas, dois diferentes episódios de exteriorização. Na primeira, uma “denúncia” de infidelidade (ou “libertinagem”) – a qual, pelo que se pode ler, não passa de suposição, pois a retratada, Pilar, apenas estaria “dando a entender”. De concreto, tem-se a exposição de um (hipotético) comportamento que merece reprovação. Já na seguinte, uma renomada celebridade abre sua intimidade voluntariamente a um jornalista, relatando os assuntos mais privativos de sua vida, dentre eles sexo. A exteriorização reluz como fator positivo, de engrandecimento pessoal. Afinal, atualmente, não é qualquer um que estampa a capa de uma das principais revistas sobre famosos, fala a respeito da própria vida e espera despertar o interesse do público em consumi-la. Em suma, enquanto *Cara Dura* expôs Pilar, e de maneira bastante constrangedora, foi Sandy que, ao ser indagada, deu dita declaração à revista – o que se por um lado causou burburinho, por outro em nada lhe causou estragos a sua *persona*. Enquanto no primeiro caso temos a exteriorização *passiva*, mais comum à época, no segundo impera a versão *ativa*, tão comum quanto a outra, no contemporâneo.

O que ocorreu nesse tempo que possa explicar tal transformação? Por que a exteriorização deixou de ser vista como algo predominantemente pejorativo a algo com viés mais positivo?

Para compreendermos a complexidade desse processo histórico-cultural, volveremos brevemente ao passado, mais precisamente à *Pré-modernidade*. Afirmar, todavia, conforme fazemos, a existência de um período pré-moderno nos obriga a não apenas apontar o *porquê* da escolha deste termo como também seu *quando*. Em outras palavras, dizer o que entendemos por pré-modernidade e

delimitar o recorte de tempo em que a situamos. Pois bem: já expusemos na *Introdução* que usamos de referência para o advento da Modernidade a Revolução Francesa de 1789. Dissemos ainda que épocas anteriores a essa data serão tratadas aqui como *Pré-modernas*. Para tanto, dispomos de duas ressalvas argumentativas.

Primeira: apesar de termos optado pela Revolução Francesa, justamente por enxergarmos nela a derrubada do último grande bastião de sustentação do mundo tradicional, dinástico ou pré-moderno, o *Ancien Régime*, sabemos que não há consenso histórico quanto à escolha de um marco inicial da Era Moderna – há versões que abrangem desde a invenção da imprensa por Gutenberg, passando pela Expansão Marítimo-Comercial (que preferimos aludir como Invasões Bárbaras à América), os movimentos Renascentista e Humanista, a Revolução Científica do Século XVII, a Revolução Industrial Inglesa, e mesmo o terremoto de Lisboa, em 1755.

Inegavelmente, todos os acontecimentos previamente listados foram extraordinários e proporcionaram evidentes contribuições à composição do que conhecemos por Modernidade. Contudo, para fins desta pesquisa, centrada no processo de formação das subjetividades e seus câmbios, parece-nos coerente aludir à época entre a invenção da imprensa e a Revolução Francesa, com suas concernentes mutações sociais, culturais, políticas e ideológicas, como “período de transição à Modernidade”: um momento “Pré-moderno” em que de um lado as bases do mundo dinástico começavam a ruir e, de outro, as colunas de sustentação moderna vinham sendo edificadas pelo acúmulo de conhecimentos, inovações e técnicas que então pululavam e foram vitais à vindoura condução e idealização do mundo burguês, a partir do final do século XVIII. No mais, deixamos o aprofundamento do debate sobre qual seria o marco moderno para os historiadores.

Segunda: alheios à “aflição” por apontar um evento que lhe sirva de símbolo, interessa-nos perceber a irrupção moderna mirando a série de mudanças por ela propiciada. Assim, acudimos à conveniente e contemplativa alegação proposta por Ben Singer (2004), que entende a modernidade a partir da conjunção de quatro distintas acepções, as quais não são excludentes entre si, mas complementárias. Dessa forma, teríamos: (a) *a concepção moral e política*, a qual destaca a modernidade baseada nos questionamentos à velha ordem tradicional, sacra, feudal ou monástica; (b) *a concepção cognitiva*, atentando para o acúmulo

de conhecimentos técnico-científicos proveniente dos avanços nas áreas da ciência, fundamentais à chegada da era moderna; (c) *a concepção socioeconômica*, que denota o conjunto de mutações sucedidas no campo social, como a industrialização, a urbanização, a consolidação da sociedade de consumo de massa etc., as quais ajudaram a construir a peculiar paisagem do meio moderno; e (d) *a concepção neurológica*, configurando as experiências sensoriais dos indivíduos em meio ao novo ambiente moderno, notadamente pelo verdadeiro bombardeio de sensações dos diversos e múltiplos choques de estímulos e informações. A combinação dessas diferentes definições, ao ver de Singer, montaria o quebra-cabeça daquilo que representou a modernidade em seus primeiros momentos.

O olhar cauteloso sobre as práticas culturais empreendidas pelas formas de organizações grupais *pré-moderna*, *moderna* e *contemporânea* é fundamental para a percepção de que, a cada um desses momentos, é possível identificar modelos subjetivos diferenciados. Isso significa que cada uma dessas eras dispõe de um tipo de subjetividade que lhe pode ser apontado como mais comum, ou ao menos mais destacado, com seus predicados próprios, os quais ora convergem, ora divergem entre si. Ao mesmo tempo, a alternância entre tais modelos não indica nem uma linha evolutiva - no sentido de que o posterior seria “melhor” ou “superior” que o anterior -, nem que os valores precedentes tenham simplesmente se evaporado no ar. Sugere apenas que, quando se ajuíza o conjunto social no plano do macro, determinados atributos condizentes a um tipo social, em certo momento, não despontam mais de maneira predominante, uma vez sobrepujados por outros modos de ser e estar no mundo, assinalando o predomínio de outra subjetividade, e assim sucessivamente.

Desse modo, nosso próximo passo é identificar quais seriam esses modelos subjetivos, como podem ser especificados e em que períodos estiveram em alta e entraram em decadência. Para tanto, recorreremos à tese de David Riesman (1995), que propôs uma espécie de tipologia ideal dos modelos de subjetividade, abrangendo exatamente o espaço de tempo com que trabalhamos. De acordo com o pensador, seriam três os tipos: o “tradicivo-dirigido” (*tradition-directed*), o “introdireto” (*inner-directed*) e o “alterdireto” (*other-directed*).

Na verdade, esses tipos enquadram-se no que Riesman chama de “caráter social”, que, segundo o autor, denota “... a parte do ‘caráter’ que é compartilhada

por grupos significativos e que, como a maioria dos cientistas sociais contemporâneos o definem, é o produto da experiência destes grupos”. (Riesman, 1995, p. 68) Ou seja, faz referência às normas e/ou regras socialmente partilhadas pelos sujeitos pertencentes a uma determinada coletividade. É um meio através do qual se atinge o que Riesman (1995) denota de “modo de conformidade”, ideia adjunta ao conceito de “coesão social” em Durkheim (2001). Isto é, elementos e noções em comum, partilhados socialmente, que conferem estabilidade, harmonia, e coesão à organização, afastando-a da condição de *anomia*, ou seja, de caos e ausência de ordem.

Mas, para além do “caráter social”, de ordem coletiva, Riesman reconhece a existência de um caráter de nível individual, representando os “... impulsos e satisfações do indivíduo – o tipo de ‘configuração’ com o qual ele aborda o mundo e as pessoas”. (Riesman, 1995, p. 68) O caráter seria a parte relativamente estável das subjetividades. Trata-se de um conjunto de valores, localizado no cerne do “eu”, que denota o magma constituinte do que cada um é; seu interior. Alterá-lo significaria mudar a essência ou o âmago do sujeito. É o oposto de “personalidade”, a qual, para o autor, relaciona-se com a maneira com que o indivíduo se projeta ao olhar do outro; com a aparência. Uma vez aludindo não ao *ser*, mas ao *parecer*, estaria localizada nas camadas de superfície da pele e no exterior. Por essa razão, está mais sujeita a ajustes e câmbios; é “lapidável” conforme as situações, tendências e modismos.

Importante esclarecer que não se trata de uma relação determinista: o caráter de nível individual tanto pode reforçar quanto se contrapor ao caráter social, e vice-versa. Dito de outro modo, os juízos individuais e coletivos podem atuar tanto como agentes de endossamento mútuo, reforçando-se, quanto de oposição, combatendo-se. Tais relações dependem da postura pessoal dos sujeitos diante das ideias predominantes do meio em que vivem. Evidentemente, confrontar os imaginários hegemônicos pressupõe, no mínimo, uma atitude bastante corajosa, já que ao fazê-lo o sujeito estaria assumindo, quase automaticamente, os riscos de sofrer com as represálias dos mecanismos de “coerção social”, para empregar outro conceito de Durkheim (2001), em referência aos engenhosos instrumentos de sanção grupal, cuja intensidade é proporcional ao “peso” da coletividade na organização da vivência e cultura.

Isso posto, entendemos, por extensão, a noção de “caráter social” como uma possibilidade de se referir aos “modos de ser e estar no mundo”, já que ambos acenam ao processo de constituição do *self*. Assim, tratamos as categorias *tradicivo-dirigida*, *introduzida* e *alterdirigida* quais tipos subjetivos ideais, cujas propriedades seriam estimuladas (ou não) em determinados grupos e momentos, agindo, por conseguinte, no modelamento e formatação do eu nas épocas analisadas.

Vejamos, então, o que cada uma dessas categorias significa, considerando especificamente a esfera ocidental do globo.

O tipo “tradicivo-dirigido” teria prevalecido durante a pré-modernidade.⁴³ Riesman (1995) o aplica para denotar os sujeitos que viviam dentro de uma organização cujas lógicas eram pautadas pelos valores da rotina e da repetição, formas de reforçar e enraizar costumes e hábitos que variavam muito pouco não só com o passar dos anos, mas das gerações. Nesse arranjo, os sujeitos já nasciam com sua posição de mundo “dada”, sendo o critério básico de estratificação o sangue herdado. Dispondo de um lugar conferido desde sempre, em vez da busca pela construção de uma identidade ou personalidade, aos traditivos era-lhes exigida a reprodução de práticas comportamentais grupalmente consagradas pelo meio em que habitavam. Sobre todas as coisas, era-lhes esperado que agissem consoante os padrões instituídos, não fugindo ou escapando nem dos costumes socialmente enraizados, nem de um destino já tracejado.

Se por um lado não deixava de ser confortante saber que ao menos todos tinham “uma função”, “um lugar”, “faziam parte do coletivo”, do qual, via de regra, só seriam excluídos ou eliminados se praticassem alguma falta considerada grave o suficiente a ponto de serem punidos com o banimento da convivência grupal, por outro não se pode olvidar que esse é um mundo avesso a transformações e com disposições bem definidas, o que carcomia as chances de mobilidade por entre as camadas sociais, tornando-o bastante engessado. Logo, a tradição ocupava um *locus* privilegiado na ordem: era o critério capital de

⁴³ Riesman (1995) considera que os traditivos-dirigidos predominaram durante a Idade Média, e que com os câmbios derivados a partir da Renascença, entre o final do século XIV e o início do XVII, o tipo seguinte, introduzido, teria começado a emergir. Em nosso estudo, preferimos situar a consolidação do introduzido a partir do final do século XVIII, com auge ao longo do XIX, época do domínio político-econômico-social burguês.

“pureza”, o ideal segundo o qual tudo o mais se organizava para o bom funcionamento da existência.

Por outro lado, ir na contramão das hierarquias milenarmente consolidadas, estratificadas basicamente entre nobres e servos ou plebeus, lutar em sentido oposto aos códigos respeitados e seguidos pela maioria, bem como não corresponder aos padrões de conduta esperados outorgava uma enorme mancha em sua figura, maculando-a com um dos maiores temores daqueles que viveram na sociedade de direção tradicional: a vergonha (Riesman, 1995).

Entretanto, na medida em que as estruturas da tradição medieval, feudal e/ou dinástica foram sendo minadas e abaladas, até seu colapso com a eclosão das Revoluções Burguesas no final do século XVIII, outro tipo de sociabilidade, mais condizente com as estimas da nova classe emergente, a burguesia, foi tomando consistência.

Pensando a respeito dos últimos anos pré-modernos, o sociólogo Norbert Elias (1994) já constatava o que descreveu como transição de *ethos*, algo diretamente relacionado com o desencadeamento do movimento Iluminista e a formação dos Estados Modernos. A eclosão do Iluminismo, com sua proposta de sacar o homem das “trevas da ignorância” através da racionalização dos fenômenos da existência, desmistificando-a, mais o surgimento dos Estados, que centralizaram tanto os tributos quanto a força física, monopolizando-os, teriam sacramentado o estilo de vida dos tempos medievais, ao mesmo tempo em que “abriram as portas” a uma nova maneira de lidar com a realidade. De acordo com o autor, o controle da violência pelo Estado teve grande reflexo e repercussão sobre os indivíduos da época, pois

graças à formação de monopólios de força, a ameaça que um homem representa para outro fica sujeita a controle mais vigoroso e tornou-se mais calculável. A vida diária torna-se mais livre de reviravoltas súbitas da sorte. A violência física é confinada aos quartéis de onde irrompe apenas em casos extremos, em tempos de guerra ou sublevação, penetrando na vida do indivíduo. (Elias, 1990, p. 200)

Segundo Elias (1990), essa centralização objetivava a promoção de maior estabilidade dos órgãos centrais da sociedade e o desenvolvimento de um mecanismo ao qual se refere como “autocontrole”, abrangendo esferas como a dos sentimentos, emoções e ações dos indivíduos: por um lado a vida tornou-se mais protegida, já que os riscos de ataques súbitos impetrados entre os sujeitos foram

minados; mas, por outro, menos prazerosa, pois significou a necessidade de repressão, ao menos em parte, da satisfação de desejos e prazeres individuais.

Para Elias (1994), essas mudanças assinalam a passagem do *ethos* medieval ao moderno, designada de “processo civilizador”. A rigor, isso quer dizer que a partir desse momento o emprego da violência geraria consequências coercitivas, punitivas e/ou estigmatizantes aos sujeitos. Ao contrário do que sucedia na Idade Média, quando “a pilhagem, a guerra, a caça de homens e animais – todas estas eram necessidades vitais que, devido à estrutura da sociedade, ficavam à vista de todos. E assim, para os fortes e os poderosos, formavam parte dos prazeres da vida”. (Elias, 1994, p. 191) A emergência da visão de mundo moderna estimulou a substituição da *espada* e da *força física* pela *palavra* e a *intriga*, a *diplomacia*, induzindo a moderação dos comportamentos, das reações e das emoções espontâneas, “refinando” os modos e as atitudes dos sujeitos.

Ainda sobre a ascensão burguesa, uma das mais formidáveis mutações ocorridas concerne à aceitação rogada ao trabalho. Se as camadas privilegiadas do Antigo Regime miravam o trabalho com indiferença e inferioridade – e, por isso, relegavam-no ao povo -, a burguesia o estabeleceu como um dos alicerces da civilização: meio através do qual não só vendia a ideologia da ascensão social através do próprio esforço, suor e mérito – e, conseqüentemente, forma legítima para “crescer na vida” -, como também instrumento de exploração da força de trabalho proletária, acumulando riqueza pelo mecanismo da “mais-valia” (Marx; Engels, 2010). Era, em outras palavras, a promoção da substituição do *ócio* pelo *negócio*, juntamente com o estímulo à *poupança* em vez do *dispêndio*.

Contudo, a idealização burguesa visava a desconstrução dos valores tradicionais para a respectiva implantação de juízos que, acreditava, fossem fortes o suficiente para manterem-se estáveis e rígidos com o passar do tempo. Sonhava, por conseguinte, com a construção de um mundo de ordem perfeita, segura e estável aos seus interesses. Sem embargo, o próprio desmonte produzido pelo sistema, por seu caráter brusco, intenso e acelerado, ocorrido entre a pré-modernidade e a modernidade, não passou incólume nos sujeitos. Na verdade, pode-se dizer que produziu implicações contra o próprio projeto moderno. Pois, apesar da promessa de segurança, estabilidade e redução dos medos via racionalização burocrática e científica, o mesmo estabeleceu um quadro de “mal-

estar” generalizado, proveniente justamente da vontade de instalar um mundo e uma ordem novos (à custa do desmanche do mundo e da ordem anteriores), trazendo consigo a sensação de “começo permanente” (Bauman, 1998) e, à vista disso, de imprevisibilidade. Afinal, *tudo* poderia mudar a todo e qualquer instante, de maneira que aquilo que era tido como “puro” poderia ser visto, de uma hora para outra, como ameaça ou obstáculo ao bom funcionamento da ordem.

Logo, um dos “erros” do projeto moderno parece ter sido a promessa de tentar conjugar duas variantes que, embora não sejam inimigas entre si, são indissolúveis, tal qual a água e o óleo: a *paixão pela mudança constante* – simbolizada, dentre outras, pela “destruição criativa”, isto é, a derrubada de arcabouços, símbolos e/ou legados feudais ou dinásticos pela instalação ou construção de novas estruturas úteis ao projeto moderno -, e a busca pela *estabilidade da existência* – por meio de sua planificação, tornando-a presumível ou calculável através da eliminação da aleatoriedade, o que conferiria certo grau de segurança diária. Quiçá por isso o teórico alemão Walter Benjamin tenha alegado que a modernidade nascera sob o “signo do suicídio” (Benjamin *apud* Bauman, 1998, p. 21).

Em síntese, a dominação burguesa tratou de substituir o mundo engessado da tradição pela “solidificação” de outro no qual prevalecessem visões mais condizentes com o nascente projeto moderno, em especial os emanados pelo par Estado-Nação e Iluminismo. Hoje, por sua vez, seriam justamente essas visões, tão alegóricas à modernidade, que estariam “derretendo”. Não à toa, presenciamos o crescimento dos debates e questionamentos acerca das políticas, medidas e instituições totalizantes e universalizantes que tanto caracterizaram a modernidade do século XIX, como a escola, a prisão e mesmo a família nuclear.

Nesse contexto, diferentemente do precedente, nenhum sujeito nascia com lugar de mundo “pré-definido”, e tampouco com uma sina a qual estaria fadado a cumprir. À medida que o “peso” da coletividade foi declinando como agente de estruturação da existência, mais autonomia foi sendo injetada às individualidades, de modo que, agora, espera-se que os sujeitos conquistem seu espaço e posição sociais. Gozando de uma boa dose de liberdade em relação às amarras tradicionais que os atavam a uma sorte esboçada na nascença, desde já os indivíduos puderam esquematizar suas próprias metas e planejar seu próprio futuro, o que, trocando em miúdos, permitiu a invenção do ideal de *projeto de vida*.

Em tese, conforme o sistema de ideias vendido pela burguesia, a promoção do projeto de vida pregava que *todos* poderiam ser aquilo que quisessem, bastando, para tanto, empreender os esforços necessários para lográ-lo. Em dita situação, o medo da vergonha, notado nos tradicionais-dirigidos, deslizou em direção ao temor da culpa (Riesman, 1995). Pois, se outrora o título de nobreza se fundava num precioso mecanismo denotador de privilégios e status, juntamente a uma ostentada postura de requinte, a partir desse instante a distinção ficou a cargo da escolha de uma carreira, valorizada qual uma qualidade, e, principalmente, pelo sucesso financeiro. Conseqüentemente, temia-se fracassar perante as decisões – não mais impostas por terceiros, mas adotadas pelo próprio sujeito -, portanto não obter êxito na vida, já que a conta pela “falha” recairia única e exclusivamente em suas costas.

O *faz-de-conta* meritocrático burguês, no entanto, ocultava a existência de um mecanismo conhecido por “campo de possibilidades” (Velho, 2004): se todos podiam traçar seu plano de vida pessoal, individual e único, com suas finalidades e intenções particulares, uma vez que já não havia mais nenhuma lei divina ou suntuária que os impedisse, nem todos detinham as mesmas chances e oportunidades para atingi-lo, de modo que alguns teriam pela frente uma estrada bem mais esburacada e acintosa que outros.

Dessa maneira, se o sangue não operava mais como fator determinante da posição social, o capital tomava às vezes de excelente agente facilitador de *status*. A equação é relativamente simples: quanto mais capital se possuísse, possivelmente mais branda seria a trajetória rumo ao alcance dos objetivos pessoais. Na outra ponta, com quanto menos capital se pudesse contar, mais traiçoeira e árdua poderia vir a ser a tarefa de *se tornar si mesmo* – ou aquilo que se desejava para si.

Todavia, para que pudesse fazer sentido, o advento do “projeto de vida” teve de ser acompanhado da invenção de outro ideal, o qual se constitui, até os dias que nos contemporizam, como uma das principais metanarrativas da sociedade: a noção de indivíduo, cujas raízes, segundo Simmel (1998), remontam à Renascença italiana, estando ligado à valorização da própria individualidade. Para o sociólogo, porém, há de se distinguir dois tipos de indivíduo, de acordo, principalmente, com a forma de organização social ponderada. Haveria, então, os indivíduos *quantitativos* ou *numéricos*, aqueles que se enxergam não de maneira

isolada em relação ao grupo, mas como membros de uma coletividade, com fins partilhados, comumente determinados por algum monarca ou senhor feudal; e os indivíduos *qualitativos*, aqueles que se veem como sujeitos únicos, indivisíveis, os quais, uma vez caracterizados por suas idiossincrasias, estariam particularizados em pessoas. Ao contrário dos primeiros, estes votam seus escopos menos grupal que individualmente, menos no destino que em metas particulares, assim como valorizam menos a coletividade que a liberdade de escolha e a autonomia pessoal. Não à toa a importância, para esse tipo de sujeito, do desenvolvimento de um projeto de vida singular e intransferível.

Nesse quadro, as tradições grupais foram suplantadas em função de um redirecionamento rumo ao interior de si. Ou seja, acompanhando esse panorama individualizante, a interiorização principiou a despontar como o combustível que alimentava o motor da construção do eu, convertendo-a na força basilar de orientação subjetiva. O tipo *introdirecionado* foi, portanto, consolidando-se frente ao traditivo-dirigido (Riesman, 1995).

Voltados para dentro, os introdirecionados concediam demasiada importância ao próprio cerne ou âmago, âmbito que, acreditavam, carregava a essência de cada um, aquilo que efetivamente eram. Nesse sentido, a fim de evitar que terceiros tomassem ciência sobre sua interioridade, descortinando quem de fato o sujeito era em sua esfera privada, fazia-se necessário acastelar e camuflar essa face das vistas de terceiros. Com isso, o introdirecionado enfrentou um dilema que não lhe tocou aos traditivos: as “tirantias da intimidade” (Sennett, 1995), tendência caracterizada pela supervalorização das questões do domínio íntimo e da esfera privada, em concomitância com certa insensibilidade em relação aos assuntos e acontecimentos do espaço público, confluindo num tipo de sufocamento no qual o foro privado fora considerado superior. Em decorrência, muito em parte pelo medo de “cair na boca do povo”, os assuntos e demandas da intimidade passaram a ser ocultados acima de qualquer coisa. Pois, do contrário, o sujeito estaria passível a uma série de suspeitas, temores e reprimendas do meio coletivo.

A averiguação dos discursos dos jornais do século XIX e início do XX, que compõem parte de nosso *corpus*, corrobora com a hipótese da existência de um viés tirânico em torno dos dilemas da esfera íntima. Porém, mais do que isso: os textos são fortemente viesados pelo pendor à exteriorização do outro, notadamente à sua vertente passiva. Um desses periódicos é o *Diabrete*, editado

na capital fluminense, datado de 1883. Suas páginas vinham recheadas com uma infinidade de notas cujo teor não só contestava como expunha eventuais comportamentos considerados “impertinentes” perpetrados pelos cariocas, sobretudo na região central da cidade, evidenciando o quanto as questões privadas deveriam ser mantidas sob a máxima discrição, sob o risco de se tornarem tópico de exposição pública. É o que se comprova nas passagens transcritas a seguir:

As meninas que moram no campo de S. Christovão, junto á uma pharmacia, que dão escandalos com uns officiaes do regimento e um celleberrimo doutor, tomem tento na *bola*, quando não, fará das suas o nosso collega *Mephisto Junior*.⁴⁴

RUA DO CONDE D’EU 892

A menina que da casa baixa e portão, namora certo typo com o qual conversa até alta noite, tome cuidado com a *tal cousa*.⁴⁵

Vemos, aqui, tanto um apelo à preservação da chamada “moral burguesa”, e sua predileção à reserva, quanto uma tentativa de constrangimento pelo alardeamento de um acontecimento privativo. Dito de outro modo, a exposição da vida alheia com o objetivo de moralizar as relações sociais e embaraçar o outro.

No mesmo jornal, havia uma seção, batizada de “Caldeirão Público”, destinada a divulgar repreensões e censuras realizadas por populares sempre que testemunhassem determinadas condutas “contestáveis”. Quer dizer, qualquer um que flagrasse uma atitude “ruidosa” poderia enviá-la, mesmo anonimamente, para que *Diabrete* a noticiasse, tornando-a do conhecimento de seus leitores. Ou seja, o periódico cedia espaço para que, não apenas ele, mas igualmente seus leitores pudessem exteriorizar o outro, sempre que achassem necessário.

Tributo de amisade

Pede-se á Niniche C.. do sobradinho da rua de Luiz de Camões n. 8 mais 8, que tenha um pouco de vergonha; é preciso comprehender que é casada e que estando longe do seu “petit” marido deve ao menos respeital-o. Não acha? Pharmaceutico.⁴⁶

Rua da Alfandega n. 463

O Cardoso alfaiate, um patife de marca maior, que é casado na terra, onde tem tambem dois filhos acaba de *roubar* a mulher de um seu collega e com ella está vivendo na rua e casa acima.

⁴⁴ **Diabrete**, Rio de Janeiro, 5 mar. 1883, p. 2.

⁴⁵ Rua do Conde D’Eu 892. **Diabrete**, Rio de Janeiro, 5 mar. 1883, p. 2.

⁴⁶ **Diabrete**, Rio de Janeiro, 5 mar. 1883. Caldeirão publico, p. 4.

Havemos de descobrir-lhe a chronica.
*Visinhos.*⁴⁷

Já em 19 de maio, uma advertência ainda mais lacônica – exceto, talvez, ao “Espreitador”, conveniente pseudônimo utilizado por seu desconhecido autor, para quem o aviso não passou de “piadas leves”.

Rua de Frias Miguel
 Indo banhar-se, no seu cabuloso jardim, a celeberrima Amelia flautista feriu o seu *mimoso pésinho*.
 Ai! credo! que berreiro! que balburdia!
 Pedia balsamo, arnica, eu sei cá!
 Neste interim, appareceu um *mico* de porta de theatro que dando-lhe uma *seringada* na *ferida* minorou-lhe incontinenti as dores e o *susto*.
 É muito *delicada* a Amelinha flautista!
 Olha, mulher: deixa-te de ser tão tola e vaidosa, e lembra-te que bem podes em breve cahir deste pedestal baloufo em que te julgas elevada, e achares-te atirada á enxerga fetida e emprestada de algum hospicio de caridade.
 Se não tomas vergonha, se não te comportas, daremos em vez de piadas leves, a chronica dos teus peccadilhos, o teu nome por estenso e o numero de tua casa.
*Espreitador.*⁴⁸

Importante ressaltar que o desequilíbrio entre os espaços públicos e privados, e a respectiva desvalorização daqueles, no século XIX, pautou-se, principalmente, no exponencial crescimento das cidades e suas populações, ao longo da fase industrial do capitalismo. Porém, não é menos importante salientar que o contexto sociocultural europeu diferia, em muitos aspectos, do brasileiro. Pensando, primeiramente, no Velho Mundo, em especial na França e na Inglaterra, temos como resultado a formação das primeiras metrópoles globais, onde os sujeitos aprenderam a conviver com a dimensão do anonimato, divergindo da rotina dos feudos em que os sujeitos, de certa forma, conheciam-se mutuamente. Consequentemente, a cidade logo foi associada à morada ideal dos delinquentes, os quais não encontrariam muita dificuldade nem para cometerem delitos nem para se ocultarem, logrando-o às vezes somente ao se misturarem à multidão. Imaginário absolutamente distinto do momento em que as cidades foram idealizadas, na Antiguidade, quando concebidas qual uma tentativa da engenharia humana de dominar o caos da natureza e sua imprevisibilidade. Desse modo, dos ideais de lugar com ordem perfeita, harmônica e segura, as urbes

⁴⁷ Rua da Alfandega n. 463. **Diabrete**, Rio de Janeiro, 23,25 mar. 1883, p. 4.

⁴⁸ **Diabrete**, Rio de Janeiro, 19 maio 1883. Caldeirão publico, p. 4.

passaram a ocupar os imaginários de um ambiente perigoso, desordenado e perturbador (Tuan, 2005).

Em um espaço tão hostil e arriscado, ninguém se sentiria totalmente à vontade, pois qualquer indivíduo poderia ser um marginal à espreita e/ou representar uma ameaça em potencial, sobretudo após o episódio do “Jack, o estripador”, famoso matador de prostitutas dos sórdidos e escuros becos londrinos, entre os anos de 1888 e 1891, que supostamente teria adotado a rede de esgoto como esconderijo e rota de fuga. Até hoje, não se sabe ao certo nem o número de mortes cometidas pelo homicida (há versões que variam de 5 a 11), nem quem teria sido a pessoa por trás desses crimes, permanecendo o acontecimento sem solução. Esse evento, a propósito, ocorreu poucos anos depois do romancista Robert Louis Stevenson tecer o conto *Markheim* (1884), cuja trama procura recriar justamente o clima de desconfiança e aleatoriedade pairantes e predominantes no cotidiano dos habitantes das grandes e modernas metrópoles, simbolizado na figura de um comerciante, vítima de um delinquente em plena noite de Natal. (É de se perguntar se não teria Jack se inspirado na literatura para levar a cabo sua sequência de assassinatos).

Ao âmbito privado, em contraposição, culturalmente foi se conferindo valor moral superior, o local destinado ao cultivo de si e à individualidade, constituindo-o qual uma espécie de abrigo contra os estorvos e empecilhos dos sítios públicos, graças às suas densas, grossas e opacas paredes. Se a vida pública era tida como mera obrigação formal, o espaço privado se firmava qual o lugar do caráter e da introspecção. O público se ligava, pois, à experiência da personalidade e da interação, fomentando o desenvolvimento de uma sociedade intimista em que “todos os fenômenos sociais, por mais que fossem impessoais em sua estrutura, eram convertidos em questões de personalidade, com a finalidade de adquirirem um sentido”. (Sennett, 1995, p. 271) Do contrário, as ocorrências dos âmbitos públicos facilmente passariam inertes e indiferentes aos indivíduos.

Assim, a associação do espaço público como ambiente de perigo foi justamente um dos efeitos do desequilíbrio entre este e o espaço privado: em público, a moral, tanto do homem quanto da mulher, corria o risco de ser maculada – o que, de certo modo, instigava os sujeitos a valorizarem e preservarem, ainda mais, o campo privado, trazendo consigo uma importante

modificação naquela que talvez seja sua maior expressão: a família. Idealizada na formação composta por pai, mãe e filhos, o planejamento da família mononuclear burguesa promoveu adaptações, inclusive, na estrutura das residências. Logo, propriedades super-habitadas, mesmo que enormes, prontamente sucumbiram em prol das moradas reservadas ao uso exclusivo dos clãs, trazendo consigo adjetivos como *lar*, *conforto* e *domesticidade* (Sibilia, 2008).

Embora as “tirantias da intimidade” não tenham se instalado no Brasil com a mesma intensidade com que fora observada na Europa, nem por isso as mesmas passaram despercebidas e muito menos incólumes em nosso contexto sociocultural. Parafraseando Roberto Schwartz (2000), foram adotadas em território nacional com contrastes e dualismos, *abrasileirando-as*. Bem verdade que, por um lado, o temor de ver a vida privada ser exposta nos espaços públicos estava disseminado entre os indivíduos, assim como na Europa. Por outro, e essa ao que tudo indica é uma particularidade bem brasileira acerca do fenômeno intimista, esse temor fora canalizado, sobretudo, pela imprensa nacional, tanto como excelente fato jornalístico, isto é, mote de atração de leitores, quanto de moralização social através da publicação de constrangimentos pessoais. Muito em parte, porque as cidades brasileiras ainda estavam longe de experimentar o elevado grau de anonimato já observado nas metrópoles europeias e estadunidenses, sendo ainda marcadas por certo grau provinciano.

Assim, a título de materialização da exteriorização passiva, com, repetimos, o manifesto desígnio de envergonhar a figura exposta e, por extensão, servir de “aviso” aos demais, - em outras palavras, a adaptação da imprensa brasileira para as “tirantias da intimidade” -, selecionamos a capa de 26 de dezembro de 1929 do jornal carioca *Critica*, dirigido pela família Rodrigues, a qual causou grande alvoroço e repercussão no Rio de Janeiro por alastrar ao público um episódio genuinamente privado, que atentava gravemente contra os princípios da “moral dos bons costumes”. Tratava-se de uma suposta “pulada de cerca”, abarrotada de peripécias rocambolescas, envolvendo nada menos do que três conhecidas figuras dos círculos da alta sociedade carioca, o que, muito provavelmente, acentuou ainda mais a polêmica e a curiosidade pelo “caso”. De tão mirabolante para a época, e pela sucessão de eventos desencadeados, a manchete acabou se tornando uma das mais notórias da História do jornalismo

nacional, para a fúria da acusada de adultério e possível arrependimento dos Rodrigues: “Entra hoje em juízo nesta capital um rumoroso pedido de desquite!”.

O texto que acompanhava o título versava a respeito da separação entre a escritora Sylvia Thibau e o médico João Thibau Júnior, sendo o fato apresentado da seguinte (e espalhafatosa) maneira por *Critica*:

Mme. Tibau é uma escriptora moderna.
Reivindicadora dos direitos da mulher no seculo presente.
Ella collabora, com brilho, nas columnas do “O Jornal”, de “Fon-Fon”, “Selecta” e “A Gazeta”, de São Paulo.
Esposa de um medico conhecido, o Dr. João Tibau Junior, desfructa certo conceito na sociedade carioca.
Esta a pessoa em torno de quem, como consequencia de um pedido de divorcio, surgiram, nos ultimos dias, os mais descontraidos commentarios.
“Critica”, na ansia de desvendar os mysterios da nossa sociedade, interessou-se pelo caso em que se acham envolvidos, além de Mme. Tibau, seu marido e o Dr. Manoel Abreu, clinico de nomeada em nossa capital.
E todos os depoimentos que nos foram prestados são comprometedores da honra da escriptora, além de balançarem os meritos do grande radiologista Dr. Manoel de Abreu.⁴⁹

Bem verdade que presentemente já nos habituamos à superoferta de eventos privados despudoradamente difundidos nos espaços da mídia, a ponto de pouca coisa nos lograr causar algum choque ou espanto. Contudo, a revelação de um adultério, em 1929, continha elementos o suficiente para atrair muita atenção. Todavia, não estamos falando do tipo de atenção ansiada por muitos de nossos contemporâneos, tida como chance para dizer “adeus” ao anonimato, e sim de uma “atenção negativa”, na qual o sujeito se vê passível a uma série de represálias sociais. E, numa conjuntura guiada pela reclusão da vida íntima, a exploração de um tema tão controverso, para não dizer tabu, qual o divórcio, evidentemente não passaria batido.

Por conseguinte, ao dedicar quase a primeira página inteira ao “rumoroso pedido de desquite”, essa fatídica edição de *Critica* não fez nada mais – mas também nada menos – do que despejar gasolina a um incêndio. Na referida edição, o assunto recebeu ainda dois outros títulos em destaque: dando-nos a dimensão do frisson popular despertado, um d’eles dizia que “Ha uma grande ansiedade publica em conhecer os motivos da separação do casal doutor Tibau

⁴⁹ Ha uma grande ansiedade publica em conhecer os motivos da separação do casal doutor Tibau Junior. *Critica*, Rio de Janeiro, 26 dez. 1929, p. 1.

Junior”; já o terceiro recorreu a uma das estratégias preferidas dos jornalistas da época para alavancar as vendagens – a especulação sensacionalista – ao indagar se “Será o conhecido radiologista Dr. João de Abreu o causador directo da dissolução do lar daquele seu illustre collega?”.

Sem embargo, a mostra de um evento doméstico, iniciado com a “ânsia de desvendar os mysterios da nossa sociedade”, num instante em que, não percamos de mente, buscava-se a salvaguarda dos segredos da privacidade, terminou em desgraça. No mesmo dia da publicação, Sylvia Thibau foi à redação do periódico, no Centro do Rio de Janeiro, e, armada, intencionou alvejar Mário Rodrigues. Na ausência do mesmo, Sylvia optou por atirar contra o primeiro Rodrigues que encontrasse, acertando Roberto Rodrigues, autor da caricatura presente na mencionada capa, a qual trazia um homem, vestido de médico, pousando a mão, numa atitude “suspeita”, sobre a perna de uma mulher, aludindo diretamente à Mme. Thibau e Manoel de Abreu, vindo a falecer poucos dias depois.

Entre o tiro e a morte, *Crítica* dedicou-se a cobrir, de modo tão pormenorizado quanto mirabolante, o passo a passo da tragédia e do desenrolar dos acontecimentos, em um decurso de fatos equivalente à literatura ficcional. Assim, tivemos: a descrição do incidente (“A meretriz Sylvia Tibau alvejou a bala em premeditada emboscada, levada a efeito na tarde de hontem nesta redacção, o nosso companheiro Roberto Rodrigues”, seguido do subtítulo: “Attrahindo o nosso companheiro a um gabinete reservado, a criminosa, traiçoeiramente, baleou-o no ventre, com frieza sanguinaria sem nome”⁵⁰); os cuidados médicos e a compaixão para com a “vítima” (“Roberto Rodrigues, victma do hysticismo sadico da barregã Sylvia Tibau, guarda o leito, cercado da solidariedade e do conforto de seus amigos”⁵¹); a repercussão popular (“O attentado covarde da meretriz Sylvia Tibau contra Roberto Rodrigues indignou a população”⁵²); e, finalmente, o falecimento (“Boa noite, Roberto!”⁵³).

⁵⁰ A meretriz Sylvia Tibau alvejou a bala em premeditada emboscada, levada a efeito na tarde de hontem nesta redacção, o nosso companheiro Roberto Rodrigues: attrahindo o nosso companheiro a um gabinete reservado, a criminosa, traiçoeiramente, baleou-o no ventre, com frieza sanguinaria sem nome. **Crítica**, Rio de Janeiro, 27 dez. 1929, p. 8.

⁵¹ Roberto Rodrigues, victma do hysticismo sadico da barregã Sylvia Tibau, guarda o leito, cercado da solidariedade e do conforto de seus amigos. **Crítica**, Rio de Janeiro, 28 dez. 1929, p. 8.

⁵² O attentado covarde da meretriz Sylvia Tibau contra Roberto Rodrigues indignou a população. **Crítica**, Rio de Janeiro, 29 dez. 1929, p. 8.

⁵³ Boa noite, Roberto!. **Crítica**, Rio de Janeiro, 31 dez. 1929, p. 1.

O assassinato, juntamente com a feroz campanha liderada por *Critica* contra Sylvia, não lhe poupando adjetivações pejorativas, deu ainda mais evidência ao caso, mantendo-o em alta até o dia do julgamento da senhora Thibau, ocorrido no ano seguinte, o qual igualmente transcorreu com estardalhaço, tendo sido o primeiro a ser transmitido ao vivo pela rádio (vislumbram-se aqui alguns indícios do movimento de espetacularização, consolidado algumas poucas décadas à frente). P.S: apesar de todo o circo, Sylvia acabou inocentada.⁵⁴

A triste sina de Mme. Thibau – a de ser descoberta e “cair na boca do povo” -, com suas respectivas sequelas, revela-nos que Luísa, afamada personagem da literatura de Eça de Queirós, de 1878, tinha razão ao temer o que lhe aguardaria a revelação de que traía o marido. Como Sylvia, Luísa levava uma vida tipicamente burguesa, em Lisboa. Entretanto, sua “roda da fortuna” começou a girar quando Juliana, sua empregada doméstica, descobriu descartada junto ao lixo doméstico uma das cartas íntimas que havia trocado com seu primo, Basílio, com quem teve um breve (e intenso) relacionamento durante o período em que o mesmo se hospedara em sua casa. Em troca da preservação do segredo, Luísa cedeu a uma sequência de chantagens, vendo-se obrigada a cumprir com os afazeres caseiros de lavar, passar, cozinhar, limpar e arrumar, enquanto Juliana encarnava a rotina da patroa: toda essa humilhação, no entanto, parecia-lhe menor quando cotejada com as implicações da descoberta do adultério.⁵⁵

Em meados do século XX, no entanto, devido a uma reconfiguração dos valores socioculturais em voga, outra forma de subjetividade começou a tomar forma. O embrião dessa transição, porém, remonta exatamente à passagem entre os séculos XIX e XX. Nesse momento, o processo de modernização iniciado com as Revoluções Liberais se aprofundou ainda mais na Europa, graças, sobretudo, aos inventos do período conhecido como *Belle époque* – dentre eles a lâmpada elétrica, o gramofone, o cinematógrafo, o telégrafo sem fio, o telefone, o automóvel e o avião -, os quais atuaram de modo a “encurtar” a relação tempo-espço, acelerando, fragmentando e intensificando as experiências da vida, de

⁵⁴ Sobre o caso Thibau, recomendamos a leitura da crônica “Um dia para se lembrar de Sylvia Seraphim”, de Edilson Pereira, por ser uma das poucas fontes que encontramos que aborda o episódio sob o olhar de Sylvia. Disponível em: <<http://www.tribunapr.com.br/blogs/pelas-ruas-da-cidade/um-dia-para-se-lembrar-de-sylvia-seraphim/>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

⁵⁵ Acrescenta-se, no entanto, que, no caso da literatura de Eça de Queirós, um dos marcos do enredo trata de explorar a revanche da classe dominada, representada pela empregada doméstica, sobre a classe dominante, a patroa, questão crucial à interpretação e entendimento da obra.

forma que por meio da percepção de inúmeros e variados choques, seguidos de intensos bombardeios e estímulos sensoriais de toda ordem, alterava-se, outrossim, a maneira com que os sujeitos cultivavam a própria subjetividade.

Mesmo as cidades, notadamente as europeias, considerando, também, as maiores urbes do EUA, atravessaram constantes e profundas mutações, tornando-as ambiente visualmente poluído, barulhento, lotado e caótico. Ou, consoante sintetizado por Ben Singer, “A cidade moderna parece ter transformado a experiência subjetiva não apenas quanto ao seu impacto visual e auditivo, mas também quanto as suas tensões viscerais e suas cargas de ansiedade”. (Singer, 2004, p. 106) Cerceados por hiperestímulos, em não raras ocasiões os sujeitos se quedavam temporariamente sem a devida faculdade de contraporem os impulsos recebidos, em virtude do esgotamento ou saturação da capacidade neurológica de resposta a tais incitamentos, não lhes cabendo alternativa que não a de criar mecanismos de defesa contra ditos acometimentos. Quando não, desenvolviam até mesmo patologias de estresse mental, denotando, por ilustração, a “atitude blasé” (Simmel, 1987).

De permeio a essas mudanças, as mídias principiaram a desempenhar papel bastante destacado no âmbito sociocultural, segundo alega o próprio Riesman, o qual reconheceu que “É obviamente impossível separar com nitidez os meios de comunicação do contexto cultural mais amplo” (Riesman, 1995, p. 56), afirmando ainda que “Cada vez mais, as relações com o mundo exterior e consigo mesmo são mediadas pelo fluxo das comunicações de massa”. (Riesman, 1995, p. 85) Por seu crescente destaque, a mídia encampou um dos eixos que assentaram a transição entre os introdirigidos e o último dos tipos subjetivos apontados pelo autor (ou “caráter social”, conforme sua categorização): o *alterdirigido* (Riesman, 1995).

Uma das mais fundamentais premissas dos alterdirigidos é seu elevado pendor para com as opiniões e interesses do outro (Riesman, 1995), ainda que signifique ajustar-se às situações e/ou reinventar o próprio perfil ou personalidade, *quando necessário*, assumindo novos aspectos ou feições. É exatamente por conseguirem acomodarem-se de maneira relativamente simples e rápida às disposições do meio em que se encontram, pela capacidade de adaptação no curto prazo e pela facilidade com que se autorreconstroem que não nos parece exagerado asseverar que as subjetividades contemporâneas, de tão maleáveis,

estariam se tornando, outrossim, camaleônicas. Logo, o alterdirigido volta-se não para o interior, o cerne ou o caráter, a parte “estável” do *self* – e, por isso, relativamente fixa e bem definida -, mas para o seu oposto: o exterior, a aparência e a personalidade, a parte flexível do eu de cada um.

Fluindo para fora, a exteriorização torna-se a direção principal em torno da qual o eu se norteia. Nessa guinada, o resguardo e a ocultação da própria vida, privacidade e intimidade parecem irremediavelmente perdendo o sentido atribuído ao longo da modernidade: se os introdirigidos se blindavam pelo receio de revelarem a outrem a essência de seu eu, o alterdirigido parece fazer questão, *ele mesmo*, de exhibir a própria vida, intimidade e corpo.

Fora o fato de ser marcada pela facilidade de adaptação e pelo alto grau de cosmopolitismo, há, todavia, outra peculiaridade da alterdireção. Permeados numa insistente e incansável desordem de informações de toda espécie ou natureza, as quais brotam de todos os lados, os alterdirigidos teriam, pouco a pouco, “jubilado” o *caleidoscópio psicológico* dos introdirigidos – mecanismo-metáfora que lhes seria característico e a essa altura estaria tendo que girar ininterruptamente em busca de um “ponto de equilíbrio” interno – por outro instrumento que se evidenciava mais eficiente e eficaz na “arte” de captar influências externas, de quaisquer direções ou sentidos (Riesman, 1995). Prontamente, o “equipamento de controle” emblemático do alterdirigido passou a ser o *radar*, com o qual lograva detectar as flutuantes e variáveis tendências do meio, pois “O indivíduo alterdirigido deve estar apto a receber sinais de perto e de longe; as fontes são várias, as mudanças são rápidas”. (Riesman, 1995, p. 89)

Ainda de acordo com o sociólogo, o sentimento basilar desses sujeitos não seria mais a vergonha (típica dos traditivos-dirigidos) ou a culpa (marcante aos introdirigidos), mas a ansiedade (Riesman, 1995), derivada da contínua derrubada de certezas e valores com os quais os indivíduos intentam se habituar. Tal ansiedade se expressa especialmente naqueles que não querem “perder o bonde da História”, almejando se manterem constantemente informados e atualizados com o que há de mais recente.

Não em vão assistimos, dia após dia, de modo relativamente banal, uma enxurrada de escancaramentos de todos os suportes que protegiam a outrora tão cultivada e nutrida privacidade: diários, relatos, cartas, escritas, objetos, a sensualidade do corpo, dentre outros, os quais vêm sendo alforriados das chaves,

cadeados e vestimentas que os resguardavam, retirados de gavetas, escrivatinhas, cômodas, armários, indumentárias, etc., quedando visíveis a todos. Assim, ao mesmo tempo em que se tem a exibição da vida antes tida como íntima, tem-se, igualmente, a exibição do corpo, o qual de peça na engrenagem do capitalismo industrial, desde já, vira objeto de contemplação midiática.

Em suma, se o escopo anterior era o eclipsamento do eu, atualmente prevalece a busca pela *captura do olhar do outro*; se os introdirigidos acreditavam que se solidificavam através da realização de relatos e/ou escritas intimistas – formas de desabafos pessoais que, por isso mesmo, eram mantidos em segredo –, os alterdirigidos depositam sua materialização no ato de serem vistos e acompanhados por outrem, pela confissão de acontecimentos íntimos. Por essa razão, Sibilia (2008) argumenta que outra configuração de tirania assume o papel que a da intimidade exerceu sobre os introdirigidos. Enquanto regidos pela alterdireção, estaríamos lidando com os efeitos da “tirania da visibilidade”, disposição marcada, grosso modo, pela paulatina vontade de *ser visto*, uma crescente necessidade ou desejo sintomático do medo da invisibilidade, o qual, ao lado do temor de não acompanhar os preceitos da moral da boa forma ou aparência, compõe dois dos maiores temores dos sujeitos contemporâneos.

Entender os predicados desses modelos subjetivos e seus respectivos preceitos é importante para que possamos compreender as distintas formas com que os mesmos foram moldados, representados e/ou se representavam. Nesse sentido, poucos âmbitos se revelam tão privilegiados para a apreensão das sinuosidades das mutações socioculturais, subjetivas e representacionais, ocorridas nesse ínterim, quanto a mídia, em especial a imprensa. Através de suas narrativas, buscamos resquícios e evidências com as quais possamos entender as distintas convenções subjetivas.

Assim, no século XXI, talvez nem Mme. Thibau nem Luísa teriam tomado medidas tão extremas – embora, no que concerne à Sylvia, assassinar um dos Rodrigues a tenha inscrito na História como uma marcante personalidade carioca do século XX. Isto porque, nesse ínterim, consoante observa Birman, na citação de abertura deste Capítulo, transitamos da *interioridade* à *exterioridade*, além da tirania da *intimidade* à da *visibilidade* ou, ainda, do *medo de se expor* – no que tange à Thibau, de ter exposta a privacidade sem o devido consentimento – ao *medo de não ser visto*. Dessa forma, agora, apesar das diferentes posições sociais

ocupadas pelas mulheres das ilustrações anteriores e, consecutivamente, dos diferentes graus de consequências às quais cada uma estaria sujeita, em vez de homicídio, Thibau poderia ter tomado atitude semelhante à de Bruna Surfistinha, por exemplo. O mesmo pode ser dito em relação à Luísa: ambas poderiam ter convertido suas histórias – incluindo amor, traição, divórcio, chantagem, assassinato e tudo o mais – em excelentes chamarizes da imprensa. De modo direto, em ensejos de autopromoção midiática, no melhor estilo da exteriorização ativa. Não estamos afirmando, no entanto, que, se fosse atualmente, as mesmas teriam tomado essas atitudes. Apenas que, presentemente, outras possibilidades, impensadas há até bem pouco tempo, foram acesas.

Pois fora exatamente o que fizera Elizabeth Taylor, uma das mais célebres atrizes dos “anos de ouro de Hollywood”. Ao longo da vida, Liz se casou por oito vezes. Porém, nem só da coleção de filmes e matrimônios viveu a senhora Taylor, mas também das várias controvérsias conjugais que os mesmos originaram. A começar pelo fato de Liz chegar a trocar alianças duas vezes com o mesmo homem, Richard Burton, com quem contracenara no filme *Cleópatra* (1963), e que se tornou seu quinto marido, sendo a primeira em 1964, divorciando-se dez anos depois, e a segunda no ano seguinte à separação, em 1975. Desta vez, entretanto, a união durou pouco: menos tempo do que a Terra leva para completar sua translação. Todavia, foi justamente durante os períodos em que se relacionou com Burton que Taylor mais parece ter feito da vida um produto midiático, tais eram as peripécias que protagonizava.

“Dizem as más línguas”, aliás, que Liz e Burton deram início ao envolvimento amoroso enquanto a atriz era casada com Eddie Fisher, por sua vez melhor amigo de seu esposo anterior, Michael Todd, de quem ficou viúva em função de um acidente aéreo. Como se o episódio já não contivesse ação o suficiente, antes de se juntar com Liz, Todd era marido de Debbie Reynolds, uma das melhores amigas da atriz, o que, certamente, tornou o enredo de seu “filme-vida” (Gabler, 1999) mais espetacular. Diante de tantos elementos dramáticos, o segundo divórcio com Burton pode até soar insignificante, mas ainda é digno de nota: especula-se que dessa vez o pretexto para o fim da união foram as constantes “escapadas” de Taylor com Ardeshir Zahedi, embaixador do Irã nos Estados Unidos, com quem – advinha? – acabou se casando (para logo depois de separar).

De permeio a tantas idas e vindas, o mais longo e bem-sucedido casamento de Elizabeth Taylor parece ter sido sacramentado não com um dos seus oito esposos, e sim com a mídia. Parece até que as duas pactuaram um acordo de benefício mútuo para a satisfação de seus interesses: de um lado, irrequietos veículos de comunicação querendo ocupar seus espaços com os – ora banais, ora excêntricos, ora escandalosos – acontecimentos da vida das estrelas do cinema e da televisão, proporcionando um verdadeiro “show da vida real” na forma de passatempo melodramático e recreação – uma demanda cada vez mais patente por parte da audiência; de outro, uma Liz que padecia de uma insaciável sede por promover-se diante dos holofotes.

O problema é que à medida que o tempo corria não só novos astros e estrelas surgiam, rivalizando a atenção da plateia, como os sinais da idade avançavam. Em decorrência, Liz fora quedando à margem dos principais papéis das maiores produções de Hollywood, de maneira que, após o sucesso dos anos 1960, pouco lhe restara já na década seguinte, exceto, quiçá, sua permanente gana de atrair os flashes. Com a escassez de trabalho para apresentar à mídia e ao público, Liz percebera que sua própria vida ainda poderia lhe render manchetes – o que, em seu caso, por envolver tantas sinuosidades, não era pouco. A “solução”, pois, fora exteriorizar a si mesma, incluindo, evidentemente, a própria privacidade, para a mídia.

Logo, Liz começou a plantar a semente de um extraordinário legado para as futuras (e desejosas por atenção) “personalidades da mídia”, já que, de acordo com Neal Gabler, “ensinou a outras celebridades em baixa que a intimidade é a melhor publicidade quando não resta nada a promover”. Noutro trecho, o autor fora ainda mais sintético e direto ao afirmar que “Liz Taylor aprendera a transformar sua vida numa mercadoria”, de modo que “sua nova carreira era viver”. (Gabler, 1999, p. 159)

Liz Taylor, ao menos, tinha em sua biografia uma carreira, era famosa por seu ofício de atriz. Era uma *atriz famosa*, sendo o *famosa* uma adjetivação para o substantivo *atriz*. Mas e quando não se tem uma carreira a oferecer? Ou, quando o *famosa*, em vez de adjetivo, passa a substantivo? É o que acontece quando alguém se torna célebre sem que tenha apresentado, feito ou desempenhado para tanto qualquer coisa. É *famoso* por ser *famoso*. Nesse “reino”, um dos casos mais chamativos a nível nacional foi o da ex-estudante Geisy Arruda, que causou furor

na faculdade onde cursava turismo, em São Bernardo do Campo, por conta de seu figurino, considerado curto e apertado demais para o ambiente acadêmico. O caso mobilizou praticamente todos os alunos da instituição, que começaram a berrar uma série de ofensas em coro à jovem, tendo Geisy que deixar o *campus* escoltada por policiais.

Porém, se num primeiro momento o acontecimento despertara comoção nacional, especialmente com a notícia de que a faculdade pretendia expulsá-la de sua unidade, mais tarde, quando as pessoas se deram conta de que a garota na verdade estava se aproveitando do ocorrido para se autopromover em entrevistas várias, o clamor em sua defesa fora aos poucos cessando, tornando a “empresária”, como ela mesma se define, motivo de piada.

Mas eis que surge uma pergunta: por que Geisy Arruda não poderia se aproveitar do momento para se tornar famosa? Numa sociedade voltada para a exposição, onde estaria o erro, ou o pecado, em justamente se promover? Hoje, Geisy realizou uma verdadeira “reforma” corporal, já lançou linha de roupas e até mesmo esteve no ar no *reality show* “A Fazenda” da rede Record, ganhando, logo na noite de estreia, um carro no valor de cem mil reais. Ao entrar na casa, a garota que “gosta de ser notada por onde passa” se apresentou proferindo que “até bem pouco tempo eu não era ninguém”, seguindo com “eu não sou cantora, eu não sou atriz, eu não sou modelo”.

Apresentando-se pelo que não *seria*, o óbvio é que se indague, então, o que, afinal, ela *seria*. A resposta, que deve soar um tanto quanto sem sentido aos que ainda não se acostumaram com as peripécias do espetáculo, pode ser resumida da seguinte maneira: ela é uma garota hostilizada na faculdade onde estudava e que por isso caiu na mídia e ficou famosa. Em tempo: assim que deixou a casa, ou melhor, “a fazenda”, Geisy anunciou que posaria nua para uma revista masculina, por um cachê de pouco mais de 100 mil reais.

O fato é que, graças ao pioneirismo de Liz Taylor, hoje *todos nós* sabemos que necessitamos, incessantemente, mostrarmo-nos satisfatoriamente atraentes para sermos vistos - leia-se, consumidos (e não excluídos ou deixados de fora do mercado de trabalho, de grupos de interesse, relacionamentos etc.). Assim, de certa forma, estaríamos no mesmo patamar dos bens: ambos, os bens e *nós*, precisamos ser consumidos para existirmos – e, no nosso caso, para *sermos alguém*. Não obstante, ademais de convertido em mercadoria, nosso *self* estaria

sendo construído pela aquisição de símbolos identitários mercadológicos, ou seja, produzidos pelo sistema. E, quais os produtos fabricados pelo sistema, igualmente nossa subjetividade seria “descartável”: a reinvenção, reciclagem, releitura, enfim, o aflorar de uma nova versão do nosso camaleônico eu exige o imediato descarte da versão anterior, já obsoleta ou defasada, como ocorre com quaisquer mercadorias, aplicativos ou *softwares* de informática. Portanto, nossa subjetividade tanto vem sendo materializada a partir da escolha de objetos de consumo, quanto vem obtendo seu sentido de existência através da confirmação (leia-se, consumo) pelo olhar alheio, uma vez que o seduza.

Em decorrência da conversão do eu em uma personalidade vendável e de sua respectiva externalização – “feito” do qual Liz Taylor teria sido precursora (Gabler, 1999) -, quaisquer assuntos privados parecem ser dignos de notas, manchetes, matérias, reportagens e afins: casamentos, divórcios, traições, brigas, desentendimentos, romances, passeios, luas de mel, nascimentos, mortes e o que mais a imaginação permitir, viram-se convertidos em narrativas, discursos, espetáculos e meios de distração. Resumindo, num produto midiático, desenvolvido especialmente para entreter e ocupar as atenções de um público cada vez maior e que cobra, cada vez mais, por entretenimento.

Logo, não mais a tragédia, a fatalidade, a anormalidade, o caos, o inesperado e o extraordinário, mas também a nossa vida, privacidade, intimidade e corpo firmam-se como mais um fato jornalístico: assuntos que também reluzem dignos de serem noticiados. Parece, então, não haver mais causa, motivo, razão ou circunstância para preservar de outrem os acontecimentos de foro íntimo. Pois, utilizando uma estratégia ou outra de marketing ou promoção pessoal, *tudo* parece passível de ser externalizado, canalizado e absorvido pela e/ou para a mídia. Em outros termos, *tudo* parece servir ao objetivo de atrair, chamar e capturar o olhar do outro. Ainda mais se ofertado sob o signo do entretenimento.

3

A supremacia do entretenimento

... depois de décadas de artimanhas, por parte dos relações-públicas e de exageros promocionais da mídia, e depois de mais outras tantas décadas de constante martelação por parte de inúmeras forças sociais que nos alertaram, a cada um de nós, pessoalmente, para o poder da performance, a vida virou arte, de tal forma que as duas são agora indistintas uma da outra. (Gabler, 1999, p. 12)

Conforme destacamos no capítulo anterior, a partir do século XVIII, com as Revoluções Burguesas, houve notável ganho na esfera das liberdades individuais, sobretudo no que concerne ao planejamento da própria vida, pensado, via de regra, num projeto de longo prazo. Entretanto, o fato de lograrem traçar planos pessoais para o amanhã não alforriou os sujeitos de se depararem com percalços pela frente: em vez de regulamentos dinásticos ou suntuários, desde já eles se viram degladiando-se contra o peso das disparidades socioeconômicas. Um “peso”, diga-se de passagem, de várias medidas, *facilitando* ou *dificultando* o alcance das metas privativas dependendo da posição de classe ocupada. Exatamente por isso, principalmente em sociedades com elevados índices de desigualdade, a defesa da “meritocracia” revela-se um perverso mecanismo de manutenção de privilégios sociais, considerando que os economicamente favorecidos dispõem de um generoso “campo de possibilidades” quando cotejado com aqueles que se arranjam com rastos recursos e oportunidades.

Todavia, fora a faculdade de (quicá) planificar e mudar o futuro, a transição entre os séculos XX e XXI adicionou às relações socioculturais uma caprichada dose de inconstância, proporcionando aos indivíduos a faculdade de alterarem, também, e sem grandes entraves, seu presente imediato, seja a própria identidade ou o que mais desejassem, a qualquer hora, momento e lugar. Na verdade, mais que mera possibilidade, tal troca parece soar quase impositivamente: em um mundo de transformações bruscas, *espera-se* e *demandase* que cada um de nós, em especial as gerações mais jovens, ressurgja, sucessivamente, em novas e mais sedutoras versões identitárias, em busca da manutenção ou obtenção de algum tipo de notoriedade social e/ou midiática. É a consolidação da “pós-moderna” subjetividade camaleônica, em comparação com as mais estáveis subjetividades produzidas no seio do oitocentismo.

Acompanhando ditas transformações, a exteriorização ganha terreno como um dos vetores mais influentes no processo de formatação do *self*, modificando, por tabela, o escopo de abordagem da vida do outro pela imprensa, principalmente no que concerne à exposição da intimidade alheia pela mídia: de um uso como ferramenta de inoculação de constrangimento, voltada aos relatos de desvios de caráter dos indivíduos – consoante ilustramos através de trechos das narrativas de *Pathé*, *Diabrete*, *Cara Dura* e pelo caso de Mme. Thibau estampado pelo *Critica* -, a meio de ser conhecido, isto é, visto, comentado, lembrado – exemplificado com trechos extraídos da revista *Contigo!* e pela vida de Elizabeth Taylor e mesmo da Geisy Arruda -, algo, aliás, bastante procurado pelos sujeitos contemporâneos, entendido como forma de escape do medo da invisibilidade.

Porém, se a exteriorização nutriu os fenômenos de exposição e somatização do eu, outra força, em concomitância, fez com que os mesmos adquirissem tom mais “descontraído”, para não dizer alegre e jocoso. Assim, há de se ressaltar, nesse ínterim, a presença de outro importante valor, desbravado notadamente pelos meios de comunicação e que, com o tempo, revelou-se poderoso o bastante para “arrastar” *tudo* aquilo que queira se manter fascinante “aos olhos dos outros” a se adaptar aos seus chamamentos. Pode-se dizer até que, atualmente, esse valor demonstra-se ser o mote por excelência da mídia. Trata-se do *entretenimento*.

Em ambas as épocas, séculos XIX ao XXI, vislumbramos a presença do entretenimento nas representações *do outro* feitas pela imprensa. Basicamente, o que mudou nesse intervalo foi o foco de abordagem e apresentação da vida alheia: menos *repressivo*, mais *exaltado*, consoante veremos nas páginas subsequentes.

Pelo menos desde cerca de 1830, os meios de comunicação, primordialmente os periódicos do tipo tabloide, dentre eles o *Hawk & Buzzard* e pouco depois, em 1833, o *New York Sun*, esforçam-se para, a partir do conteúdo difundido, apresentar a realidade qual um tipo de recreação (Gabler, 1999). À procura de leitores, a estratégia editorial fundamental desses jornais era relativamente simples: fazer de quaisquer acontecimentos, mesmo os trágicos, dentre eles assassinatos e crimes em geral, divertimentos – “esforço” intensificado com o advento do cinema e da televisão, meios cuja boa parte dos produtos eram (e continuam sendo) elaborados e consumidos como genuínos passatempos.

Nesse sentido, a afinidade entre realidade, mídia e entretenimento já podia ser percebida no século XIX. E não só nos Estados Unidos, mas igualmente do outro lado do Atlântico, na sofisticada e autocentrada Europa. É o que nos demonstram os estudos de dois nomeados historiadores: Christophe Charle e Vanessa Schwartz. Em comum, ambos afirmam que a França estava permeada por alto teor de entretenimento, sendo que, entre o final do século XIX e o início do XX, o país havia se tornado “epicentro da sociedade do espetáculo ocidental” (Charle, 2012, p. 300), e sua capital, Paris, “no centro europeu da florescente indústria do entretenimento”. (Schwartz, 2004, p. 337)

Charle chega a atribuir à França a “criação da primeira sociedade do espetáculo” (Charle, 2012, p. 19), ressaltando que não se trata, evidentemente, de uma sociedade espetacular nos moldes da praguejada por Debord (2008), a qual traremos ao debate à frente, e sim de uma sociedade em que o teatro, “principal entretenimento coletivo do século XIX” (Charle, 2012, p. 25), juntamente com sua linguagem e dinâmicas – sem se olvidar do fascínio e tietagem do público para com os atores e atrizes, a (re)criação da atmosfera das relações socioculturais, o deslumbramento pela “magia” dos acontecimentos do palco etc. - estava se imiscuindo nos imaginários dos indivíduos, assim como no caso das mídias, presentemente.

Na mesma linha de Charle, Schwartz demonstra o papel central desempenhado pelas atividades de entretenimento, no século XIX, à cultura francesa, focando particularmente Paris⁵⁶. Porém, quiçá sua grande tirada tenha sido intuir e assinalar que, há mais de um século, uma das mais notórias características da mídia contemporânea já se fazia presente no cotidiano de muitos parisienses: o embaralhamento entre as esferas do real e do ficcional. Ou seja, há mais de um século já era possível constatar que “A vida real era vivenciada como um *show*, mas, ao mesmo tempo, os *shows* tornaram-se cada vez mais parecidos com a vida”. (Schwartz, 2004, p. 337)

Por conseguinte, se hoje mitigáramos nossa sede por “realismo-ficção” consumindo produtos como *reality shows* e perfis de redes sociais, nossos

⁵⁶ No caso dos periódicos, uma das marcas mais visíveis do entretenimento, no século XIX, fora a inclusão dos chamados folhetins, isto é, histórias ficcionais que se dividiam em capítulos sequenciais no correr das edições. Tal prática fora bastante comum no período, tendo sido exportada, também, para o Brasil. Aliás, vários dos autores mais clássicos da literatura nacional escreveram romances na forma de folhetins, dentre eles Machado de Assis.

antepassados dispunham de seus próprios meios para sua satisfação. No caso específico de Paris, para além do teatro, Schwartz afirma que três distintas atrações se sobressaíam: o *Musée Grevin* (museu de cera), os Panoramas e o Necrotério. A autora associa o sucesso desse último, ao menos em parte, às narrativas das publicações sensacionalistas da época, pois os dias mais movimentados normalmente correspondiam àqueles em que a imprensa popular noticiava a ocorrência de algum crime. Era a tragicidade da vida transmutada em episódios de distração, bem como a “cidade luz”, símbolo da racionalidade do iluminismo científico, rendendo-se aos valores do entretenimento.

Entretanto, não é necessário ir ao norte do continente ou ao Velho Mundo para buscar ilustrações acerca do embaralhamento entre o real e o ficcional, ou de eventos (inclusive fúnebres) no qual os juízos do entretenimento saltem aos olhos. Aqui no Brasil encontramos um curioso e funéreo “caso real”, açambarcando uma farta gama com alguns dos ingredientes prediletos da mídia para “ficcionalizar o real”: amor, sexo, homicídio, vingança, comoção pública e reviravoltas. Trata-se da “Questão Capistrano”, de 1876, na cidade do Rio de Janeiro. Tudo começou quando a família Pereira, liderada por Júlia Clara, apodada de “Baiana”, e seus filhos, Antônio Alexandre e a igualmente Júlia, alugaram cômodos da casa onde viviam, na rua do Alcântara, prática relativamente comum no período, a dois colegas de Politécnica de Antônio, então estudante de engenharia: Mariano de Almeida Torres e João Capistrano da Cunha, ambos do Paraná.

A vida corria bem, até que, segundo relatos, na noite de 13 para 14 de janeiro de 1876 Capistrano teria estuprado Júlia, que contou à mãe, que cobrou uma posição ao rapaz. Algum tempo depois, versadas promessas vagas e imprecisas, o jovem desapareceu da pensão, levando o clã Pereira a prestar queixa na delegacia juntamente com um pedido de indenização de 50 contos. Foi o suficiente para, pouco a pouco, a imprensa encontrar um ótimo tópico a ser explorado. A edição de 23 de abril de 1876 do jornal carioca *O Globo*⁵⁷ publicou o resumo do processo contra Capistrano, quem sabe já para “ambientar” seus leitores à catarata de notícias que estaria por vir – ou, mais provável, nem a imprensa podia vislumbrar o alvoroço que se sucederia a partir de então: “Autoras: Julia Pereira e sua filha. Réo preso, João Capistrano da Cunha,

⁵⁷ Elucida-se que este *O Globo* não tem relação com o periódico homônimo atualmente em circulação, pertencente à família Marinho, o qual começou a circular em 1925.

pronunciado em 14 de Março do corrente anno e recolhido á cadêa desde 23 de Janeiro do corrente anno, por crime de defloramento”.⁵⁸

Em 7 de maio de 1876, *O Globo* divulgou parte da sessão do julgamento de Capistrano, “acusado de ter tido copula forçada com uma senhora honesta”⁵⁹. Contudo, chama atenção, após um trecho, o fato de a publicação destacar que “As galerias e todo o tribunal regorgitavam de espectadores”⁶⁰, revelando o quanto a Questão Capistrano estava permeada no imaginário social dos cariocas. Logo, se Paris tinha um necrotério, nós tínhamos um tribunal, atraindo não só “observadores”, mas “público”, “plateia”, “espectadores”, assim como qualquer divertimento.

O episódio Capistrano desencadeou uma sucessão de balbúrdias, juntando jornalismo, população e justiça, digna de deixar até os mais habituados com as mirabolantes idas-e-vindas midiáticas perplexos. De permeio ao alarde da imprensa e, consecutivamente, ao grande clamor popular, em 17 de novembro de 1876 Capistrano foi absolvido e carregado em glória por seus colegas de Politécnica pelas ruas da cidade, culminando numa celebração no Hotel Paris. Inconformado, dois dias depois Antônio desferiu cinco tiros contra o ex-amigo, em plena rua da Quitanda, no Centro, matando-o. Era a deixa que a mídia precisava para trazer novamente à tona todo o acontecimento, e, com ele, mais ficcionalização.

De maneira análoga ao lançamento da parte de alguma saga cinematográfica, prontamente o “Caso Capistrano” volvia a despertar o interesse popular, e, no mesmo ritmo, a estampar as páginas das gazetas, agora em função deste “novo capítulo”. Sem perder tempo, outra vez *O Globo* se prontificou a dar ênfase ao “Tragico desenlace”:

A população desta capital commoveu-se hontem diante de um successo desgraçado: o assassinato do joven estudante da Escola Polytecnicna João Capistrano da Cunha, o mesmo que ha tres dias foi absolvido pelo tribunal do jury no processo que se lhe instaurou por attentado á honra de uma joven senhora. Os nossos leitores conhecem toda esta questão que, por infelicidade, foi demasiado ruidosa e por tanto tempo occupou a attenção publica. A família que se reputava offendida e que primeiro deu queixa contra o infeliz mancebo tinha também um filho estudante na Escola Polytechnica, collega e dizem-nos que tambem amigo do desventurado João Capistrano, contra quem se

⁵⁸ *O Globo*, Rio de Janeiro, 23 abr. 1876. Jury da Côte, p. 1.

⁵⁹ *O Globo*, Rio de Janeiro, 7 maio 1876. Jury da Côte, p. 2.

⁶⁰ Cf. nota 59.

transformára a amizade em odio por apprehensão da offensa feita á honra e ao pudor de sua irmã.

Chama-se este mancebo Antonio Alexandre Pereira. Após a decisão do jury sahio João Capistrano livre e solto e informam-nos que desde então formou Alexandre Pereira a intenção de o matar, acompanhando-o e buscando-o nos lugares onde poderia enconral-o.

Hontem, pelas 10 horas da manhã, pôde realisar o seu funesto designio.⁶¹

A comoção com a morte de Capistrano fora tanta que o diretor da Politécnica, Visconde de Rio Branco, decretou luto oficial de sete dias, sendo dois sem atividades letivas. O enterro, no cemitério São João Batista, adquiriu ares de evento cívico de grande importância, atraindo, inclusive, personalidades políticas (quicá por motivações análogas ao que acontecia no necrotério parisiense). Até o discurso proferido em sua homenagem fora transcrito na *Gazeta de Notícias*, estando o mesmo recheado dos apelos imprescindíveis a um bom drama, principalmente por trechos “marcantes” como “ainda hontem libertavamos de prisão iniqua e acreditavamos franquear longa e prospera carreira”⁶². Já em *O Globo*, o “Ultimo adeus” ficou por conta de Christovão Malabar, o qual logo nas primeiras linhas esclareceu que se tratava de um “louvor de quem só conheci cadaver”⁶³. E, numa despedida tomada de emoção, completou: “Capistrano será chorado, não só por aquelles que o viram a braços com as distrações da sua linda idade, mas tambem por todos a quem soar o echo de sua desgraça”⁶⁴.

Ao enxergarem o “Caso Capistrano” qual um manancial de assuntos bombásticos e chamativos, exatamente pelo ocorrido dispor de quantidade significativa de rudimentos que no desenrolar *poderiam ser* ou *continuar sendo* sensacionalisticamente explorados, ademais do clima de interesse generalizado – só faltou o corpo de Capistrano ser exposto no necrotério da cidade -, os jornais não se fizeram de rogados e, do começo ao fim, inundaram suas páginas com múltiplas matérias acerca do episódio. Dito de outro modo,

Percebendo o contínuo interesse, a imprensa seguiu escrevendo, praticamente diariamente, sobre a tragédia, mantendo acesa a chama da resignação popular: a morte de Capistrano, a detenção do assassino, o resultado da autópsia, o depoimento do criminoso, o luto da Escola Politécnica, a perseguição à família Pereira através de agravos, o relato de testemunhas e pessoas ligadas ao crime de

⁶¹ Tragico desenlace. *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 nov. 1876, p. 2.

⁶² Discurso. *Gazeta de Notícias*, Rio de Janeiro, 26 nov. 1876, p. 2.

⁶³ MALABAR, C. Ultimo adeus: à João Capistrano da Cunha, a beira do túmulo. *O Globo*, Rio de Janeiro, 22 nov. 1876, p. 3.

⁶⁴ Cf. nota 63.

uma maneira geral... qualquer fato servia de chavão para uma nova notícia, formando-se uma ciranda na qual uma notícia gerava outra notícia, que no dia seguinte puxava outra, que daria noutra, criando-se assim uma inesgotável e incansável bola de neve apoteótica-jornalística. Afinal, tão importante quanto noticiar o fato era não deixar que se esvaecesse a gana das pessoas em consumir informação sobre este fato, e para isso, claro, era preciso mantê-lo na memória dos cidadãos, evidenciando-o por meio das publicações. Pode-se ir mais além: tão importante quanto publicá-lo, era publicar a reação dos populares em relação ao caso. (Enne; Souza, 2009, p. 207)

Todavia, o mais formidável ainda estaria por vir. Dando início a uma revira-volta popular na percepção do episódio, pouco depois a *Provincia de S. Paulo* divulgou um artigo com posicionamento oposto ao dos jornais cariocas⁶⁵, referindo-se a Capistrano com expressões como “deshonrador” e “criminoso”. Lançando-se em defesa de Antonio Pereira, dizia a *Provincia* que “si ha quem deva soffrer todo o peso da execração publica, si ha quem deva ser perseguido pela lei e pela opinião, pela policia, pelos tribunaes, pela imprensa, por toda a auctoridade social – como um dos peiores inimigos da sociedade – é o seductor, o conquistador, o que leva a deshonra ao lar domestico”⁶⁶.

E nem os acadêmicos e tampouco a imprensa fluminense foram poupados pelo periódico paulistano, sendo esta, de acordo com *Provincia*, uma das responsáveis pela “cegueira do generoso entusiasmo”⁶⁷ – se preferir, você pode substituir essa citação por “*gran circus* do entretenimento”. Em suma, embora não o tenha afirmado abertamente, as entrelinhas deixam transparecer a acusação de que os jornais cariocas cuidaram de decompor o “Caso Capistrano” – só para recordar, um estupro – mais em uma espécie de *folia* do que em tema para debate público. De modo direto, cuidaram de reduzi-lo a entretenimento.

Assim, numa rocambolesca mudança no script, as simpatias populares, de repente, volveram-se em benefício de Antônio Pereira, que de “homicida” passou a *o herói que honrou o nome da família do aventureiro que desgraçou a vida de sua inocente irmã*. Desse modo, em 20 de janeiro de 1877, ocasião do julgamento de Antônio, o mesmo tribunal que outrora absolvera Capistrano o inocentava. E,

⁶⁵ O mesmo artigo fora replicado no jornal carioca *O Globo*, constando na página 3 da edição do dia 9 de janeiro de 1877.

⁶⁶ MENDONÇA, L. Um martyr da honra. **Provincia de S. Paulo**, São Paulo, 16 dez. 1876, p. 1.

⁶⁷ Cf. nota 66.

tão extraordinário quanto, os mesmos que antanho carregaram Capistrano pelos passeios cariocas, agora o levavam em regozijo.⁶⁸

Diante de tamanhas peripécias proporcionadas pelos veículos da imprensa, é de se inquirir se estaríamos diante de uma ficção ou uma realidade. Ou, quem sabe, de uma “realidade ficcionalizada”. Seja o que for, parece que aí se localiza a aurora de um processo no qual a vida principiou a ser vista qual uma forma de entretenimento, apropriada pelos pareceres dos meios de comunicação. De qualquer maneira, com base nessas explanações, podemos intuir que a partir de meados do século XIX, isto é, mesmo antes da invenção das mídias mais imediatistas e espontâneas, como a televisão e o computador, a vida já se via impregnada por lógicas e ditames próprios a um produto de recreação. Muito em parte, bem verdade, fruto do empenho dos próprios profissionais da área, notadamente jornalistas, e sua gana por abiscoitar maiores audiência e vendas.

O afã dos jornalistas por entreter perpassou uma vasta variedade de temas e motes. Desse modo, se por um lado os tabloides dos EUA e alguns periódicos brasileiros se afeioaram, de modo relativamente fácil e simplista, a transfigurar quaisquer tragédias em divertimentos, por outro os jornais selecionados de nosso *corpus* habituaram-se a fazer de quaisquer episódios intimistas e/ou “suspeitos”, envolvendo a vida dos sujeitos comuns, uma diversão. Em outras palavras, fizeram da intimidade alheia e de eventuais “atentados à moral burguesa” não só motivos de escândalo, mas de passatempo – uma especificidade, como vimos, da cultura desenvolvida nas cidades brasileiras, ainda não tão estruturadas e habitadas – isto é, mais provincianas - quando cotejadas com as metrópoles europeias e estadunidenses.

Caso do *Pathé*, de Manaus, que cobrava “recato”, mas o fazia com ares de pilhéria. Ou seja, denunciava a “incompostura” com a respectiva reivindicação por uma atitude mais “apropriada”, abarcando, de permeio, uma piada, broma ou chiste que fosse para “descontrair” seus leitores. É o que se nota em passagens como “diz-se que o machinista da J.M. anda com um namoro cabuloso na J. Paranaguá. Seu Zé olhe a patroa e deixe a machina da menina”⁶⁹. *Pathé*

⁶⁸ A “Questão Capistrano” inspirou o literato brasileiro Aluísio Azevedo a escrever, em 1884, o famoso romance naturalista *Casa de Pensão*. Em seu livro, entretanto, diferentemente daquilo que os vestígios indicam, a personagem inspirada em Capistrano, Amâncio, é que teria sido vítima dos interesses financeiros e desvios morais da família proprietária da hospedagem.

⁶⁹ *Pathé*, Manaus, 5 jul. 1913. Diz-se, p. 2.

igualmente dava seus “puxões de orelha” através de enigmas e charadas, relatando o ocorrido, poupando, no entanto, ao menos num primeiro momento, a identidade dos envolvidos, ainda que os “ameaçando” – turbinando, evidentemente, a curiosidade do público: “Quem é um barbeiro da H. Antony que está com chamego com a criada da casa confronte. Seu raspa queixos se continuar, esticaremos a sua graça por extenso”.⁷⁰

Os próprios repórteres do *Pathé* não faziam a menor questão de camuflar que suas publicações, fora moralizantes, destinavam-se a entreter, conforme se constata no texto a seguir:

Um barbeiro arvorado a gerico

Há lá para as bandas da rua dos Remédios um namoro escandaloso, de um raspa queixos com uma senhorita também de sua santa terrinha.

Segundo ouvimos dizer, o malandro tenciona casar-se para melhorar de situação.

Espera que o pae da pequena lhe dê uma extancia de madeiras e passe uma procuração para receber os alugueis de uma villa ora fluctuante.

Aconselhamos ao pobre ancião que evite as palestras diárias que elles teem causando até aborrecimento nos inquilinos de suas casas.

*Se continuarem terão sempre esta columna para se divertirem.*⁷¹ (Grifos nossos)

Logo, o jornal fazia de pessoas banais genuínos assuntos de notícias ao expor acontecimentos de suas corriqueiras biografias. Todavia, no momento em que a interiorização regia as relações de sociabilidade e subjetivas, demandando reclusão e ocultação da privacidade, virar notícia, em outros termos, ver sua intimidade exteriorizada, não resultava em sentimentos prazerosos ou contemplativos. Ao contrário: despertava reações que variavam de vergonhosas a coléricas, pois, ainda que de modo entretido, tais publicações ensejavam moralização. Não à toa o receio de ter a vida revelada.

Por essas razões, ecoa-nos incongruente que em 1948 – isto é, 118 anos depois de Gabler situar o despontar do “império do entretenimento”, mais de meio século da Paris “pré-cinematográfica”, do “Caso Capistrano” e do advento do cinema, três décadas após as narrativas “moralista-jocosas” do *Pathé* e no exato momento em que a televisão estava prestes a se expandir pelo globo – o teórico Harold Lasswell tenha deixado de apontar o entretenimento no esquema em que teoriza as “funções da comunicação”. Para o autor, seriam três as principais

⁷⁰ **Pathé**, Manaus, 12 jul. 1913. Quem é?, p. 4.

⁷¹ Um barbeiro arvorado a gerico. **Pathé**, Manaus, 5 jul. 1913, p. 3.

colocações da mídia: (a) a vigilância sobre o meio ambiente, com o escopo de detectar eventuais ameaças ao território, bem como possíveis oportunidades; (b) a correlação das partes da sociedade em resposta ao meio, isto é, a busca por consenso com vistas no bom funcionamento da ordem e na preservação da harmonia coletiva; e (c) a transmissão da herança social de uma geração para outra, com a transferência do patrimônio sociocultural e imaterial entre os membros da sociedade, como folclore, língua, mitos, heróis históricos e outros símbolos de identidade nacional (Lasswell, 1978).

Há, entretanto, dois motivos para o “blecaute” do entretenimento nessa listagem.

Primeiro porque Lasswell foi membro da Escola de Chicago, corrente de pensamento, organizada nas primeiras décadas do século XX por pesquisadores como Everett Hughes, Paul Lazarsfeld, Robert McKenzie, Robert Park e William Thomas, e que contava com a doação de grandes empresários, dentre eles John D. Rockefeller, magnata petrolífero dos EUA, como uma de suas mais fundamentais fontes de financiamento. Tal dado enseja, até hoje, uma das maiores críticas contra essa corrente: uma vez subvencionada por gigantescas corporações, com elevados interesses mercantis, muitos de seus estudos apresentam deliberado tom de “pesquisa de mercado”, esquivando-se de tecer críticas ao sistema capitalista ou ao uso propagandístico/ideológico das mídias.

Segundo, pois Lasswell esboçou sua lista num momento no qual a palavra entretenimento continha atmosfera tanto quanto incômoda. Na conturbada e tensionada conjuntura da Guerra-Fria, período em que o mundo se dividiu entre as disputas geopolíticas encabeçadas por Estados Unidos (capitalismo) e União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (comunismo), já que o termo enseja entendimentos como “distração”, “falta de atenção”, “irreflexão” e, por que não, “alienação”, alguém de Chicago situá-lo qual uma das funções da comunicação significaria “dar munição ao inimigo”: esbravejar que um dos fins dos meios de massa é alienar era precisamente a mais feroz denúncia dos oponentes de Chicago – a Escola de Frankfurt.

Surgida aproximadamente na mesma época de Chicago, primeira metade do século XX, Frankfurt igualmente se dedicou a desbravar o campo da comunicação, o que não deixa de demonstrar o reconhecimento acadêmico-institucional adquirido pela área. Seu posicionamento, no entanto, era antagônico

ao de Chicago: se esta, através de suas publicações, conferia certo ancoramento teórico ao mercado, os europeus desenvolveram argumentos críticos à analogia entre meios de comunicação e capitalismo, apoiando-se numa espécie de releitura das teses marxistas.

Sem patrocínio mercadológico e em meio ao buliçoso caldeirão de conflitos e totalitarismos da Europa, duas das mais famosas (e árduas) vozes dos frankfurtianos foi a dupla alemã Theodor Adorno e Max Horkheimer. Os autores apontaram as artimanhas da “indústria cultural” (1985), termo que empregam em contraposição à ideia de “cultura de massa”, já que, segundo eles, esta expressão remeteria às formas de cultura oriundas das camadas populares, quando, a seu ver, os bens culturais, na lógica comercial da mídia, advêm não a partir de interações culturais massivas, e sim de grupos econômicos com desígnios mercantis. Trata-se de uma diferenciação fundamental. Pois, se na “cultura de massa” o indivíduo seria o sujeito *produtor*, *desenvolvedor* dos bens culturais, no modelo da indústria cultural o indivíduo seria relegado ao papel de sujeito *consumidor*, *receptor* e *absorvidor*, sabendo que tais bens são elaborados seguindo o ritmo de uma indústria qualquer: são padronizados, submetidos à racionalização e a uma “linha de montagem” e, por fim, propagam estímulos e costumes em benefício da manutenção e dominação do *status quo*.

Para o cientista social Umberto Eco, esse é precisamente o ponto positivo de Frankfurt: a denúncia do otimismo ideológico de Chicago. No mais, Eco resiste às duas correntes. A seu ver, Chicago “peca” pela falsa positividade e ausência de crítica, ao passo que Frankfurt “peca” por demonstrar certa “reação emotiva”, gerando uma série de “conceitos fetiche”, os quais nada mais fariam do que obstaculizar o discurso.⁷² Em comum, tanto Chicago quanto Frankfurt derrapam no uso da ideia de “cultura de massa”, termo que, no seu entendimento, é contraditório. Por fim, feito os referidos apontamentos, Eco apoda os adeptos de Chicago de “integrados”, por serem subsidiados pelo mercado, e os de Frankfurt de “apocalípticos”, por serem excessivamente críticos da banalidade mediana das mídias, o que pode torná-los um tipo de “produto mais sofisticado” ou “elevado” do “mercado de massa” (Eco, 2015).

⁷² De acordo com Eco (2015), a própria noção de “indústria cultural” seria um exemplo de “conceito fetiche”.

No final dos anos 1960, o francês Guy Debord (2008) retomou boa parte do pensamento “apocalíptico” dos frankfurtianos ao apresentar a ideia de “sociedade do espetáculo” – provavelmente, para Eco, outro “conceito fetiche”. Nas mais de 200 minitese que compõem sua obra, o filósofo procura descrever e relatar as manhas do espetáculo, situando-o na estratégia de poder da hegemonia dominante, e seu uso pelos meios de comunicação mercantis. Dentre suas definições mais conhecidas, Debord alega que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. (Debord, 2008, 14)

Denunciando o quadro de desinformação generalizada, Debord dispara que o espetáculo “corresponde a uma fabricação concreta da alienação” (Debord, 2008, p. 24). Os efeitos da alienação espetacular também são apontados pelo pensador, que, em rompante extremista ou reducionista, acredita que os indivíduos estariam se assemelhando a autômatos, pois, deixando-se levar pelos discursos da mídia, estariam perdendo a própria capacidade de formar seus gostos e vontades. Diz o autor: “quanto mais ele [o indivíduo] contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo”. (Debord, 2008, p. 24)

De um lado, o “ocultamento” do entretenimento; do outro, sua mais brutal acusação de “agente a serviço da alienação”; no centro, a mídia. A bem da verdade, considerando todos os âmbitos e campos da vivência, parece ter sido justamente neles, nos meios de comunicação, que o entretenimento encontrou seu “habitat natural”. Ou melhor, parece que nenhum outro campo soube se apropriar com tanta maestria da “leveza” dos valores do entretenimento (sensações, emoções, efemeridade, brevidade etc., em oposição à “densidade” da reflexão intelectual, interpretativa e/ou crítica), quanto a mídia.

Atualmente a energia do entretenimento exerce poder tão avassalador sobre o público em geral que praticamente todas as esferas da existência adaptaram-se aos seus códigos (Gabler, 1999): da religião ao esporte, da política

ao *show business*, das artes à educação, da arquitetura à própria vida⁷³. Seu alcance parece não deixar nenhuma fresta descoberta, sendo que, hoje, “é praticamente impossível resistir ao impulso de transformar quase tudo em entretenimento, quando é entretenimento que todo mundo parece querer”. (Gabler, 1999, p. 115) E bem que poderia ter completado: sob pena de, ao não fazê-lo, cair na obsolescência (ou não-existência).

Mas se na década de 1830 a imprensa sensacionalista (marrom ou amarela) dos tabloides estadunidenses abriu a porteira para que o entretenimento iniciasse sua desenfreada corrida pela “conquista da realidade”, sua consolidação pode ser imputada ao cinema (Gabler, 1999). Desde seu advento, esse meio fora considerado uma espécie de “arte anticultural”. Isto é, veículo livre de toda e qualquer tradição, erudição e “européismos” – nos primeiros anos, era corriqueiro que a plateia esbravejasse em risos, falatórios e gritos ao longo das películas, além de acompanhá-las ao som da mastigação de alimentos, como pipocas. Eis, portanto, uma forma de lazer menos “refinada” e “requintada” que o teatro, tendo ainda valor de ingresso bem mais acessível.

Pelo mesmo ensejo, eis, igualmente, um meio considerado banal pelas elites. Um passatempo relegado às classes baixas, as quais externalizariam toda sua vulgaridade durante o consumo de atrações de gosto “duvidoso”. Pensamento corroborado por um trecho do jornal carioca *Theatro*, mais especificamente na edição de 25 de novembro de 1911: “Os *cinemas-theatros* nunca passarão de divertimento barato, frequentado pela multidão amante do espetáculo rápido, cheio de emoções variadas e múltiplas, porém, sem requintes de arte, nem belezas literárias”⁷⁴. Trocando em miúdos, entretenimento para o proletariado inculto.

Outros periódicos, contudo, notadamente os mais populares, como o *Jornal do Brasil*, ofereciam visões bem mais entusiásticas a respeito do cinema, não sendo raras em seu interior verdadeiras “odes” aos cines:

⁷³ Alguns fatos ajudam a corroborar dita sentença. Por exemplo: os cultos, sobretudo evangélicos, cada vez mais espetacularizados e midiáticos; as mudanças nas regras de alguns esportes com o intuito de torná-los mais acelerados e com maiores pontuações – em outras palavras, mais “emocionantes” e “divertidos” à plateia; as propagandas partidárias e o posicionamento público de determinados políticos cada vez mais acerdados a produtos publicitários e cinematográficos, imersos em estratégias de marketing e relações públicas; a constante abordagem do cotidiano de celebridades nos espaços da mídia; a construção de paisagens urbanas que soam mais como cenários do que espaços de convivência e sociabilização etc.

⁷⁴ NAZARETH, M. *Theatro*, Rio de Janeiro, 25 nov. 1911. A proposito, p. 6.

Este ano de 1908 entra com grandes “chances” para o divertimento cinematographico. É o teatro “up to date”. É o espectador-lux.

O Rio de Janeiro está cheio de estabelecimentos onde se exibem essas curiosas fitas de scenas animadas, tão bem animadas que só lhes falta a falla ás figuras. Em cada avenida, em cada rua, em todos os sitios, em todos os bairros, encontra-se um cinematographo. Mas não é só o magnifico instrumento photographante, é todo um innenso conforto, um salão instalado com gosto e com arte.

Nos intervalos, faz-se bôa música. Diversão bôa e barata. O grande publico já não quer outra forma de divertimento.⁷⁵

Em 19 de agosto do mesmo ano, outra passagem demasiada eufórica versava sobre o sucesso dos cinemas em terras cariocas:

O cinematographo não tem horas.

É pra toda hora. Os estabelecimentos onde se exhibe esse curioso divertimento estão sempre cheios de gente. Enquanto dura uma sessão não há vazio um logar, e já uma multidão está na sala de espera e outra a porta da rua.⁷⁶

Esse “divertimento popular da moda”⁷⁷, que “completa o maximo desse ideal de perpetuação, dando para sempre, os homens e os scenarios animados”⁷⁸, tinha, entretanto, dois “poréns”: (a) era necessário deslocar-se para consumir suas “scenas” (e, evidentemente, pagar para fruí-las); e (b) a “alegria” (ou o escape) durava apenas enquanto o filme era exibido na telona. Com isso, ao fim da projeção “voltava-se à vida”, ou seja, volviam-se os problemas e as aporrinhações da existência.⁷⁹

“Felizmente”, não tardou para os sujeitos “glorificarem de pé” a resolução desses “problemas”. Primeiro porque, já em meados do século XX, não se fazia mais mister o imperativo do deslocamento para se entreter com as imagens corridas em exibição na tela de vidro, tendo as mesmas ido parar dentro das casas

⁷⁵ **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 1º jan. 1908. Palcos e salões, p. 6.

⁷⁶ **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 19 ago. 1908. Palcos e salões, p. 12.

⁷⁷ **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 19 maio 1908. Palcos e salões, p. 11.

⁷⁸ **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 29 set. 1908. Palcos e salões, p. 12.

⁷⁹ O filme *A Rosa Púrpura do Cairo* - que embora seja de 1985, ambienta-se na década de 1930 - explora exatamente a possibilidade de fugacidade proporcionada pelas produções cinematográficas. No longa, a personagem Cecília, vivida por Mia Farrow, entediada e desgostosa por uma vida de reveses, com direito um a marido desempregado e agressivo, além de um trabalho mal remunerado, encontrou a distração de que tanto necessitava ao assistir a película *A Rosa Púrpura do Cairo*, a qual reviu inúmeras vezes, tomando-a como sua cartase, até que uma das personagens do filme, Tom Baxter, interpretado por Jeff Daniels, começa a interagir com ela. Na verdade, Tom “sai da telona”, passando a fazer companhia a Cecília em passeios pelas ruas da cidade em que viva. De modo metafórico, a filme ilustra justamente aquilo que Neal Gabler (1999) defende em sua tese: a ideia de que a nossa vida “do lado de cá da tela de vidro” estaria cada vez mais maleável, sendo vivida como um filme. Isto é, cada vez mais permeada pela ficção. Em outra palavra, por entretenimento.

dos sujeitos: é a difusão da televisão. O segundo “porém”, entretanto, teve de esperar um pouco mais até ser sanado, consoante veremos adiante.

Quais os tabloides e o cinema, a televisão investiu em apresentar ao público a realidade através de um formato ficcionalizado. Para isso, mirou os acontecimentos do dia-a-dia como formas de distração. A estratégia para tanto já deve soar com obviedade: a conversão de absolutamente *tudo* em entretenimento ou espetáculo, midiaticizando a vida com o enredo mais encantador possível para acolher o precioso intuito de prender o telespectador ao longo da programação. A começar pelas notícias, dando sequência ao “empenho” iniciado pelos tabloides (Gabler, 1999).

E assim, seguindo o caminho desbravado pelos jornais sensacionalistas e reforçado pelo cinema, quaisquer acontecimentos, mastigados em notícias várias, continuaram sendo elaborados e vistos como objetos de entretenimento: do *affair* entre a atriz Bruna Marquezine e o jogador de futebol Neymar ao assassinato da modelo Reeva Steenkamp pelo paratleta Oscar Pistorius; das histórias *non-sense* da *socialite* Narcisa Tamborindéguy ao acidente que deixou dezenas de mineiros presos numa mina de carvão no Chile, em 2010; da revelação da homossexualidade do cantor Ricky Martin ao escândalo político do mensalão, a cobertura midiática parece entranhada de entretenimento por toda a parte (Ou seriam os acontecimentos da vida que estariam entranhados pelos valores do entretenimento?).

Exemplo desse panorama, aleatório e arbitrário, é uma reportagem que o *Jornal Nacional*, da TV Globo, levou ao ar em agosto de 2015. Grosso modo, trata-se de um resumo (ou compacto) contendo algumas das inúmeras ações (ou peripécias) conduzidas pela Polícia Federal brasileira, no decorrer de então 529 dias, da conhecida “Operação Lava Jato”, chamada pelos apresentadores de “novela”⁸⁰. A notícia foi uma espécie de “Lava Jato, de A a Z”, em que o noticiário se propôs, “de um jeito muito claro, muito objetivo”, a sintetizar aquilo que seriam seus *melhores momentos*, exatamente como a emissora faz anualmente com os desfiles das escolas de samba do carnaval, com direito a presença de

⁸⁰ Entenda as fases das investigações da operação Lava Jato: Polícia Federal começou a revelar o escândalo de corrupção há 529 dias. JN preparou reportagem que resume essa novela de jeito claro e objetivo. *Jornal Nacional*, 28 maio 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/08/entenda-fases-das-investigacoes-da-operacao-lava-jato.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

praticamente todos os elementos indispensáveis a uma boa trama: a cidade cenográfica (Curitiba), o cenário (a sede paranaense da Polícia Federal), o herói (Sergio Moro), os vilões (Alberto Youssef, Nestor Cerveró, Paulo Roberto Costa), o coadjuvante (Júlio Camargo)... Sem se olvidar do “núcleo cômico”, a cargo do procurador Deltan Dallagnol, que brindou a reportagem com imprescindíveis “gracejos”, como “a cada pena que a gente puxa vem uma galinha inteira”, ou ainda “É como se você imaginasse esses fatos como frutos de uma árvore. A medida em que eles vão amadurecendo ... esses frutos são colhidos e apresentados a Justiça na forma de acusações criminais que nós chamamos tecnicamente de denúncias”. Era um episódio de corrupção enviesado sob a ótica de uma descontraída narrativa midiática.

Todavia, se em um primeiro momento a televisão ofertou entretenimento ao público sem que o mesmo precisasse sair de casa, favorecendo a fugacidade pelo consumo das “imagens em movimento” diretamente do sofá doméstico, num segundo instante não apenas a TV, mas as mídias em geral, incluindo o cinema, os jornais e as revistas, doutrinaram-nos de que se a intenção era distrairmo-nos, não precisaríamos mais buscar um escape fora da vida. Ao contrário: a própria vida poderia ser entendida ou experimentada, ela mesma, como entretenimento, bastando, para assegurar a diversão, apenas e tão somente observar seus incontáveis lances e ocorrências, muitos dos quais mais pitorescos do que aqueles produzidos nos gêneros ficcionais. Ao final, a ficção concorria com a própria vida para saber qual das duas desenvolveria as mais mirabolantes e atrativas histórias (Gabler, 1999).

Com a vida transformada em divertimento, a “vantagem” é que a diversão não precisaria mais ser *passageira*, não estando condicionada à duração de um filme ou atrações quaisquer. Agora, poderia ser *permanente*, já que, diferentemente das películas e programas de TV, da vida ninguém conseguiria fugir, ao menos enquanto vivo. Fora exatamente isso o que Elizabeth Taylor percebera nos anos 1960-70, quando se deu conta de que a poderia ofertar sua nada simplória vida, tornando-a vanguardista na “arte” de fazer de si um divertimento para a livre fruição de outrem.

Todavia, quando alguém acreditar que não tem nada de interessante na própria vida para oferecer, esse alguém não terá porque se desesperar. Pois, em meio a tanta oferta de ficcionalizações e entretenimentos, poderá inventar uma

própria vida para si e vendê-la como se fosse sua biografia real. Ou deixar que lhe inventem uma, a essa altura tanto faz como tanto fez. O importante é simplesmente *ter o que falar e ser visto*. Assim, em nossos tempos célebres pelas infinitas possibilidades de maleabilidade da vida, é possível tornar-ser celebridade, outrossim, em função da invenção ou elaboração de mentiras, expressão recentemente eufemizada - ou carinhosamente suavizada - para “pós-verdade”.

Em 1941, o filme *Adorável Vagabundo* tematizava justamente essa possibilidade, embora a conquista da fama não fosse o objetivo primordial do enredo da obra. As peripécias da estória se desenrolaram especialmente quando a jornalista Ann Mitchell perde seu emprego e, então, publica uma carta, assinada pelo pseudônimo de John Doe, personagem por ela mesma criada – críticos contemporâneos diriam uma “pós-verdade” por ela mesma criada? -, relatando que se suicidaria na noite de Natal em protesto contra as injustiças sociais. Não obstante, a corrente de mobilização social originária com a repercussão da carta-manifesto fora gigantesca, demandando uma série de outras publicações de John Doe, a ponto de Ann ser recontratada pela mesma empresa que outrora a demitira, exatamente para que continuasse a produzir mais cartas. Desta vez, no entanto, em virtude do arrebatador êxito de sua criação, a jovem pode desfrutar de vantagens e benefícios dos quais não usufruía antanho.

Contudo, com a colossal comoção suscitada pelas publicações, fora preciso “apresentar” um John Doe às massas. Para tanto, o periódico realizou uma espécie de “seleção” com o escopo de descobrir alguém que melhor se enquadrasse no “emprego” para desempenhar o papel do infeliz desgraçado que se transformou, em poucos dias, em herói nacional. O escolhido para atuar como John Doe fora Long John Willoughby, logo se sagrando um verdadeiro astro, com direito à realização de discursos públicos e em emissoras de rádio, ademais de ter uma enxurrada de fotos estampadas em jornais e revistas: Long experimentava na própria pele o potencial que os meios de comunicação dispõem de, literalmente, fazer com que um “zé ninguém” vire um símbolo nacional (o contrário também acontece), neste caso através de sua “luta” por igualdade de condições e vida.

Entretanto, apesar do encantamento inicial oriundo com os lauréis da fama, Long se achou emocionalmente perturbado ao principiar a embaralhar sua vida com a que vivia, ou desempenhava, na pele de sua personagem. E mais:

demonstrando ser péssimo ator, Long se sentia terrivelmente arrependido com o que considerava uma fraude contra os sentimentos populares a ele dirigidos. Ou melhor, a John Joe. Como consequência, aos poucos aquele simples homem incorporou para si os ideais que seriam de sua figura dramática, ou talvez de Ann, a verdadeira autora dos textos.

Resumindo: o filme nos brinda com mais uma proeminência de que na sociedade midiaticizada você não precisa *ser* para convencer a alguém de que de fato você *é* aquilo que *demonstra ser*, bastando apenas saber *desempenhar* um papel, ou seja, *parecer ser*, contando para isso com o precioso auxílio das estratégias da publicidade e marketing pessoal, além das artimanhas das relações públicas. Bem verdade que a película, de 1941, fora rodada antes de Guy Debord lançar *A sociedade do espetáculo*. Todavia, *Adorável Vagabundo* nos demonstra que, décadas antes de Debord denunciá-lo, o espetáculo já corria solto em um mundo “mediado por imagens”.

Assim, de Elizabeth Taylor para cá, essa parece ser a tática preferida de praticamente todas as celebridades decadentes para se conservarem em foco, bem como dos aspirantes em busca da fama: à espera de uma “vaguinha” no amplamente concorrido mundo da popularidade, os mesmos disputam a atenção alheia, custe o que custar, transmutando-se naquilo que a audiência mais parece querer: divertimento. Inverteu-se a sequência: se antes a mídia transformava *tudo* em entretenimento para atrair o público, agora *tudo* parece se converter em entretenimento para atrair a mídia.

E nem é necessário empreender grandes feitos para se ver processado como objeto de diversão. Basta que algum acontecimento ordinário desperte o interesse dos meios de comunicação e pronto: é o suficiente para dar aquele inevitável “empurrãozinho” ao nascimento de uma nova estrela. Pamela Anderson que o diga, famosa após ser captada pelas câmeras de um estádio de futebol no Canadá, em 1987, tendo sido prontamente convidada para ser modelo de uma marca de *lingerie*, levando-a a posar nua para uma revista masculina, o que lhe abriu as portas para o cinema, participação em inúmeros programas de TV, entrevistas etc. Seu feito? Estar no lugar certo, na hora certa e, claro, ter um corpo apreciável aos padrões midiáticos.

Ilustrações mais atuais de como do nada é possível atravessar a mais que demarcada linha entre o anonimato e a fama seriam as mulheres da família

Kardashian, célebres simplesmente por serem Kardashians. Ou seria por serem elas mesmas? A verdade é que não é lá tarefa muito fácil desnudar como essa gente logrou tanta notoriedade. Para desmistificá-lo, tomamos como ponto de partida o ano de 1994, mais exatamente a ocasião do processo judicial contra O. J. Simpson, ex-jogador de futebol americano acusado de assassinar a ex-mulher e um amigo durante uma crise de ciúmes. Seu julgamento fora tão espetacularizado pela mídia (para se ter dimensão, o anúncio do veredito que o inocentou fora assistido por 20 milhões de espectadores), que acabou “sobrando” um pouquinho de estrelato até para seu advogado de defesa, Robert Kardashian – patriarca dos Kardashians.

Desde então, dito sobrenome vem aparecendo sucessivamente nos meios de comunicação. E absolutamente por qualquer razão ou circunstância, conforme ilustrado pelas seguintes manchetes, todas extraídas do portal *Ego*⁸¹, conhecido por ter elevado às mais altas potências o axioma de fazer da vida dos famosos uma arte-entretenimento: “Kim Kardashian deixa o sutiã de renda à mostra em passeio”⁸²; “Grávida, Kim Kardashian deixa restaurante dirigindo carrão”⁸³; “Kim Kardashian usa decotão e provoca fãs: ‘Olá’”⁸⁴; “Kim Kardashian divulga foto em que aparece com toda a família”⁸⁵; “Kim Kardashian divulga na web o nome do

⁸¹ Em abril de 2017 o portal parou de produzir novos conteúdos.

⁸² POLLILO, A. Kim Kardashian deixa o sutiã de renda à mostra em passeio: socialite estava na Califórnia na manhã desta sexta-feira, 6. **Ego**, Rio de Janeiro, 6 nov. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/11/kim-kardashian-deixa-o-sutia-de-renda-mostra-em-passeio.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

⁸³ BRANCO, G. Grávida, Kim Kardashian deixa restaurante dirigindo carrão: socialite usou um vestido justinho que realçava seu barrigão na noite desta segunda-feira, 9, em Los Angeles, nos Estados Unidos. **Ego**, Rio de Janeiro, 10 nov. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/gravidez/noticia/2015/11/gravida-kim-kardashian-deixa-restaurante-dirigindo-carrao.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

⁸⁴ BRANCO, G. Kim Kardashian usa decotão e provoca fãs: “Olá”: socialite, que está na reta final de sua segunda gravidez, divulgou fotos em rede social em que aparece exibindo toda a sua fatura. **Ego**, Rio de Janeiro, 16 nov. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/gravidez/noticia/2015/11/kim-kardashian-usa-decota-e-provoca-fas-ola.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

⁸⁵ BRANCO, G. Kim Kardashian divulga foto em que aparece com toda a família: socialite passou o feriado do Dia de Ação de Graças com o marido, Kanye West, com a filha, North West, com a mãe, Kris Jenner, e com as irmãs. **Ego**, Rio de Janeiro, 27 nov. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/11/kim-kardashian-divulga-foto-em-que-aparece-com-toda-familia.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

segundo filho”⁸⁶; “Khloe Kardashian faz ‘belfie’ e deixa seguidores babando”⁸⁷; “Khloe Kardashian exhibe bumbum em foto na academia”⁸⁸, e por aí vai...

Os Kardashians inundam tanto os noticiários, que, nos EUA, o apresentador de um programa matinal, John Brown, retirou-se do palco antes de dar (mais) uma notícia sobre eles. “Eu quero ter um bom dia, então me recuso a falar dos Kardashian”. E completou: “Isso não é notícia! Nós falamos sobre eles todos os dias. Vejam as pesquisas! Ninguém quer mais saber dos Kardashian”⁸⁹. A notícia em questão: o fato de Kylie Jenner, uma das irmãs de Kim, batizar seu coelho de estimação de Bruce Jenner, nome de seu pai transgênero.

Apesar do *start* na década de 1990, foi somente em 2007 que, definitivamente, os Kardashians inscreveram seu nome no universo da notoriedade. Passadas inúmeras festas, polêmicas, passeios ao lado de famosos, dentre outras trivialidades e afins, um vídeo íntimo caseiro em que Kim aparece fazendo sexo com o cantor Ray J. “vazou” para a imprensa.⁹⁰ O interesse midiático fora tão imediato que, na esteira do escândalo, no mesmíssimo ano, a família passou a protagonizar o *reality show Keeping Up With the Kardashians*, que, por sua vez, começou relatando o escarcéu em torno da gravação. Entre brigas, “barracos”, confissões intimistas, depilações de genitálias, raios-X para detectar a inexistência de próteses de silicone e micos de toda categoria, o resultado foi mais um êxito para o clã de origem armênia, o qual já lançou linhas de roupas, joias e até uma grife.

⁸⁶ Kim Kardashian divulga na web o nome do segundo filho: nome foi divulgado nesta segunda-feira, 7, no site da socialite. **Ego**, rio de janeiro, 7 dez. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/12/kim-kardashian-divulga-o-nome-do-segundo-filho-saint-west.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

⁸⁷ BESSA, P. Khloe Kardashian faz “belfie” e deixa seguidores babando: a socialite publicou a imagem no Instagram nesta quarta, 9, e brincou: “Selfie sem vergonha no banheiro”. **Ego**, Rio de Janeiro, 9 dez. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/12/khloe-kardashian-faz-belfie-e-deixa-seguidores-babando.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

⁸⁸ SOARES, R. Khloe Kardashian exhibe bumbum em foto na academia: irmã de Kim Kardashian compartilhou imagem nesta quinta-feira, 17 durante treino. **Ego**, São Paulo, 17 dez. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/12/khloe-kardashian-exibe-bumbum-em-foto-na-academia.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

⁸⁹ GUIDORIZZI, G. Apresentador se recusa a falar dos Kardashian e abandona programa ao vivo. **Purepeople**, 12 ago. 2015. Disponível em: <http://www.purepeople.com.br/noticia/apresentador-se-recusa-a-falar-dos-kardashian-e-abandona-programa-ao-vivo_a70280/1>. Acesso em: 25 jun. 2018.

⁹⁰ A propósito, esse tipo de “vazamento” tem se tornado corriqueiro entre as celebridades - ocorrera, dentre outras, com Paris Hilton. Em seu caso, no entanto, o repertório de vídeos explícitos foi bem mais vasto que o de Kim.

Em 2011, o programa, que já conta com mais de dez temporadas, foi o epicentro de outra controvérsia: Kim foi acusada de armar um casamento de módicos 72 dias – bem mais que as cerca de 48 horas que separaram a união do pedido de divórcio feito por Britney Spears, em 2004, quando se casou com Jason Allen Alexander, em Las Vegas – para atrair publicidade ao *reality*, algo que nega de pé junto.

Com tantas “cenas” compondo sua fragmentada vida, Kim, a mais ilustre das Kardashians, seria a encarnação praticamente perfeita da exteriorização no contemporâneo, no sentido de que não só está mais do que espetacularizada, uma vez escancarada aos olhos de todos que desejarem acompanhá-la, como parece mais do que ficcionalizada; “maleável”, qual um produto da mídia. Em linhas gerais, sua vida, enquanto atriz, modelo, estilista, empresária, socialite, personalidade midiática ou o papel que seja, tornou-se nada muito além do que entretenimento. Um produto quase no estilo de *O Show de Trumam: o show da vida* (1998), com o diferencial de que, ao contrário da personagem de Jim Carrey na película, Kim tem o total conhecimento (na verdade, pode-se dizer que deu total consentimento) de que sua vida foi reduzida à condição de *reality* ou *filme*, de maneira que *tudo* o que faz parece completamente sob seu controle ou friamente calculado para as câmeras: ações, figurino, depilação, falas... Enfim, todos os movimentos, gestos e “naturalidades” da vida ressoam como encenações, com Kim protagonizando a si mesma em sua própria vida.

No cardápio de sucessos de Kim constam ainda um livro de *selfies*, autorretratos normalmente produzidos pela câmera frontal dos aparelhos de celular, intitulado *Selfish* (2015), reunindo mais de 300 fotografias de si mesma, o qual causou frisson ao ser lançado (500 cópias autografadas se esgotaram em menos de 1 minuto), e um aplicativo para *smartphones* e tablets, *Kim Kardashian: Hollywood*, que espera faturar 200 milhões de dólares (dos quais 85 milhões engordariam diretamente sua conta bancária).

Bem ao estilo Kardashian de viver, o objetivo do *app* é possibilitar aos usuários a montagem de sua própria celebridade partindo do *zero* (aspecto corporal, roupas, sapatos, eventos, negócios...), em um tipo de universo paralelo que até certo ponto recorda outra experiência de realismo-ficção da *web*: o *Second Life*, ambiente virtual que propunha reproduzir as experiências da “vida real”

dentro da aplicação – era possível, dentre outras, realizar compras, conhecer pessoas – ou melhor, *avatars* – e, inclusive, relacionar-se com eles.

Tais ilustrações nos fazem pensar que se tivesse escrito *Viagem na Irrealidade Cotidiana* agora, em meados da segunda década do século XXI, muito provavelmente Umberto Eco (1984) acrescentaria ao seu recheado menu de objetos ratificadores do crescente fanatismo com o “hiperrealismo” aplicativos como o de Kim, projetos como o *Second Life* e espaços como as redes sociais. Todavia, na década de 1970 o pesquisador viajou até os Estados Unidos, um “país obcecado pelo realismo” (Eco, 1984, p. 10), onde pode constatar que em nenhum outro lugar do planeta a ânsia por construir uma “realidade representada”, uma “cópia semelhante”, ou ainda a *real thing*, era tão patente. E mais: de acordo com Eco, essa busca ocasiona um paradoxo, já que a vontade por alcançar a “coisa verdadeira” acaba esbarrando na obtenção do “falso absoluto”. Contudo, ainda conforme o autor, isso nem é um inconveniente. Pois, o importante não é tanto conseguir *o verdadeiro*, *o autêntico*, *o original*, e sim *o mais parecido possível com o verdadeiro*, com o *autêntico*, com o *original* – e, em alguns casos, “melhor”, ou assim considerado.

Essa é precisamente a proposta básica do *Second life* ou mesmo a do *Kim Kardashian: Hollywood*: proporcionar uma vida com possibilidades de experiências que prometem ser melhores do que aquelas vividas do lado de cá da tela de vidro, na qual qualquer um possa ser o que der na telha, do jeito que quiser, fazendo o que bem entender – e em apenas alguns cliques. Essa é, também, em parte, uma possibilidade ascendida pelas redes sociais da *Web 2.0*, como o *YouTube*, o *Facebook*, o *Twitter* e o *Instagram*, portais nos quais a vida pode ser vivida, ou melhor, *conduzida*, conforme a representação desejada.

Sendo assim, com a contribuição do entretenimento, estaria a própria vida, existência ou realidade se convertendo numa forma de ficção ou encenação? Viveríamos o embaralhamento daquilo que entendemos por real ou ficcional? Em *Narrativas Migrantes*, Vera Figueiredo (2010) afirma que assistimos um movimento de retorno a uma estética realista. Ou melhor, “neorrealista”, trazendo consigo a revalorização da narrativa como instância de organização da experiência. Não se trata, no entanto, das “macronarrativas”, isto é, dos projetos coletivos que caracterizaram, por exemplo, a modernidade, como os que contribuíram para a consolidação da ideia de nação, e sim de “micronarrativas”, as

quais se assentam em narrativas de cunho testemunhal e/ou intimista, destacando-se a abordagem em primeira pessoa, as quais privilegiam as pessoas comuns, o “homem ordinário” e a vida privada.

Nas palavras de Figueiredo,

as micronarrativas passam a ser consideradas também como um recurso utilizado pelo indivíduo, em sua solidão existencial, para se conectar com o outro e para reatar os fios partidos das narrativas identitárias, assumindo-se como centro de definição do sentido de sua própria vida. (Figueiredo, 2010, p. 88)

Nota-se, assim, o quanto o entretenimento, o espetáculo e os valores da ficção estão presentes no atual processo de formatação das subjetividades, estando o “eu” contemporâneo cada vez mais ajuizado, voltado e montado qual uma narrativa, um produto midiático, uma vez exteriorizado, espetacularizado e mediado pelas redes. Eis, portanto, um “eu” não só efêmero e inconstante, mas também “entretido” e mediado, pensado para divertir o outro.

Nesse sentido, se os jornais do século XIX e começo do XX trataram de abordar a vida e a intimidade alheia sob perspectiva moralista ou como instrumento de controle social através da inoculação de medo, acrescentando porções de diversão, presentemente, as revistas de fofocas e celebridades nem precisam mais se dar ao trabalho de deixar a realidade divertida: os próprios sujeitos dão seu jeito de virarem notícia de modo pilhérico. Com o diferencial de que, ao serem cobertos ou expostos, um número significativo dificilmente se sente ultrajado, encarando-o qual motivo de orgulho, ou, no mínimo, oportunidade para o desbravamento de tantas outras possibilidades.

A análise do conteúdo dessas publicações evidencia um câmbio de paradigmas socioculturais, sendo incomum, agora, encontrar julgamentos moralizantes, consoante observado nos periódicos do nosso primeiro recorte temporal. Dessa forma, sejam traições, divórcios, brigas, escândalos ou crimes, em *tudo* parece prevalecer o pendor para a diversão.

Como a agitada vida amorosa da atriz Deborah Secco, que, uma vez recheada de idas-e-vindas, é acompanhada com afinco pela imprensa de celebridades. Diferentemente do escândalo que fizera *Critica* no caso de Mme. Thibau, em 25 de abril de 2013 a revista *Contigo!* trazia na capa a seguinte (e acanhada) manchete: “Por que Deborah se separou”, acompanhada de “Atriz

decide terminar o casamento de quatro anos e Roger Flores sai de casa”⁹¹. No interior da edição, uma reportagem de sete páginas descrevia os pormenores do divórcio, advertindo que “Esta não é a primeira vez que os dois se separam”, sendo todas elas, segundo a matéria, motivadas por traições de Roger, narradas em minudências, com direito à referência temporal e “nome aos bois”:

Após nove meses de casamento, o casal rompeu. Na época, o motivo foi o caso que ele teve com a socialite mineira Cristina Guimarães, 25, e que se tornou público. O então jogador atuava no Cruzeiro e morava em Belo Horizonte. Também na capital mineira, Roger teria se envolvido com a modelo Rafaela Gewehr, 20, vencedora do concurso *Menina Fantástica*. Em meados de 2010, porém, ele teria se arrependido e pedido para voltar, e a atriz o perdoou.⁹²

A notícia trazia ainda um apanhado de como fora o casamento dos dois, num castelo da região serrana do Rio de Janeiro, “todo decorado em tons de verde e branco”, elucidando que o “‘sim’ foi ouvido pelos presentes – só amigos muito íntimos – na hora do pôr do sol”, ademais de uma seção dedicada a apontar “Os [muitos] amores do passado” de ambos.

Entretanto, engana-se quem apostou que o ex-casal padeceria no isolamento e na reclusão após o término do romance. Míseras duas edições depois, em 9 de maio, Deborah e Roger volveram a ser tema em *Contigo!*, e, de novo, por outra rápida variação na trama de seus *lives* amorosos: “Deborah Secco assume namoro com o cantor religioso Allyson Castro e Roger é visto com Betina Schmidt”⁹³. Em tempo: atualmente, nem Deborah segue com Allyson, nem Roger com Betina.

Contudo, nunca é demais lembrar que nem todos enxergam com bons olhos o efêmero mundo do entretenimento, do espetáculo e da fama, bem como nem todos que lograram popularidade optaram por seguir pela estrada da notoriedade. Uma ilustração é a personalidade australiana do *Instagram* Essena O’Neill. Em novembro de 2015, aos 18 anos, a jovem surpreendeu o mundo ao revelar que sua vida, de aparente glamour, luxo e estrelato, não passava na verdade (ou seria na mentira?) de uma *pseudovida*. De uma hora para outra,

⁹¹ Por que Deborah se separou: atriz decide terminar o casamento de quatro anos e Roger Flores sai de casa. *Contigo!*, São Paulo, n. 1962, 25 abr. 2013. Capa.

⁹² ANTUNES, E.; MORETTI, L. Acabou: Deborah Secco termina casamento de quase quatro anos com Roger Flores. *Contigo!*, São Paulo, n. 1962, p. 52, 25 abr. 2013.

⁹³ Novos romances no ar: Deborah Secco assume namoro com o cantor religioso Allyson Castro e Roger é visto com Betina Schmidt. *Contigo!*, São Paulo, n. 1964, 9 maio 2013. Capa.

Essena excluiu centenas de fotos em seu perfil no *Instagram*⁹⁴ e, ainda mais curioso, editou a legenda de outras, revelando “a verdade” (ou a falsidade?) por trás de cada uma d’elas. “I posed for hours until the photo was perfect”⁹⁵, afirma em uma; “I had acne here. This is a lot of makeup”⁹⁶, confessa noutra; “I was paid for this photo”⁹⁷, escreve numa terceira; e, com uma franqueza estonteante, esbraveja um “Social Media is NOT real life”⁹⁸. Hoje, seu portal pessoal⁹⁹ não contém nenhuma foto sua, somente um fundo branco, uma citação de Anne Lamott e um aviso: “Currently writing first book”¹⁰⁰. Ou seja, no fundo, Essena fez da negação da exteriorização, do entretenimento e do espetáculo, ensejo para... mais exteriorização, entretenimento e espetáculo!

⁹⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/essenaoneill/>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

⁹⁵ “Posei por horas até a foto ficar perfeita” [tradução livre]. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/-N519ijL-N/?taken-by=essenaoneill>. Acesso em: 20 jan. 2015.

⁹⁶ “Eu tinha acne aqui. Isso é muita maquiagem”>. [tradução livre]. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/-WC6_GDLxu/?taken-by=essenaoneill>. Acesso em: 20 jan. 2015.

⁹⁷ “Eu fui paga por essa foto” [tradução livre]. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BAtpnAbDL3K/?taken-by=essenaoneill>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

⁹⁸ “Mídia social não é vida real” [tradução livre]. Disponível em: <<https://www.instagram.com/essenaoneill/>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

⁹⁹ <<http://essenaoneill.com/>>

¹⁰⁰ “Atualmente escrevendo seu primeiro livro” [tradução livre]. Disponível em: <<http://essenaoneill.com/>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

Mídia e narrativas privadas nos séculos XIX, XX e XXI

Um dos diabinhos cá da casa achou na semana passada cinco cartas que eram dirigidas á Felisbiana Sorocabana pelo seu bebé Alfredo.

“Eis uma das taes:

Minha negrinha.

Preciso muito fallar comtigo para negocio do teu interesse.

Se fores hoje ao espectaculo, manda-me dizer, porque ahi dir-te-hei o que desejo fazer por ti.

Não te compromettas com o Martins de S. Paulo, por estes dois ou tres dias.

A bom entendedor meia palavra basta.

Teu Alfredo.”¹⁰¹

4.1.

Narrativas privadas e a busca pelo “eu” interior

Analisar as formas de desenvolvimento, tratamento e abordagem das escritas privadas nos séculos XIX, XX e XXI, bem como as relações que os meios de comunicação teceram com as mesmas, é fundamental para entendermos o processo de formação das subjetividades nesse período, em especial nas sociedades ocidentalizadas. Em quaisquer dos três séculos mencionados, uma constatação primordial é a de que a intimidade *do outro* sempre esteve exteriorizada na e/ou pela mídia, notadamente na forma de narrativas, variando na quantidade de oferta e na finalidade da exposição. Em outras palavras, a privacidade alheia é exteriorizada na e/ou pela imprensa há pelo menos dois séculos, conforme podemos observar na ilustração acima.

Não é de hoje que a intimidade dos outros ocupa preciosos espaços nos meios impressos, como os jornais. A maneira de cobri-la vai depender, evidentemente, do momento e do periódico ponderado. Bem verdade que o objetivo da exteriorização realizada há duzentos anos era, grosso modo, distinta da atual, pois, consoante viemos sinalizando, teríamos transitado de um viés mais coercitivo, em que (quase sempre) ter a intimidade difundida pela imprensa significava ser exposto ao escárnio público, para outro mais eufórico, no qual a exibição da intimidade (quase sempre) costuma conferir engrandecimento pessoal ao indivíduo. Em todo caso, é expressivo notar que não é exclusividade da

¹⁰¹ **Diabrete**, Rio de Janeiro, 19 mar. 1883. Papirotes infernaes, p. 4.

segunda metade do século XX em diante a oferta de vida alheia para consumo na mídia.

No exemplo transcrito, uma carta pessoal – que, de boa fé, acreditamos ser verdadeira, embora não se possa ter certeza -, uma das manifestações de escrita mais intimista possível, fora publicada por um jornal com o fito de escancarar a privacidade de seu autor, alguém que assina por “Alfredo”, e, por tabela, de sua destinatária, a senhora “Felisbiana”, com ares de repreensão, possivelmente no que nos insinua ser um triângulo amoroso, já que há no texto uma terceira personagem envolvida, o “Martins de S. Paulo”: “A bom entendedor meia palavra basta”. O episódio soa como releitura de *O Primo Basílio*, pois, aqui, também uma infidelidade amorosa vem à tona graças ao vazamento do conteúdo de uma carta. As similaridades, no entanto, terminam por aí: dessa vez, não se trata de nenhuma literatura ou obra ficcional, mas da “vida real”, de pessoas aparentemente banais, sem renome ou qualquer apelo popular, pelo menos até o momento da publicação, já que, depois da mesma, ambas viram parte de sua privacidade evadida ao público.

Essa é outra diferença bastante significativa entre o século XIX e o presente: conquanto naquela época a imprensa difundisse a vida íntima de pessoas comuns, na maior parte das vezes contra sua vontade e/ou sem o seu conhecimento, agora a mesma nos abunda, em quase sua totalidade, com a intimidade de personalidades que se destacam no âmbito midiático, a maior parte das vezes com o aval dos retratados: artistas, atores, cantores, participantes de *reality shows*, *youtubers* e outros famosos da internet, autores, escritores, subcelebridades e por aí vai. Logo, nesse recorte, há um *continuum* no que se refere à exposição de intimidades na imprensa, algo notado tanto no século XIX, quanto ao longo do XX e no XXI, mas, presentemente, a intimidade do outro não é exteriorizada com a mesma intenção de outrora.

Ademais, hoje, um periódico reproduzir uma carta ou qualquer texto íntimo na íntegra, sem a permissão de seu remetente, autor ou respaldado legal seria considerado ofensa passível de punições judiciais: estamos, em tese, protegidos pelo caráter de sigilo de nossas correspondências e escritas privativas, as quais podem ser interceptadas e abertas por terceiros, sem que se cometa infração, somente em casos excepcionais. Parece até ambíguo: ao mesmo tempo em que os oitocentistas pregavam a preservação da vida íntima, parecia não haver

nenhum mecanismo que protegesse seus escritos pessoais contra a invasão de terceiros, ao passo que agora, numa cultura em que prevalece a propensão a abrir a privacidade aos olhos de quem quer que seja, os mesmos estão protegidos por uma série de critérios de inviolabilidade.

Talvez por essa razão a correspondência de Alfredo para Felisbiana não fora a única publicada por *Diabrete*. Noutra edição, ao estampar uma carta, o jornal descreveu, até mesmo, detalhes de sua feitura, como o “papel comum” e a “caligraphia estudada e pachorrentamente ponteada letra por letra”.

Eis uma cartinha que um dos nossos reporters achou junto á caverna dos nossos tenentes.

Temos grande sentimento de não poder estampal-a tal qual é, pois seria realmente curiosos.

É escripta em papel commum, com uma caligraphia estudada e pachorrentamente ponteada letra por letra.

Eil-a:

“Querida Marieta :-Quando fui hoje á tua casa, não tive um cartão junto a esta. Se precisar de mim dirija-se sempre, aos dias de trabalho das 7 horas da manhã a 5 da tarde porque eu nos domingos e dias santos não venho a cidade.

Teu do coração

Alberto M. de Andrade.”

Oh! quanto não daria este senhor *apaixonado* para não haver escripto esta cartinha, hein?

Estes nossos reporters são dos diabos!

(A ortographia é a do autor.)¹⁰²

Na carta abaixo, difundida, segundo o periódico “sem a menor discripção” – se bem que poderia ter dito “com o maior dos deleites” -, *Diabrete* “inova” ao emendar, na sequência, a réplica da destinatária:

Um dos nossos pilhericos e satanicos reporters encontrou ha dias na *Maison Moderne* a seguinte carta, que, sem a menor discripção, passamos a publicar:

“Querida C. da minha alma. – Tem pena de mim!

Vivo chorando por ti, e tu ingrata, cada vez ficas mais cruel e rigorosa comigo!...

Lembra-te que por tua causa estou hoje sem ter 40 réis para comprar charutos...

As lagrimas me innundam os olhos ao lembrar-me d’aquellas noites tão felizes que a teu lado passei, d’aquellas ceias que paguei com tanto gosto...

Ai C., quem te viu e quem te vê. Tem compaixão de mim!

Empenha aquella pulseira com que te mimosiei na vespera do carnaval e vale-me que estou a pontos de dar hoje um tiro nos ouvidos!...

Ella vale 3:500\$, empenha-a na casa do Leitão por dois e empresta-me cem, que te pagarei com o meu trabalho.

Sê generosa comigo, e crê que se hoje está esgotada a minha herança materna, por morte de meu papai ainda receberei pelo menos 600:00\$, com os quaes

¹⁰² *Diabrete*, Rio de Janeiro, 14 maio 1883, p. 2.

pretendo tornar-te uma rainha... mas... salva-me hoje, que estou apertado para pagar uma dívida de honra e entretanto não estou na altura nem de um jantar de 500 réis!

Vê tu o quanto sou infeliz!

Adeus.

Teu até á morte,

L. de C. B.”

Eis a resposta dada no verso da mesma carta:

“Sr. L de C. B. – Você ha de ser sempre tolo.

Pois pôde imaginar que eu pudesse desfazer-me de uma joia que me custou o immenso sacrificio de atural-o por espaço de trinta e tantos dias?

Se quer matar-se, ninguem o impedirá, faça-o.

Por favor não me amole com promessas e pedidos.

Quando tiver recebido os seiscentos contos de réis, ha de por força voltar, se é que me tem amor.

Viva.

C.¹⁰³

E ainda houve margem para o arremate dos “reporters”: “Comente que quizer semelhante correspondencia, nós cá pela infernal *trapalhada* só diremos: - *Que paio e que cara-dura!*”.

Contudo, entre o século XIX e o início do XX, não fora exclusividade do *Diabrete* a publicação de cartas privadas. Jornais como *Pathé*, de Manaus, igualmente divulgavam correspondências alheias em seus espaços e com o mesmíssimo propósito: uma vez que haviam julgado seu teor “inadequado” aos preceitos da “boa moral”, objetivava-se constranger publicamente os envolvidos, expondo sua intimidade.

Uma carta

Depois de termos chamado o proprietario da carta que abaixo publicamos e elle não ter vindo reclamal-a, ella ahi vae sem mudança de uma virgula:

“Exma. sra. d. J. S – A vossos delicados peszinhos vem postar-se um dos mais humildes servos dos amantes! E para que?!

Para declaral-vos que amo-a com todas as forsas de meu filho e censivel coração; que não podendo por mais tempo occultar as chamas que me devorão o peito, valli-me de minha grega penna, para dizabafar-me a vmce.

E que vossa santa emmagem retracta-se a cada instante na minha immaginação!!

O vento traz-me os adores de vossos negros cabellos e sonoro ton de vossa harmonioza voz; o lindo romper da aorora representa-me as bellezas de vosso mimoso semblante; enfim, serei o mais enfeliz dos viventes se não receber de nossa mimoza bucca um sim satisfactorio.

E queira rellevar-me vem assim estas espreições; do creado attento – Nabor Santos.”

¹⁰³ *Diabrete*, Rio de Janeiro, 25 abr. 1883, p. 1.

Gostaram, pois é um pedacinho saboroso e que talvez os nossos leitores fiquem lambendo os beiços depois de uma injeção desse quilate.¹⁰⁴

Vê-se que se *Pathé* se aprazia com a postagem desse “pedacinho saboroso” da privacidade alheia, aqueles que o liam também se deleitavam, pois, qual dito pelo periódico, ao consumir esse tipo de escrita, “talvez os nossos leitores fiquem lambendo os beiços”. Ou seja, se *Pathé* o fazia é porque havia quem o demandava – isto é, quisesse consumi-lo - e pagasse para tanto, seja na forma de assinatura, seja na de compra avulsa.

Essa tendência à exibição da escrita íntima de terceiros por parte dos meios de comunicação do século XIX, com tamanha carga vexatória, acentuou ainda mais a preocupação dos sujeitos da época em preservarem a própria privacidade. Já que, do contrário, muito provavelmente poderiam se tornar matéria nessas publicações, bem como virarem assunto em potencial para anônimos, estranhos e desconhecidos. Pendor pela interiorização, “tirantias da intimidade” e coação pela exteriorização da vida do outro pela imprensa compunham, então, a “santíssima trindade” que mais parece ter atuado na formatação das subjetividades nas cidades brasileiras no período considerado, incitando os valores do resguardo como norte de modelagem subjetiva do eu, os quais reluziam como genuínas estratégias de proteção contra eventuais constrangimentos, caso a vida interior ou íntima não fosse tão bem conservada quanto devesse ser.

Por efeito reverso, a interiorização parece ter acirrado uma curiosidade de nível endêmico por se descobrir o que o outro guardava em seu âmago. Afinal, nunca se poderia conhecer alguém apenas pelo demonstrado, pois o apresentado, no final das contas, poderia ser, tão somente, mera representação, encenação ou máscara para camuflar a “autenticidade” do que se passava no interior. Dessa forma, segredos, sentimentos e intenções reais estariam ocultados, tanto quanto mecanismo de defesa do eu de cada um, quanto como meio de preservar o convívio social com o mínimo de cortesia ou diplomacia. Pois, “uma vez que cada indivíduo é em certa medida uma câmara de horrores, as relações civilizadas entre os indivíduos só podem ter continuidade na medida em que os desagradáveis segredos do desejo, da cobiça ou inveja forem mantidos a sete chaves”. (Sennett, 1995, p. 17)

¹⁰⁴ Uma carta. **Pathé**, Manaus, n. 15, out. 1913, p. 3.

Mas o desenvolvimento da escrita privada, de caráter intimista, dentre elas as cartas, os diários, os relatos e outros testemunhos, os quais materializavam experiências e vivências dos sujeitos, não era lá prática muito fácil de ser realizada. E mais: se considerarmos que durante o século XIX prevalecia um notório estímulo ao acobertamento das questões privativas, podemos conjecturar que outro dos motivos para que ditos escritos tenham proliferado nesse momento é por desempenharem a função cartática do desabafo. Ou seja, espécie de autoconfissão privada de dores, tormentos, especulações, dúvidas, anseios, medos, emoções etc. Afinal, a escrita *de si*, e *para si*, oferecia menos riscos que o “botar pra fora” com outrem. E se esse outrem não mantivesse o sigilo das informações? Era um risco e tanto a se correr.

Entretanto, a escrita exige o cumprimento de algumas condições. A começar pela mais elementar de todas: a sapiência do letramento - o que, numa época na qual parte considerável das populações não era plenamente alfabetizada, já nos faz supor que dita prática tenha prevalecido principalmente a partir das camadas sociais medianas. Além do mais, escrever um diário, por exemplo, demanda disponibilidade e empenho de tempo, em termos de performance, dedicação e persistência, algo escasso aos operários e membros do proletariado, rotineiramente extenuados em fatigantes jornadas de trabalho nas fábricas do capitalismo em sua fase industrial. Outro elemento a se somar é a propensão à realização de um extenso e complexo exercício de reflexão sobre si mesmo, algo que nem todos estavam dispostos a enfrentar: a autoanálise fatalmente conduziria o indivíduo a um encontro com temas que lhe poderiam ser demasiadamente sensíveis, como traumas e perdas, podendo levar a reações difíceis de calcular ou controlar.

Todavia, fora o letramento, a disponibilidade de tempo e a reflexão interior, há outro fator crucial à escrita: espaço. Mais precisamente um recanto voltado ao isolamento, ao silêncio e à reclusão, valores caros ao autor-narrador moderno, logrados quase tão somente, e mesmo assim com certa dificuldade, num único lugar, considerado o retiro privado por excelência: o lar. “A casa é o fundamento da moral e da ordem social”, diz Michelle Perrot, no quarto volume da coleção *História da Vida Privada*. E continua: “É o cerne do privado, mas um privado submetido ao pai, o único capaz de refrear os instintos, de domar a mulher”. (Perrot, 2009, p. 81) Por conseguinte, nem o privativo domicílio era

ambiente isento de entraves à escrita, especialmente às mulheres, uma vez apropriado pela autoridade masculina, encarnado na figura do marido, pai ou “chefe da família”. Assim, mesmo a escrita era feita praticamente em caráter de sigilo.

Não em vão a escritora inglesa Virginia Woolf indagava no ensaio *Um teto todo seu* (1929) por que, até aquela data, salvo raras exceções, qual Jane Austen com *Orgulho e Preconceito* (1813), as mulheres ainda não haviam escrito grandes romances literários. Em seguida, a própria replica: porque não dispunham de um quarto próprio. Isto é, não gozavam de um espaço, dentro da casa, dedicado exclusivamente ao *cultivo de si mesmas*; um cômodo onde pudessem nutrir a subjetividade e/ou simplesmente se recolherem, refletirem a respeito da vida e escreverem seus pensamentos, longe das perseguições e desconfianças dos demais. Para Woolf, portanto, foi um verdadeiro milagre Austen ter conseguido elaborar uma literatura tão bem apreciada pelos críticos levando em conta as condições adversas contra as quais provavelmente teve de lidar.

Sem embargo, se quisesse ter desenvolvido seu romance com um pouco mais de tranquilidade, Austen deveria ter esperado algumas décadas, já que, a contar do lançamento de sua obra, a popularização dos quartos próprios levou ainda vários anos à frente para se tornar realidade. De acordo com o historiador francês Antoine Prost, essa difusão só veio a ocorrer principalmente no início do século XX com a “especialização funcional dos aposentos”, assinalada pelo aumento do tamanho da casa e da quantidade de aposentos, promovendo uma “nova configuração do espaço doméstico”. (Prost, 2009, p. 59) Ainda consoante Prost, o novo desenho do lar serviu de ensejo para o advento de um fenômeno sociocultural dos mais importantes, notadamente em se tratando da constituição do *self*: para além da *vida privada familiar*, essa ocasião marca o aparecimento da *vida privada individual* propriamente dita. Uma novidade e tanto, a qual transformaria, categoricamente, os modos de subjetivação, alcançando, inclusive, os dias que nos contemporizam.

Antes dessa revolução habitacional, de fato, a vida privada individual era inevitavelmente partilhada com os que conviviam no mesmo espaço doméstico. Os muros da vida privada separavam o universo doméstico do espaço público, isto é, dos estranhos ao grupo familiar. Mas, por trás desses muros, exceto entre a burguesia, faltava espaço para a privacidade de cada membro da família: o espaço

privado, portanto, era apenas o espaço público do grupo doméstico. (Prost, 2009, p. 59)

Com a proliferação dos quartos privativos nas residências das classes medianas as mesmas puderam, finalmente, camuflar o cultivo da intimidade e da privacidade, o que incluía os demais membros do clã doméstico. Por conseguinte, o quarto passa a desempenhar papel fundamental no processo de formatação das subjetividades, completando o ápice do ideal de reclusão tão requerido pelos oitocentistas. Em tempos de interiorização, somente num cômodo voltado para si, abrigado das vistas de terceiros, os sujeitos “desarmavam-se”, deixando transparecer sua verdadeira essência: sem a interferência de estranhos e/ou emancipado do medo de ser notado ou interrompido, o indivíduo lograva tornar-se *si mesmo*, conhecendo-se melhor. Um dos caminhos para tanto, novamente, fora a escrita privada.

Não é fato menor que a “morte” do narrador tradicional, oral ou grupal (Benjamin, 1987) se dê em concomitância com a consolidação de sua variante moderna, textual e individual. Longe disso: acompanhando um momento no qual o valor do particular se firmava em prol do coletivo, o declínio desse narrador deriva de um significativo câmbio, de caráter sociocultural, no processo de acentuamento das individualidades e inclinação ao isolamento, juízos compatíveis com a formatação subjetiva pela interiorização.

Seria o interesse pelo desenvolvimento das escritas de si, bem como fazer da intimidade do outro uma fonte de informação, efeitos dessa “perda”? Uma vez que aos oitocentistas compartilhar estórias pessoais era questão fora de cogitação, exatamente pelo temor de seu vazamento, esses sujeitos miraram a escrita como meio seguro em que podiam desabafar seus dilemas, ocultando-os numa performance individual e silenciosa, evidentemente, para que não fossem do conhecimento de outrem. Dentro de uma organização sociocultural interiorizada, os narradores orais tinham mesmo que ceder terreno aos textuais, convertendo o eu não em um experiente contador de histórias, mas num exímio autor-narrador de si próprio.

Nos periódicos brasileiros do século XIX, porém, mais comum que a publicação de cartas pessoais e/ou outras escritas íntimas era a difusão de notícias

que narravam (ou revelavam) a vida privada dos sujeitos. Trocando em miúdos, o uso da intimidade alheia como matéria-prima de “fatos jornalísticos”.

O carioca *O Cara Dura*, por exemplo, dedicou consideráveis espaços, notadamente numa seção batizada de “Watter cloose” – provavelmente do inglês “water close”, usualmente abreviado como “WC”, ou, em português, “banheiro” -, à vida de uma mulher identificada apenas como “Anitta”, em pelo menos três diferentes edições. Chama atenção a linguagem pejorativa empregada pelo jornal, incluindo adjetivações como “bandida”, “cadela” e “vagabunda”.

A bandida Annita, teve o arrojo de se apresentar no theatro Sant’Anna, na noite de terça feira.

Essa safardana, que em 3 números deste jornal, tem occupado esta secção, é indigna de nella continuar a figurar.

Ha entes tão reptis e nojentos que o melhor que se lhes pode fazer é o desprezo.

A cadellas, vagabundas, pifias, relaxadas, ébrias, asquerosas e safardanas, o desprezo é a melhor arma.

E esta de que nos temos occupado, acha-se nestes casos.

Paramos infame, não com medo que a lama de tua bocca, venha sujar as solas das nossas botinas.

Passa fora, asquerosa!

No numero seguinte, entra na dansa, Bahianinha, Christo e um outro que tambem faz parte na commandita.¹⁰⁵

E, como “promessa é dívida”, na edição posterior lá estava Bahianinha protagonizando a “Watter cloose”:

Anda por este Valle de lagrimas, uma sujeita, magra, pequena, feia, atrevida, relaxada, jogadora, egua, bandida, e safada, que dá pelo nome de Bahianinha.

Esta sujeita, mulher que já desceu ao ultimo degráo da depravação, tem tido a habilidade de arruinar algumas fortunas que Ella tem sabido dar o jeito e empalmal-as.

Além de todos os predicados ruins, esta safada, junta mais um, é jogadora, jogadora não, proprietária de casa de jogo, da qual ella é ficheira.

E a sua casa funciona já a algum tempo, e a policia sabe disso, mas, como sempre nada faz.

É horrorosa a vida desta immunda, a qual promettemos ir narrando aos nossos leitores, bem como a acção indigna, praticada por essa infame messalina, com sua própria mãe.¹⁰⁶

No entanto, o fato de Bahianinha ter substituído “a bandida da Anitta” em *Watter cloose* não significa que *O Cara Dura* tenha deixado esta de lado. Na edição 10, volvia Anitta a ser notícia no periódico:

¹⁰⁵ *O Cara Dura*, Rio de Janeiro, 30 ago. 1883. Watter cloose, p. 4.

¹⁰⁶ *O Cara Dura*, Rio de Janeiro, 1º set. 1883. Watter cloose, p. 4.

Ao Dr. Chefe de Policia

Compete a policia fazer a mulher publica de nome Annita, moradora no largo do Rocio n. 4, assignar termo de bem viver, pelo procedimento debochado que tem tido sempre.

É uma mulher ébria, safada e desordeira, e que por isso deve soffrer uma correcção qualquer.

Na primeira representação da *Falka*, promoveu tal alvoroço no theatro Sant'Anna, que fez irromper o espectáculo.

Estava ébria, e provocava desordens com um amante seu, dando-lhe com um leque na cara.

Esta immoralidade praticou-se em um theatro, e aos olhos da policia.

Temos ou não correcção para os desordeiros?...¹⁰⁷

Isso nos indica que, apesar de retratar pessoas comuns, isto é, anônimas, *O Cara Dura* seguia acompanhando-as em diferentes circunstâncias, de modo que noticiava e julgava suas vidas em exemplares distintos, tornando-as, consecutivamente, conhecidas de seu público leitor, em um tipo de comportamento parecido com o da mídia coeva em relação aos famosos. Curioso é que em momento algum *O Cara Dura* publicou fotografias de Anitta ou Bahianinha, muito provavelmente por limitações técnicas, de maneira que se por um lado seus leitores detinham conhecimento sobre certos acontecimentos de sua intimidade, por outro possivelmente ignoravam suas fisionomias.

Contudo, não só as mulheres eram objeto de escárnio em *O Cara Dura*. Os homens recebiam tratamento e abordagem similares, desde que observada a ocorrência de algum “comportamento impertinente” por sua parte.

O pataqueiro Vianna

Este typo immundo, sem vergonha, latrinario, bandido, safado, asqueroso, pústula, nojento, relaxado e gatuno, quiz dar o plano na corista Herminia, dizendo que já havia deixado a Benedicta.

Ó patife, ó malandro, pois tu não vês que ninguem te liga importância, bandido?

Tu não sabes que a própria Benedicta foi illudida comtigo, e que assim que soube que tu eras *fresco* te poz a andar?!...

Arre, que safado!...¹⁰⁸

Se *O Cara Dura* era o periódico que mais verbalmente açoitava seus “infames” retratados, considerando as expressões utilizadas, aqueles que mais pareciam causar alarido, precisamente pelas narrativas em que escancaravam a vida íntima dos indivíduos, eram *O Escândalo*, de Sabará, MG, de 1891, e *Pathé*,

¹⁰⁷ Ao Dr. Chefe de Policia. *O Cara Dura*, Rio de Janeiro, 15 set. 1883, p. 2

¹⁰⁸ O pataqueiro Vianna. *O Cara Dura*, Rio de Janeiro, 15 set. 1883, p. 2.

da Manaus do início do século passado. Na verdade, pode-se dizer que ambos despertaram medo na população. Afinal, aquele que figurava em suas páginas, quase sempre, tinha sido flagrado cometendo alguma “imoralidade” ou “indecência”. Os jornalistas, por sua vez, detinham a absoluta sapiência do clima de temor e fúria que eles próprios construíram com seus textos, tanto que faziam questão, eles mesmos, de anunciarem-no. É o que nos faz presumir os fragmentos a seguir: “muita gente que sabia do próximo aparecimento d’*O Escândalo*, andava por ahi com muito mêdo deste dizer alguma cousinha a seu respeito”¹⁰⁹; “o Luisinho ficou damnada por que sahio no PATHÉ. Sabe duma coisa seu L.B., ande direito que ninguem lhe diz coisa alguma”¹¹⁰; “o Arlindo Campos está furioso com o nosso pessoal. Suicida-se e depois dê-nos noticias”¹¹¹; “[É difícil] O Joça da P.T. deixar de ter medo do PATHÉ”¹¹².

Pena que no acervo de periódicos da Biblioteca Nacional esteja disponível apenas uma edição de *O Escândalo* - jornal que, logo em seu primeiro número, anunciou ter tomado para si o “difícil encargo” de “corrigir certos abusos que, infelizmente, teem chegado ao nosso conhecimento”¹¹³ -, pois, a julgar pelos trechos transcritos na sequência, e ponderando a inclinação interiorizante da época, o periódico deve ter mesmo desencadeado tensão entre os sabarenses: “o Vigario quis suspender as novenas do Carmo por causa de muito *namoro* que lá houve; entre parenthesis, tinha toda razão se assim fizesse”¹¹⁴; “a esquina do correio é o ponto dos *lampeões moveis* esperarem as moças entrarem e sahirem da Eschola Normal”¹¹⁵. Ao final, um recado direto aos “libertinos” de Sabará: “o *Escandalo* vai escandalisar a muita gente por causa destas e outras que devem ser levadas ao conhecimento do publico”¹¹⁶.

Já no que concerne ao *Pathé*, salta aos olhos a riqueza de detalhes que lograva coletar acerca da vida dos manauaras. Tanto que, vez ou outra, os próprios populares enviavam pedidos para que seus jornalistas confirmassem ou desmentissem determinadas suspeitas sobre alguém: “a esta redacção mandaram perguntar se o Rayol namora no Plano Inclinado. Ficará aos cuidados de

¹⁰⁹ *O Escândalo*, Sabará, MG, 8 ago. 1891. Consta-nos, p. 3.

¹¹⁰ *Pathé*, Manaus, out. 1913, n.15. Bigodinho vae dizer, p. 2.

¹¹¹ *Pathé*, Manaus, 11 jan. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 2.

¹¹² *Pathé*, Manaus, 12 jul. 1913. É difícil, p. 3.

¹¹³ *O Escândalo*, Sabará, MG, 8 ago. 1891. Correspondencia, p. 1.

¹¹⁴ Cf. nota 109.

¹¹⁵ Cf. nota 109.

¹¹⁶ Cf. nota 109.

Bigodinho”¹¹⁷. Nessa onda de pedidos, havia, ainda, quem solicitasse um “empurrãozinho” a “Bigodinho”, um dos seus principais jornalistas, para “desencalhar”: “na avenida General Glycerio existem duas cuia mucús que já estão ficando vóvós e que pedem-nos para lhes arranjar um noivo. Vamos ver se tem algum desempedido”¹¹⁸. *Bigodinho*, a propósito, era o titular de uma das mais famosas (e amedrontadoras) colunas do *Pathé*: “Bigodinho vae dizer”, quiçá a mais feroz do periódico, precisamente por sua dura perseguição contra as condutas “indevidas”.

Certa vez, com seu peculiar estilo, *Bigodinho* publicou “que PATHÉ não attende a pedido de coiós, nem tão pouco encobre certas coisinhas que se passam pela cidade. Quem não quer ser lobo não lhe veste a pelle”¹¹⁹. De maneira geral, os coiós, que, assim como os “dandys”, seriam os “conquistadores” ou “pegadores” da atualidade, eram um de seus alvos preferenciais: “na rua dos Remédios têm uns coiós baratos que tratam de seduzir as moças para passear de automóvel. Olhem meninas esses caras são sujos e esses passeios não vão das pernas”¹²⁰; “o trecho da avenida J. Nabuco está anarchisado, entre a L.B. e a J. Paranaguá, devido a grande enfiestação de coiós alli, não respeitando as caras de quem. Não ha duvida, bem diz o sympathico Hosburgo: *le monde marke*”¹²¹; “avenida Joaquim Nabuco, o PATHÉ vae pintar o sete, fazendo desertar os coiós de seus pontos predilectos. Lá que vae, vae...”¹²²; por fim,

na sexta-feira passada, eram completamente impossível ás moças, acompanharem a procissão, tal o enxame de ridiculas coiós, que não respeitam nem a religião, já é ter pouca educação, uns moços que deviam ao menos guardar a occasião, e não aproveitarem se exhibindo, tornando ainda mais ridiculas as suas mesquinhas pessoas de conquistadores e mal educados.¹²³

Mesmo situações absolutamente específicas ou pontuais acabavam sendo de sua noção – e, logo, da de todos. Assim, podemos tomar ciência de que “uma mocinha de letra N. da Q. Bocayuva, manda entregar cartas ao namorado, por uma menina”. Grave equívoco, o qual mereceu, na sequência, um conselho: “Não faça

¹¹⁷ *Pathé*, Manaus, 27 set. 1913. *Bigodinho vae dizer*, p. 3.

¹¹⁸ *Pathé*, Manaus, n. 15, out. 1913. *Bigodinho vae dizer*, p. 2.

¹¹⁹ *Pathé*, Manaus, 11 out. 1914. *Bigodinho vae dizer*, p. 3.

¹²⁰ *Pathé*, Manaus, 2 ago. 1913. *Bigodinho vae dizer*, p. 4.

¹²¹ Cf. nota 117.

¹²² *Pathé*, Manaus, n. 14, out. 1913. *Bigodinho vae dizer*, p. 2.

¹²³ *Pathé*, Manaus, 5 abr. 1914. *Bigodinho vae dizer*, p. 3.

isso, que dá nas vistas”¹²⁴. Ou ainda de “que o Affonso escreveu uma carta para a pequena e quem recebeu foi a mãe della. É andar com muita sorte!”¹²⁵. Por fim, ficamos sabendo que “o Haroldo está com um adeantado namoro com uma alumna da Normal, residente á rua 10 de Julho”. Ao final, uma sábia advertência: “Cuidado com o PATHÉ”¹²⁶. Em meio ao clima de tensão, havia até quem recorresse à ajuda divina para não ter sua graça no jornal: “uma senhorita da Joaquim Nabuco faz promessas todos os dias a S. Christovam, para não sahir no *Pathé*”¹²⁷.

Por tudo isso, não era incomum que os jornalistas do *Pathé* recebessem ameaças: “sugeito já maduro jurou que ha de pegar um dos redactores do PATHÉ, despeitado porque descobrimos-lhe o namoro. Olha, seu valentão, não mexa com casa de caba, senão vamos contar seus peccadilhos velhos e novos... Depois... depois....”¹²⁸; “o Gumericindo, escrivão, quer se tornar nosso inimigo, sem ter razão, promettendo atirar em todos os redactores do PATHÉ. Pois então mano-ahi vae, e cá o esperamos. Gostou?”¹²⁹; “que um tal Xavier dos Correios, anda dizendo que está com vontade de fazer umas fitas fúnebres em nossa redacção. Venha, seu valente que para você tem peixe boi. Serve?”¹³⁰; e “o José Costa, diz a Deus e ao diabo que se sahir no nosso jornal, dará uns tiros no pessoal. Ora seu moço, dessas fitas estamos cheios e depois sequizer saber de quantos páos se faz uma jangada, venha, que aqui o esperamos”.¹³¹

Mas de que maneira *Pathé* conseguia colher tantas informações sobre os outros, por menor que fosse o “desvio”? A resposta encontra-se no próprio jornal: “nos Tocos, *a nossa patrulha*, vio, um senhor da nossa melhor sociedade, beijar uma pessoa na porta da casa. Vade retro, senhor doutor, não faça isso, porque paredes tem olhos e matto tem ouvidos”¹³² (Grifos nossos). E essa “patrulha” parecia mesmo “ver tudo”, qual o lema apregoado pelo jornal, não deixando escapar nada: “uma certa normalista da Monsenhor está loucamente apaixonada

¹²⁴ **Pathé**, Manaus, 15 fev. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 3.

¹²⁵ **Pathé**, Manaus, 15 fev. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 2.

¹²⁶ **Pathé**, Manaus, 16 set. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 2.

¹²⁷ **Pathé**, Manaus, 9 ago. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 4.

¹²⁸ **Pathé**, Manaus, 26 jul. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 3.

¹²⁹ **Pathé**, Manaus, 12 out. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 2.

¹³⁰ Cf. nota 129.

¹³¹ **Pathé**, Manaus, 11 jan. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 2.

¹³² **Pathé**, Manaus, 8 fev. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 3.

por um figaro um pouco revesso. Mas olhe seu Zé, o *PATHÉ tudo vê, tudo sabe, tudo informa*¹³³ (Grifos nossos).

Todavia, mesmo com todo o constrangimento social envolto no ato de se ver publicado, havia quem gostaria de estar impresso nas “temidas” páginas do *Pathé*. E assim, na contramão da senhorita que clamava aos Céus para não aparecer no jornal, havia quem fizesse justamente o oposto. Isto é, pedia às santidades para aparecer no periódico: “para os lados da cachoeira tem uma senhorita de nome Simples, que roga a todos os santos, para o seu nome ser publicado nos jornaes. Que vontade!”¹³⁴. (Seria já o pendor pela exteriorização ativa, com a respectiva gana de *ser visto*, fazendo-se notar em visionários “à frente de seu tempo”?).

Contudo, considerando ainda os periódicos do nosso primeiro marco temporal, nem sempre o outro era abordado em situações de censuras. Havia, também, espaços nos quais a vida alheia figurava honrosamente. Sendo assim, é de se supor que a senhorita “que roga a todos os santos” para sair na imprensa, provavelmente, desejava ver-se estampada em alguma dessas seções. Até na coluna de Bigodinho, do *Pathé*, há citações elogiosas, ainda que raríssimas exceções: “o M.G. é um rapaz muito elegante. Folgamos immensamente com isso”¹³⁵; e “o Walter trabalhou muito mas venceu. Parabens”¹³⁶.

Enquanto a senhorita em questão restringia seus pedidos aos santos, alguns anos antes, vários governadores, incluindo o do Amazonas, enviaram solicitações à revista *O Malho*, do Rio de Janeiro, para que seus retratos fossem publicados. De acordo com o periódico, foram tantos os pedidos que uma seção fora aberta exclusivamente para atendê-los: “Pantheon dos Satrapinhas”.

Pantheon dos Satrapinhas – O successo extraordinario obtido pel’ *O Malho*, não o foi sómente aqui, folgamos em dizel-o. Temos recebido de quase todos os governadores de Estado telegrammas ardorosos nos felicitando por tão assignalado triumpho e nos pedindo a publicação dos respectivos retratos. Em homenagem aos dignos chefes regionaes, resolvemos fundar o *Pantheon dos Satrapinhas*. Guardamos para elle a ordem geographica e por esse motivo iniciamos com o retrato do illustre governador do Amazonas. Ahi vai, pois, o seu retrato, com o telegramma que a respeito se dignou a os enviar:

¹³³ *Pathé*, Manaus, 30 jun. 1913. Diz-se, p. 4.

¹³⁴ *Pathé*, Manaus, 28 maio 1915. De S. Raymundo, p. 2.

¹³⁵ Cf. nota 118.

¹³⁶ *Pathé*, Manaus, 25 jan. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 2.

Manãos – Cinco de Outubro – nota urgente.
 Malho – Numero cento e vinte e cinco,
 Rua Ouvidor – Rio – Senhor gerente
 O numero primeiro está que é um brinco.
 Grande sucesso! – O povo anciosamente
 Ao *Malho* se atirou com grande afinco,
 E pede publicares brevemente
 O meu retrato bem gravado a zinco.
 Os dados principaes: altivo porte,
 Typo caracteristico do Norte-
 Nome de grande, povo me confere.
 Estado estava em condições mofinas.
 Mais de um milhão de libras esterlinas,
 De empréstimo arranjei, - *Silverio Nery*.¹³⁷

No caso do *Pathé*, esse tipo de conteúdo restringia-se, basicamente, à coluna “Perfil”, praticamente o único espaço do jornal em que ser retratado não conferia estigmas ou acanhamentos, mas engrandecimento.

C.B.

Nasceu a nossa perfilada de hoje aqui na terra dos Barés e quem a vê tão alva e loira não acreditará nisso. Sim, porque, para o sul julgam que o typo amazonense ainda é o primitivo, o do indígena feio, de pelle grossa e vermelha.
 Alta, franzina, elegante, vestindo correctamente uma *toilletes* bem trabalhadas, a nossa conterrânea não tem a belleza estonteante de uma grande rosa Paul Neron, não é um exemplar de plastica grega, de estatuaria florentina. É bella como um lyrio branco e modesto que se debruça do pendor selvatico da serra, sorrindo aos primeiros beijos da manhã.
 Ophelia da tragédia Hamlet devia ser assim pura, meiga e cheia de graça.
 Dansa admiravelmente, tem uma conversação attrahente e captivante.
 É um expoente de educação domestica, boa amiga, irmã e sobretudo excellente filha.
 Amiga do PATHÉ, ninguém diga mal do nosso semanário porque então, entre um leve colorido das faces, sem perder a linha da delicadesa, ella protesta logo.
 Dizem que a Virgem Maria vindo ao mundo espalhou as suas infinitas graças pelas mulheres.
 Há algumas que tiveram das mesmas graças tão microscópicas parcelas... Á nossa perfilada, juro que o coube um bom quinhão.
 Mora na rua Henrique Martin.¹³⁸

A. de M.

De certo, todos desejarão conhecer a quem perfilamos hoje.
 Morena, mas de um moreno róseo e avelludado, olhar mimoso e agradável, cabellos negros e compridos, quando em desalinho, traz-nos á mente a Idea da Virgem Maria.
 Estrutura regular, porte esbelto de princesa, é sem duvida nosso meio social um dos mais formosos ornamentos.

¹³⁷ *O Malho*, Rio de Janeiro, n. 4, p. 18, 11 out. 1902. Pantheon dos Satrapinhas.

¹³⁸ *Pathé*, Manaus, 30 ago. 1913. Perfil, p. 2.

O seu espírito lúcido e invejável é a prova evidente da educação fina e esmerada que lhe é peculiar.

Traja com elegância e quando a vejo toda de branco, com as tranças soltas, caídas nos ombros, sinto em minha alma um frêmito de desejos.

É uma visão do céu, na phrase de Victorino Palhares.

E, quando ella passa em demanda da casa de sua querida irmã, as flores curvam-se reverentes, os pássaros saltitam em doces gorgeios e a minh'alma apaixonada de eleito canta...

Reside á rua Dr. Jorge de Moraes, de cuja artéria é a flor mais viçosa.¹³⁹

Em meio a tantos escancaramentos de escritas, narrativas e/ou eventos da vida do outro, estariam os termos “privado” e “íntimo” passando por alguma espécie de ressignificação? Uma coisa é certa: parece que estamos nos afastando de suas denotações clássicas, utilizadas, via de regra, em menção àquilo que é *particular*, *pessoal*, sendo, por isso, *reservado* ou *confidencial*. Soa, portanto, contraditório afirmar que textos de cunho privado e íntimo venham sendo difundidos na mídia, há tanto tempo. Pois, se privados e/ou íntimos não deveriam ser de informação pública, de acesso à coletividade. No mínimo, esse movimento indica que a forma com que a sociedade delimita as fronteiras entre as esferas pública e privada, bem como a maneira de tratá-las, esteja continuamente se transformando.

Em *O Declínio do Homem Público*, Richard Sennett (1995) apresenta breve histórico acerca das acepções de *público* e *privado*. De acordo com o autor, “público”, no século XV, designava “o bem comum na sociedade”. (Sennett, 1995, p. 30) Por volta do século XVII, todavia, sua denotação se assemelharia à que rogamos hoje em dia, quando se acrescentou a ideia de “aquilo que é manifesto e está aberto à observação geral”. (Sennett, 1995, p. 30) Ao mesmo tempo, à acepção de privado fora estabelecida como “uma região protegida da vida, definida pela família e pelos amigos”. (Sennett, 1995, p. 30) Em síntese, enquanto *público* alude aos meandros e ocorrências da vida em relações que envolvem estranhos, desconhecidos e/ou anônimos, *privado* assinala os círculos e atividades desenvolvidas no âmbito doméstico e amistoso, envolvendo pessoas com as quais se tem algum grau de *intimidade*.

Já segundo Anthony Giddens, intimidade é

¹³⁹ **Pathé**, Manaus, 16 set. 1913. Perfil, p. 1.

a revelação de emoções e ações improváveis de serem expostas pelo indivíduo para um olhar público mais amplo. Na verdade, a revelação do que é mantido oculto das outras pessoas é um dos principais indicadores psicológicos, capaz de evocar a confiança do outro e de ser buscado em retribuição. (Giddens, 1993, p. 154)

Não obstante, o sentido de intimidade passou por algumas transformações com o correr do tempo. Para o filólogo Dionísio da Silva (2004), sua origem vem do latim *intimus*, tendo por significado o que está “dentro”, “profundo”. O conceito de *intimidade*, entretanto, é mais amplo do que essa definição pode vir a supor, sendo aplicado em distintos contextos. Por exemplo: uma interação íntima pode referir-se tanto a relacionamentos amigáveis, quanto a estritamente sexuais. De qualquer forma, especialmente em nossa contemporânea sociedade ocidental – em sua fase “pós-industrial”, “pós-moderna” (Lyotard, 1988), “líquida” (Bauman, 2001), “supermoderna” (Augé, 1994), entre outras conceituações -, há certo consenso em se associar um “interrelacionamento de cunho íntimo” àquele em que prevalece entre as partes envolvidas determinado grau de confiança, respeito e informalidade. Normalmente, tomamos por íntimo alguém em quem depositamos credibilidade o suficiente para “abrir” ou compartilhar aquilo que temos por privado, nossa privacidade; um confidente, com o qual desabafamos e esperamos que mantenha sigilo sobre nossas informações partilhadas.

Antes, porém, de indicar a privacidade de cada um, Dionísio da Silva nota que “intimidade designava o lugar de residências palácios reservados ao sono, ao descanso e aos atos amorosos”. (Silva, 2004, p. 571) Isto é, foi “somente” há aproximadamente dois séculos, dentro da conjuntura da Modernidade, que o entendimento de intimidade com o qual nos habituamos presentemente se desenvolveu, juntamente com outros ideais caros a esse projeto, como indivíduo e Nação, para mencionar somente dois desses possíveis elementos.

Tanto privacidade quanto intimidade não são, portanto, juízos “naturais” ou “espontâneos”, e sim conceitos “criados” dentro de uma cultura, em determinado momento histórico, sob certas circunstâncias sociais e que passaram por algumas modificações quanto à sua acepção. Ou, conforme sintetizado por Prost, são uma “realidade histórica, construída de diversas maneiras por sociedades determinadas”. (Prost, 2009, p. 14) Tampouco são conceitos estáticos, de modo que “Não existe uma vida privada de limites definidos para sempre, e sim um recorte variável da atividade humana entre a esfera privada e a esfera

pública”. (Prost, 2009, p. 14) Exatamente por isso, a concepção sobre o que pode ou não ser público, no que se refere à vida do outro, parece ter se expandido caprichosamente nos últimos dois séculos.

Desde sua concepção, *privado* e *íntimo* acenam àquilo que conhecemos como esfera dos sentimentos, emoções, pensamentos etc., sendo rotineiramente usados em alusão aos aspectos mais pessoais, particulares e próprios dos sujeitos. Por esse motivo, os mesmos costumam (ou costumavam?) resguardá-los, protegê-los, abrigá-los e ocultá-los no cerne de seu eu, já que, contendo tamanha carga subjetiva, acredita-se que a intimidade albergue a essência de cada um. Por conseguinte, “descortinar” esse precioso e secreto conteúdo significaria ter acesso àquilo que de fato o outro *é* – seu “eu interior”. Na mesma linha, ter retiradas as barreiras erguidas em disfarce deste “eu privativo”, representa estar inteiramente “desarmado” e/ou “despido” de quaisquer mecanismos de defesa da subjetividade, quais as “máscaras sociais” (Sennett, 1995), desprotegendo o “magma” constituinte do *self*.

Não se pode deixar de observar, portanto, que os juízos modernos de privacidade e intimidade vêm sendo abalados. Evidência disso são os discursos que viemos analisando em alguns meios de comunicação dos séculos XIX ao XXI, período em que o escopo da exteriorização da vida íntima do outro rumou, predominantemente, de uma atmosfera de vigilância constrangedora, de denúncia, quais as narrativas extraídas de *Diabrete*, *O Escândalo*, *O Cara Dura* e *Pathé*, ao enaltecimento e/ou engrandecimento individual. Assim, seria equivocado defender que não havia exposição de intimidades na imprensa nacional no século XIX. O que mudou, nesse ínterim, foi a ênfase de finalidade com que os periódicos abordam a vida íntima do outro.

Se no século XIX parte da gana pelo consumo da vida alheia se explica pelo pendor moralista, mais a “curiosidade” derivada da interiorização, e no XXI em função do culto à vida das celebridades, que nada mais são do que indivíduos socialmente famosos, pelos mais variados motivos possíveis e imagináveis, há ainda outro elemento em comum que perpassa esses dois momentos históricos. Afinal, com a enxurrada de cópias e ficções emergindo por todos os lados (Eco, 2015), em que recanto estaria repousando o autêntico, o original? A resposta parece ser na própria vida. Pode ser, assim, que o interesse pela vida do outro seja um meio de suprir a vontade de consumir a “coisa real”. Se a “ficcionalização da

existência” motivou um sentimento de busca pelo autêntico, talvez os sujeitos tenham se voltado, nessa procura, para o consumo de intimidades, privacidades, escritas pessoais, quais diários e cartas, bem como todo material em que estaria registrada a “realidade da vida”.

Efeito disso pode ser a acirrada procura por objetos pessoais de celebridades, mesmo das que já morreram. Um dos exemplos mais célebres é o da ex-atriz Marilyn Monroe. Mais de cinquenta anos após seu falecimento, observamos, repetidamente, a constante realização de leilões com seus ex-pertences e outras tantas raridades que inexplicavelmente “brotam” ano após ano. Em abril de 2008, um desses leilões provou que Marylin ainda é um ótimo negócio. Na ocasião, um vídeo em que a atriz é vista fazendo sexo oral em um homem não identificado foi arrematado pela “bagatela” 1,5 milhão de dólares. Em 2016, o famoso vestido que Marilyn usou ao cantar “Happy Birthday” para o ex-presidente Kennedy foi posto em leilão, com lance mínimo de 3 milhões de dólares.

Mas, ora: não sendo mais possível desfrutar da presença física de Marilyn Monroe, por que não se deliciar com um “pedacinho seu” através da posse de algum de seus ex-pertences, de preferência um que lhe tenha sido bem íntimo? É assim que no mundo do espetáculo absolutamente qualquer coisa pode vir a se tornar um objeto carregado de mistificação. Basta ter sido tocado pelas “mãos de Midas” de algum famoso e pronto: a “pureza” do artista juntamente com sua “atmosfera” de celebridade parecem prontamente impregnarem tal objeto, convertendo-o numa extensão sua, um “pedaço” casto e imaculado da sua sacra personalidade.

Marilyn Monroe, a propósito, talvez tenha sido pioneira em se tornar mito a partir das telonas, sendo para muitos, até hoje, a “deusa do cinema que seduziu o mundo”. Sua própria biografia ajuda a turbinar seu misticismo: da infância problemática e pobre ao estrelato mundial, Norma Jean, seu verdadeiro nome, atravessou os primeiros anos de vida trocando sucessivamente de família, pois sua mãe, Gladys Baker, padecia com problemas de saúde, além de não dispor de recursos financeiros para criá-la. A vida de Marilyn, dramática, apesar de semelhante à de outras tantas pessoas comuns, serviu de prato cheio para a mídia, encaixando-se como uma luva no *american way of life* tão idealizado e difundido por Hollywood: a menininha pobre e abandonada que venceu na vida, tornando-se

a loira fatal mais desejada do planeta por estrelar filmes como *O pecado mora ao lado* (1955), *Quanto mais quente melhor* (1959), *Como agarrar um milionário* (1953), *Os homens preferem as loiras* (1953), *Nunca fui santa* (1956), *Adorável pecadora* (1960), dentre outros.

Por conseguinte, apesar de manter postura reservada quanto às suas questões privadas, inevitavelmente a estrela fora umas das primeiras a “sofrer” com o inesgotável interesse da mídia pela vida privada dos famosos, sobretudo após engatar o notório relacionamento extraconjugal com o ex-presidente dos EUA, John Kennedy. Até mesmo o episódio de sua morte, em 1962, serviu para reforçar seu mito, permanecendo a fatalidade um mistério para muitos: (a) suicídio?; (b) acidente?; (c) conspiração da família Kennedy?; (d) vítima de um psicanalista imprudente, o qual cada vez mais lhe aumentava as doses de pesados medicamentos, conspirado com sua governanta?; (e) vítima de Hollywood? A finalização do inquérito policial, em 1982, concluiu que não havia indícios suficientes para apontar que ocorrera um crime. Isto é, prevaleceu a hipótese de suicídio.

Exposição de intimidades pela imprensa e conversão da vida alheia em narrativas ofertadas pela mídia: nos casos explorados neste Capítulo, até aqui, a externalização observada foi predominantemente a do tipo passiva. Ou seja, quando a vida do indivíduo é exposta sem o seu consentimento ou conhecimento. Porém, juntamente com essa variante de externalização, há de se acrescentar, na análise sobre o processo de formatação das subjetividades, outra vertente que ficou notória especialmente ao longo do século XX: a exteriorização ativa. Isto é, quando o próprio indivíduo divulga, ele mesmo, sua vida íntima ou privacidade aos olhos de quem quer que seja. Com a maior presença desse tipo de externalização, outra estratégia começa a chamar atenção no que se refere à exposição do *self*, destacando-se como uma das mais utilizadas por aqueles que buscam a tão sonhada captura do olhar do outro: a confissão midiática.

4.2.

Confissões nada secretas

As confissões e os desafios de Paloma Bernardi

Na Ilha de Caras, ela fala de amor e da alegria de interpretar a sua primeira vilã na TV¹⁴⁰

O texto replicado acima, título e subtítulo de uma reportagem da revista *Caras*, exemplifica parte de um fenômeno em alta na cultura contemporânea, especialmente nas narrativas da mídia: a confissão da própria privacidade nos meios de comunicação. Na matéria, a atriz Paloma Bernardi “revela” desde alguns aspectos da vida profissional (“Trabalho com arte desde os 4 anos, mas sempre almejei chegar à TV. É incrível ver que todos os meus sonhos se tornaram reais. Hoje, me sinto mais segura nas escolhas que faço”¹⁴¹), passando pela amorosa (“Para um namoro dar certo, é preciso conquistar o outro diariamente e aprendi a admirar o Thiago [Martins] muito além do ator ou do cantor. Ele é uma pessoa simples, carismática, engraçada e me diverte. Para mim, basta”¹⁴²), alcançando o que poderíamos aludir como seu “eu interior”: “Guardo minha essência a sete chaves. Sou moleca e brincalhona, mas sei ser mulher quando preciso”¹⁴³.

Em relação ao que vínhamos demonstrando a respeito da imprensa do século XIX e início do XX, há, aqui, uma mudança bastante significativa: enquanto agora o próprio indivíduo fala sobre si na mídia, isto é, confessa sua vida íntima nos meios de comunicação, naquele momento, conforme mostramos, eram os jornalistas que revelavam as peripécias da vida alheia, basicamente em sinal de reprovação e moralização. Dito de outro modo, no que concerne à cobertura da vida do outro, ao discurso de *terceira* pessoa, em que alguém fala de outro, somou-se o de *primeira*, no qual o eu fala sobre si próprio¹⁴⁴. Dentre outras coisas, isso denota, no mínimo, um câmbio de paradigma, sob o ponto de vista sociocultural: desde já, estar com a intimidade aberta nos meios de comunicação, em geral, pode ensejar mais *reconhecimento* que constrangimento.

No século IV, por exemplo, Santo Agostinho, uma das maiores autoridades da Igreja à época, publicou um livro intitulado simplesmente de *Confissões*. Nesta autobiografia, o autor narra os conflitos de sua trajetória

¹⁴⁰ As confissões e os desafios de Paloma Bernardi. *Caras*, São Paulo, n. 1004, 12 abr. 2013. Não paginado.

¹⁴¹ Cf. nota 140.

¹⁴² Cf. nota 140.

¹⁴³ Cf. nota 140.

¹⁴⁴ Ressalta-se que não se trata de uma substituição, na qual o discurso em 1ª pessoa estaria sobrepujando o de 3ª, e sim de um acréscimo, em que 1ª e 3ª pessoas reluzem lado a lado dentro do mesmo fenômeno. Assim, tanto “flagras” dos *paparazzi* quanto confissões pessoais, por ilustração, dividem espaço, dentre outras possibilidades.

peçoal, no que seria seu caminho rumo ao encontro de Deus. “Que tenho eu a ver com os homens para que me ouçam as *Confissões*, como se me houvessem de curar de minhas enfermidades? Que gente curiosa para conhecer a vida alheia e que indolente para corrigir a própria” (Agostinho, 2013, p. 238), já profetizava num dos trechos de sua obra.

Outra autobiografia notória foi a do pensador alemão Friedrich Nietzsche, lançada quinze séculos depois das *Confissões* de Santo Agostinho. O título em si já não deixa a menor margem de dúvida acerca da atmosfera do texto: *Ecce Homo* [Eis o Homem]: *De como a gente se torna o que é*. O mesmo pode ser dito em relação à denominação de alguns dos capítulos, entre eles “Por que eu sou tão sábio”, “Por que eu sou tão inteligente” e “Por que eu escrevo livros tão bons”.

Santo Agostinho e Nietzsche viveram e escreveram em momentos absolutamente distintos no que concerne ao processo de formatação das subjetividades. Mas o que essas duas obras nos indicam é que a prática da autoconfissão remonta a muito antes do século XXI, época em que se mantém ativa, talvez mais do que nunca, sustentada pelo primordial intuito da visibilidade.

Essa vontade de ser visto, para Christopher Lasch (1983), tem sua raiz na supervalorização do presente, em sintonia com a perda da sensação de continuidade histórica, algo, para ele, derivado, tanto do declínio dos valores do protestantismo, tão bem descritos por Max Weber (2004), quanto pela projeção de um futuro incerto e ameaçador. Da confluência desses fatores, diz Lasch, teria se instaurado uma verdadeira “cultura do narcisismo”. De acordo com o pensador, o narcisista, apesar da carcaça ou postura de independência – em suas palavras, das “ilusões de onipotência” (Lasch, 1983, p. 25) -, é, na verdade, um ser absolutamente inseguro. Tanto que padece de elevada dependência em relação ao outro para validar sua autoestima e obter senso de reconhecimento.

Trata-se de uma linha argumentativa similar à defendida por Riesman (1995), para quem a alta sensibilidade dos sujeitos da segunda metade do século XX em diante para com as opiniões dos outros é sintomática de sua ansiedade por aprovação. Ou mesmo da tese de Sibilia (2008), defensora de que as “tirantias da visibilidade” são efeito do “medo da solidão”, espécie de temor de ser “deixado de lado” ou esquecido que abate os sujeitos coevos.

Para esses três autores, todavia, os meios de comunicação desempenham papel fundamental no fomento desse movimento. E, se a partir das dinâmicas e linguagem da mídia Debord, como vimos, cunha a famosa “sociedade do espetáculo”, criticando o excesso de representação e midiaticização no cotidiano e nas relações sociais, Lasch afirma que a vida estaria sendo vivenciada, ela mesma, como uma “sucessão” ou “torvelinho” de imagens (Lasch, 1983, p. 73).

A “mídia” dá substância e, por conseguinte, intensifica os sonhos narcisistas de fama e glória, encoraja o homem comum a identificar-se com as estrelas e a odiar o “rebanho”, e torna cada vez mais difícil para ele aceitar a banalidade da existência cotidiana. (Lasch, 1983, p. 43)

A mídia é vista como passarela ou vitrine para os exitosos e exitosas da cultura contemporânea, na qual são exibidas estórias de vida, na forma de narrativas ou discursos, de gente que “chegou lá” e, por isso, pode inspirar *a todos nós* a buscar o mesmo. Ou seja, lograr ultrapassar a muralhada fronteira entre o insosso rebanho dos anônimos e o paradisíaco clube dos famosos, entre o mundo do homem ordinário e o do homem do *show business*. Não à toa Morin (1987) adota a metáfora do *Olimpo* para se referir à mídia. Pois, para muitos, estar na mídia é uma glória, ainda mais se acompanhado das láureas e demais benesses que tal feito pode gerar: o carimbo de V.I.P. (*very important person*), os cliques dos fotógrafos, as capas das revistas, as entrevistas a jornais, os convites para eventos, a atenção da audiência e, aquilo que poderia resumir todo o pacote: *visibilidade*.

Na ânsia por obter isso tudo (e muito mais), a confissão midiática volve-se como um dos possíveis caminhos. E, diga-se de passagem, um dos que mais tem se revelado bem-sucedido. O “bom” é que praticamente quaisquer acontecimentos da existência podem ser confessados, de preferência os mais escandalosos, surpreendentes, inusitados, terríveis e ousados: do envolvimento com drogas de Fábio Assunção ao adultério de Bruno Gagliasso; do “pacto com uma pomba-gira” de Vanessa Urach à transexualidade de Tammy Gretchen, e por aí vai. Só mesmo monstruosidades parecem não serem bem-vindas pelo público – ao menos por enquanto -, como o livro em que O. J. Simpson revela como *teria* assassinado a própria esposa, Nicole Brown, e seu amigo e suposto amante, Ronald Goldman no dia 13 de junho de 1994: *If I Did It* (2007) - *Se eu tivesse feito isso*, em

português. Por outro lado, alguns criminosos igualmente ressoam quais figuras célebres, como o traficante carioca Rogério 157, tendo os policiais que o prenderam realizado várias *selfies* com o próprio, as quais foram postadas e viralizadas nas redes sociais. Isso só para citar um exemplo, de uma lista que inclui ainda nomes como Suzane von Richthofen.

Tamanha gana dos sujeitos por revelarem a própria vida levou Michel Foucault a afirmar que vivemos numa “sociedade singularmente confessanda”. (Foucault, 1988, p. 59) O autor argumenta, no entanto, que a prática confessional foi empregada por distintos projetos de poder ao longo da História. Primeiro, no século XIII, pelo âmbito eclesiástico, com o “sacramento da penitência”, rito no qual se expunha a um religioso os “pecados”, “faltas” ou “deslizes”, e, em troca do perdão, recebia-se uma penitência, normalmente convertida em orações e preces; em seguida, por volta da Era Industrial, a confissão foi adaptada pelos campos jurídico, pedagógico e médico para a aplicação de métodos de formatação das individualidades através de formas de punição, castigo, instrução, tratamento, dentre outros. Dessa forma, a confissão fora tanto induzida quanto apropriada como estratégia do poder, o qual a enxerga como poderoso meio de normatização e vigilância, isto é, de formatação das subjetividades.

Foucault (1988) ainda rechaça a “hipótese repressiva”, defendendo o que chama de incitação ao “fazer falar”, notadamente quando o assunto é sexo. O pensador, contudo, vai além do âmbito sexual. Pois, em suas palavras, “Tanto a ternura mais desarmada quanto os mais sangrentos poderes têm necessidade de confissões”, de maneira que “O homem, no Ocidente, tornou-se um animal confidente”. (Foucault, 1988, p. 59) E assim, quaisquer aspectos da vida estariam hábeis ao ato da confissão pelos indivíduos e, na mesma linha, ao “aproveitamento” pelas instâncias de poder.

Com o tempo, e sua respectiva “introjeção” e/ou “naturalização”, a prática confessional teria se disseminado por praticamente todas as arenas sociais.

A obrigação da confissão nos é, agora, imposta a partir de tantos pontos diferentes, já está tão profundamente incorporada a nós, que não a percebemos mais como efeito de um poder que nos coage; parece-nos, ao contrário, que a verdade, na região mais secreta de nós próprios, não “demanda” nada mais que revelar-se; e que, se não chega a isso, é porque é contida à força, porque a violência de um poder pesa sobre ela e, finalmente, só se poderá articular à custa de uma espécie de liberação. (Foucault, 1988, p. 59)

Desde o terço final do século XX, porém, parece que a “obrigação da confissão” vem se enfatizando, ou adquirindo mais destaque, nos discursos e narrativas propagados pelos meios de comunicação: a produção de verdades do eu atualmente inunda os espaços da mídia em todas as vertentes disponíveis, como revistas, redes sociais, programas de TV, entrevistas, livros etc.

Por exemplo: em dezembro de 2013, ocasião do lançamento da biografia de Luiza Brunet, a revista *Contigo!* fez uma matéria na qual a ex-modelo “fala de seus abortos, da experiência sexual com uma mulher, do ataque de um vizinho quando trabalhava como empregada doméstica e do convite de Pelé, antes de namorar Xuxa”¹⁴⁵. O título não poderia ser mais apropriado ou sugestivo: “Segredos de uma musa”.

Em 256 páginas, Luiza Brunet se despe do mito de mais de três décadas de uma das personalidades mais marcantes do mundo da moda no Brasil. A trajetória simples, impulsionada pela beleza morena que seduzia sem fazer força, tendo no caminho o pai alcoólatra que ameaçava a mãe e os irmãos, um início, quando era ainda menor de idade, repleto de homens querendo “tirar proveito”, a experiência na cama com outra modelo, o primeiro casamento dos sonhos, com Gumercindo Brunet, o Gugu (de 1978 a 1984), seguindo de um “selo de propriedade” da marca Dijon sobre seu nome e um segundo casamento dos sonhos, com Armando Fernandez (de 1985 a 2008), além de dois abortos. Abaixo, um papo sobre seu atual momento e em quem se transformou Luiza Brunet.¹⁴⁶

Um dos pontos mais polêmicos – e que, por isso mesmo, mais ganhou destaque - foi a experiência homossexual de Brunet, em 1979, fazendo jus, pela publicação, à reprodução do trecho em que o assunto é tratado na biografia:

“Dividia o quarto com uma modelo que se tornou minha amiga e não gostava de badalação (...) Certa vez, acordei no meio da noite. Ela estava na minha cama e me abraçava por trás. Senti seu perfume e, em seguida, seu beijo. Fiquei extremamente confusa: eu jamais a havia considerado além de amiga. Nunca passara pela minha cabeça que pudesse haver, da parte dela, um interesse maior. Mas havia e eu me deixei levar. O problema foi que, já no dia seguinte, soube que não sentia por ela o que ela sentia por mim. Na minha cabeça, a coisa tinha

¹⁴⁵ MORETTI, L.; D’ALMEIDA, E. Segredos de uma musa: em biografia, Luisa Brunet fala de seus abortos, da experiência sexual com uma mulher, do ataque de um vizinho quando trabalhava como empregada doméstica e do convite de Pelé, antes de namorar Xuxa. *Contigo!*, São Paulo, n. 1995, p. 10, 12 dez. 2013.

¹⁴⁶ MORETTI, L.; D’ALMEIDA, E. Segredos de uma musa: em biografia, Luisa Brunet fala de seus abortos, da experiência sexual com uma mulher, do ataque de um vizinho quando trabalhava como empregada doméstica e do convite de Pelé, antes de namorar Xuxa. *Contigo!*, São Paulo, n. 1995, p. 12, 12 dez. 2013.

acontecido uma vez e não se repetiria. Para ela, aquilo poderia significar o início de um relacionamento. Dei um jeito de me mudar de quarto, ainda no meio da viagem”.¹⁴⁷

Entendido qual mecanismo de construção do eu, o ato de confessar-se publicamente converte-se, por conseguinte, em meio não só de *ser si mesmo*, mas de *tornar-se visível*, atrair o foco de terceiros, ser visto e comentado, despontando em absolutamente todas as áreas. Nessa guinada, o universo das publicações autobiográficas reluz como um de seus maiores expoentes.

Duas dessas publicações, que viraram genuínos fenômenos editoriais, foram as obras *ditas* autobiográficas de Jeremiah “Terminator” Leroy, conhecido simplesmente por J.T. Leroy. Seu primeiro livro, *Sarah* (1999), com o relato de uma infância traumática ao lado de uma mãe que se prostituía para caminhoneiros e o vestia de mulher para que também se prostituísse, alcançou sucesso estrondoso, com traduções em várias línguas e “amizades” com muitas celebridades. Na esteira do êxito, veio *Maldito coração*, igualmente em 1999, o qual seguiu a mesma linha: a narrativa de uma estória de vida repleta de abusos, vícios, abandono e violências, o que não o impediu de ser outro êxito editorial.

Com seus livros causando tanto burburinho, a pressão para que Leroy fizesse aparições públicas era cada vez maior – o autor, considerado extravagante, vivia num excêntrico estado de reclusão. Até que, em outubro de 2005, o *New York Magazine*¹⁴⁸ plantou a dúvida: seria J.T. uma farsa? O suspense pairou no ar por alguns meses, quando, em janeiro do ano seguinte, o *The New York Times*¹⁴⁹ confirmou que J.T., na verdade, nunca fora menino, mas menina: tratava-se de Savannah Knoop, que perante o público vestia-se de garoto para encarnar sua “personagem”.

Mas as revelações não pararam por aí: além de J.T. não ser menino, Savannah tampouco era a autora dos livros. Quem os escrevia era Laura Albert, cunhada de Savannah, e que se passava por assessora de J.T. A revelação fez Laura cair em desgraça: se divorciou, perdeu contato com Savannah, respondeu a

¹⁴⁷ Cf. nota 146.

¹⁴⁸ BEACHY, S. Who is the real JT LeRoy?: a search for the true identity of a great literary hustler. *New York Magazine*, Nova Iorque, 17 out. 2015. Disponível em: <<http://nymag.com/nymetro/news/people/features/14718/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

¹⁴⁹ ST. JOHN, W. The unmasking of JT Leroy: in public, he's a she. *New York Times*, Nova Iorque, 9 jan. 2006. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2006/01/09/books/09book.html?pagewanted=2&r=1>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

processo judicial e ainda se viu relegada pela mídia. Eis um caso tão rocambolesco, que ficção e realidade pareciam concorrer para saberem qual das duas proporcionaria as estórias mais sensacionais.

Teriam, pois, os leitores de J.T. (ou Laura) consumido *ficções* ofertadas como *estórias da vida real*? Depende do ponto de vista. Isto porque as narrativas assinadas por J.T. eram reais, no sentido de que foram vivenciadas por Laura Albert. Nesse caso, não se inventou uma biografia, e sim uma personagem para encarnar a figura de alguém real. Ainda assim, era a revelação de um gravíssimo erro: a quebra do chamado “pacto de leitura” (Lejeune, 2014), um requerido acerto entre o autor-narrador da autobiografia, o qual deveria relatar apenas estórias pessoais e verídicas, e seus leitores, que as consumiriam de boa fé situando-as como verdadeiras.

Durante sua passagem pelo Brasil, circunstância do relançamento de *Sarah* e *Maldito coração* pela primeira vez com seu verdadeiro nome na capa, Laura declarou à *Folha de S. Paulo*, em sua defesa, que “J.T. não foi uma farsa. Prefiro vê-lo como um véu, um disfarce que usei para poder falar de coisas que me atormentavam e que eu não conseguia pôr no papel enquanto Laura Albert”. E arrematou: “É como dizia Oscar Wilde: “Dê ao homem uma máscara, e ele lhe dirá a verdade”¹⁵⁰.

O mercado editorial tem demonstrado, ainda, uma insaciável sede pela publicação de escritas íntimas de personalidades que já morreram. Isto é, nem os mortos escapam dessa avalanche de oferta e consumo de *estórias reais*, independentemente de seu interesse por propagá-las ou não. Um dos casos mais notórios é o do escritor alemão Thomas Mann, um dos mais importantes romancistas do século XX, autor de clássicos da literatura mundial como “A montanha mágica” (1924) e “Morte em Veneza” (1912), dentre outros romances que lhe renderam o Nobel de Literatura em 1929.

Em 1955, ao falecer, Mann deixou um diário no qual havia relatado os episódios mais íntimos de sua vida. À curiosidade por se desbravá-lo, entretanto, seguiu-se uma longa espera. Segundo sua recomendação, seus escritos só poderiam ser abertos 20 anos depois de sua morte. E, claro, foi o que ocorreu,

¹⁵⁰ BARCINSKI, A. Sexo, drogas e mentiras: a saga de J.T. Leroy. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 24 abr. 2012. Disponível em: <<http://andrebarcinski.blogfolha.uol.com.br/2012/04/24/sexo-drogas-e-mentiras-a-saga-de-j-t-leroy/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

tendo suas confissões superado as expectativas dos mais vorazes entusiastas por controvérsias. Dentre os testemunhos, a vinda à tona de suas propensões homossexuais, fato que procurou manter preservado enquanto vivo – dentre as descrições de paixões, consta a de um garçom que conhecera em Munique. Todavia, diante de outra revelação, todas as demais parecem secundárias. Numa das passagens mais marcantes, o alemão relata que se sentia sexualmente atraído por seu próprio filho, Klauss, também gay. O material fora considerado tão bombástico que virou livro: *Thomas Mann: uma biografia* (2000).

No Brasil, causou polêmica a liberação de uma carta privada, escrita pelo poeta Mário de Andrade a Manoel Bandeira. Na verdade, a carta em questão, datada de 1928, que faz parte do acervo da Fundação Casa de Ruy Barbosa, já havia sido publicada em 1966. Porém, um de seus trechos fora “estrategicamente retirado”, levantando uma série de especulações sobre sua “possível” homossexualidade. Até que, em 2015, a Controladoria Geral da União bateu o martelo: ainda que contrariando a vontade da família e da Fundação, que alegava não poder liberá-la em função de um acordo, uma decisão determinou a divulgação da carta na íntegra, confirmando-se as suspeitas sobre sua sexualidade.¹⁵¹

Vão, portanto, os diários e demais escritas íntimas, tão protegidos por nossos antepassados, abrindo-se aos olhares alheios, movimento que, ao menos por enquanto, parece não ter volta. O mesmo pode ser dito em relação ao que se passa dentro das casas, que de refúgio do eu contra os perigos do ambiente externo torna-se mais um meio para ser visto.

Bem verdade que já nas narrativas do século XIX há registros que atestam a curiosidade e/ou o desejo de se ter conhecimento daquilo que se passava do lado de dentro das paredes das residências. Referências àquilo que ocorria no interior das casas apareciam em vários trechos dos jornais do nosso primeiro grupo de *corpus*. O carioca *Diabrete*, por exemplo, disse que mandaria uma mulher chamada Maximiliana “pro inferno” se a mesma “não nos mandar o nome

¹⁵¹ FRANCO, L; COZER, R. Em carta, Mário de Andrade cita sua “tão falada” homossexualidade. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 18 jun. 2015. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/06/1644470-em-carta-mario-de-andrade-cita-sua-tao-falada-homossexualidade.shtml>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

daquelle inglez que vai todos os dias á sua casa”¹⁵². Quando não os jornalistas, os próprios leitores enviavam informações aos periódicos delatando o que acontecia no cerne dos lares de seus vizinhos.

Presidente Barroso

Ó Sr. Fr. Marinho, não fique tão descançado, que breve vamos entrar-lhe em casa e procurar por lá os meios de acabar com o conventilho que o senhor mantém, apesar de que já temos documentos e provas importantíssimas.

*Visinhança escandalizada.*¹⁵³

O mesmo tipo de narrativa se fazia presente nas páginas do maranhense *O Abelhudo*, o qual escancarou “que a menina da fiação continúa a dormir em casa dos rapazes solteiros”¹⁵⁴. Nas páginas do amanuara *Pathé*, igualmente havia referências às práticas “estranhas” perpetradas pelos moradores de Manaus dentro de suas residências.

Á rua Luiz Antony, entre o M. Coutinho e 10 de Julho, em uma casa de azulejo existe uma portugueza que todas as noites vae em certo quarto de um seu patrício, donde sahe passados 30 minutos.

Irá receber o baptismo? Olhe menina o rapaz é pae e esposo.¹⁵⁵

Ou seja, para além do cuidado que *todos* deveriam ter quando em público, como forma de evitar virar nota de jornal, deveriam temer pelo que faziam dentro de suas quatro paredes, pois os periódicos, aliados à vizinhança, voltavam-se, outrossim, a denunciar o “mau comportamento” dos sujeitos, mesmo dentro de suas próprias casas.

Curioso que *Pathé* em específico mostrava-se incomodado quando notava outras pessoas “cuidando” da vida alheia, algo, segundo os jornalistas, “feio”: “... uma velha juntamente com umas moças, espreitam a casa de uma certa senhora á J. Nabuco, por causa do ex-dandy de sua primogênita. Credo que cousa feia!”¹⁵⁶; “... uma certa mocinha moradora a Avenida Nhamundá, por andar espiando o que se passa pela casa alheia... Olhe isso é feio mocinha?...”¹⁵⁷.

¹⁵² **Diabrete**, Rio de Janeiro, 12 mar. 1883. Papirotos infernaes, p. 4.

¹⁵³ **Diabrete**, Rio de Janeiro, 29 abr. 1883. Caldeirão publico, p. 3.

¹⁵⁴ **O Abelhudo**, São Luís, 19 fev. 1899. Corre, p. 2.

¹⁵⁵ **Pathé**, Manaus, 26 jul. 1913. Telegrapho, p. 4.

¹⁵⁶ **Pathé**, Manaus, 30 ago. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 4.

¹⁵⁷ Cf. nota 129.

Um século depois, ainda paira sobre a casa um tipo de visão que a associa à imagem de fortaleza da subjetividade de seus moradores. Essa foi uma das motivações que levou a personagem Claude a adentrar-se na residência da família de Rapha, um de seus companheiros de classe, na película francesa *Dentro da Casa* (2012). Depois de um tempo observando, com certa distância, o relacionamento que seu colega mantinha com os pais, Claude se aproxima de Rapha com o pretexto de auxiliá-lo nas lições de matemática, o que lhe abriu as portas para visitas frequentes à família. Claude, entretanto, tinha pretensões além da amizade com o colega: a cada nova ida à casa, o jovem relatava suas descobertas em redações entregues ao professor de literatura, Germain, o qual, ademais de desmotivado educador, havia fracassado como autor, mas que, em função desses textos, viu reacender a paixão por ensinar, sobretudo por enxergar o elevado potencial autoral no jovem. Germain passa, então, a dar conselhos a Claude sobre como aprimorar sua escrita, ainda que para isso tivesse que manipular os acontecimentos na casa de seu colega, e mesmo na rotina da escola, já que o professor chegou a roubar uma prova de matemática para que Rapha recebesse um elevado conceito e Claude continuasse sendo recebido pela família.

Claude transforma a vida dos Rapha, sujeitos absolutamente comuns, numa intrigante narrativa: privacidade, anseios, desejos, esperanças, medos, *tudo* é descrito em pormenores. E, ao mesmo tempo, em praticamente tudo há o dedo de Claude para que os Rapha lhe proporcionem melhores peripécias. Em outras palavras, Claude não apenas se inspirou na realidade da família de Rapha para elaborar sua narrativa, mas manipulou a realidade dos Rapha para que suas vidas oferecessem lances mais interessantes à sua narrativa. Como na ocasião em que dormiu na casa, e, passeando escondido pelos cômodos, à noite, bisbilhotou os espaços; ou quando estimulou Rapha a se vingar de Germain em um texto publicado no jornal da escola; ou ainda quando encarnou uma atração sexual com a matriarca da família.

Não deixa de ser extraordinário que, num intervalo tão curto de tempo, esse mesmo espaço, antanho recinto dedicado ao repouso e ao cultivo do *self*, tenha virado espécie de cenário do “filme-vida” de cada um (Gabler, 1999). Pois, nessa virada, marcada pela exposição *voluntária* e *requerida* da intimidade de *tudo* e de *todos*, a casa vem ganhando relevo na mídia. Especialmente quando

consideramos sua área mais reservada e secreta, guardada, via de regra, aos mais íntimos: o quarto.

Não são poucos os *youtubers* que gravam vídeos dentro de seus quartos, a essa altura tão particularizados quanto escancarados. Um simples exercício o evidencia sem grandes dificuldades. Basta digitar a expressão “meu quarto” no *YouTube*, e em míseros milésimos de segundos são apresentados nada menos que 483 mil resultados, dentre eles vídeos intitulados “conheçam o meu quarto” e, um dos mais repetidos, “tour pelo meu quarto”. Presentemente (maio de 2016), a mais vista dessas gravações – “Tour Pelo Meu Quarto 2013 (Parte 1)” - contabiliza 2,7 milhões de acessos e pertence a Manoela Antelo, uma garotinha que descreve todos os pormenores de seu nem tão privativo recanto, uma vez exposto a todos que desejarem bisbilhotá-lo. Conforme ela mesma se apresentava à época, “sou carioca, tenho 10 anos e posto vídeos sobre review de brinquedos, idiotices com meu tio Bibi, receitas, vlogs, moda, brincadeiras e dicas super legais, tudo com muito carinho e dedicação”.

Apesar da pouca idade, Manoela ostenta números de dar inveja a muitos *youtubers* maiores: 1,5 milhão de inscritos e 295,5 milhões de visualizações. Em tempo: seguindo o caminho desbravado por praticamente todos os *youtubers* de êxito, Manoela já lançou um livro com Luan Novitt, seu tio “Bibi”, outro famoso *youtuber*: *Motivos Para Sorrir. Tudo e Mais Um Pouco Sobre A Família Mais Divertida do Youtube* (2016).

Na verdade, não apenas esse cômodo, mas a casa inteira vem sendo escancarada ao consumo público. E ensejos é o que não faltam: ensaios mostrando decoração e acessórios para revistas, entrevistas de cunho privado a programas de TV, apresentação do primeiro filho (ou do segundo, do terceiro...). *Tudo* serve de chavão para mostrar o “lar doce lar” dos astros e estrelas, além dos aspirantes, via *Web 2.0*.

Por exemplo: na matéria “Gisele apresenta ao mundo a fofa Vivian. Filha da *übermodel* com Tom Brady já esbanja carisma com apenas dois meses”¹⁵⁸, a revista *Caras* aproveita para mostrar, fora a filha, a nova casa da modelo, numa espécie de combo 2 em 1.

Assim a publicação descreve a residência da brasileira:

¹⁵⁸ Gisele apresenta ao mundo a fofa Vivian: filha da *übermodel* com Tom Brady já esbanja carisma com apenas dois meses. *Caras*, São Paulo, n. 1006, 15 fev. 2013. Não paginado.

Outro motivo recente de alegria para a gaúcha foi a conclusão da mansão de 2000m² do clã, em Brentwood, L.A., após três anos. As obras, que consumiram 20 milhões de dólares, incluem uma gigantesca piscina e castelo com área para brincar, com direito a ponto e fosso. A propriedade, de 1,5 hectáre, conta com oito quartos, adega, academia de ginástica e garagem para seis carros. Mas o que orgulha mesmo a modelo no novo lar é a sustentabilidade – tema caro à engajada Gisele, defensora da causa verde e também embaixadora da Boa Vontade pela ONU. “Estamos entusiasmados por usar a energia solar como a principal fonte de energia da casa. Reaproveitamos a água da chuva e já estamos plantando nossas próprias verduras, frutas e legumes. A horta será a minha parte favorita da casa”, afirma a beldade.¹⁵⁹

Vão ruindo, portanto, sistematicamente, as barreiras que antigamente ocultavam a intimidade dos lares, escondendo-a de terceiros, na mesma medida e proporção com que vão se incrementando a vontade de ser visto, comentado, curtido e acompanhado a (quase) qualquer custo, mesmo que isso signifique a exibição (ao menos em parte) da privacidade. O oposto, isto é, a inacessibilidade do cotidiano do lar, hoje em dia, é que acaba despertando certo estranhamento social.

4.3.

A intimidade como entretenimento

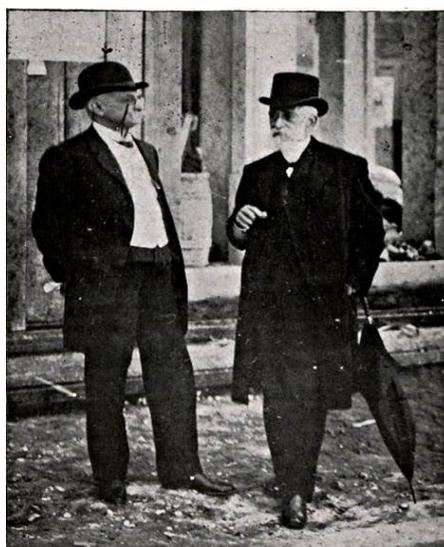


Figura 4: Bem sabemos que o venerando Senador Feliciano Penna, cujo excelente instantâneo damos aqui, detesta a indiscreção bisbilhoteira das Kodacks.

¹⁵⁹ Cf. nota 158.

Perdôe-nos S. Exa.; mas não era possível furtarmo-nos á honra de apanhar, em flagrante, o vulto de S. Exa. que é, para nossa dignificação, uma das figuras mais eminentes do Senado actual.

Assim o nosso instantaneo não representa apenas a simples curiosidade banal de uma photographia, mas tambem a dignificadora satisfação da nossa modesta homenagem ao eminente mineiro, que é S. Exa.

Com o Senador Penna, tivemos a satisfação de apanhar tambem um excellento instantaneo do distincto e sympathico Senador Virgilio Damazio, da Bahia, uma das mais gloriosas tradições da propaganda Republicana.¹⁶⁰

Kate Holmes e a fofa Suri. Dupla dribla o inverno em NY

Prova de que é possível ter estilo sem deixar de ser criança, Suri (6), filha de Tom Cruise (50) com Katie Holmes (34), driblou o frio de NY com chapéu de panda em passeio. A atriz, que se divorciou do astro em 2012, levava os bichos de pelúcia da filha.¹⁶¹

É um erro crer que “é de hoje” que os acontecimentos mais banais da vida são expostos nos meios de comunicação, na forma de *fato jornalístico*. Tanto no século XIX quanto no início do XX a imprensa, em particular a brasileira, já explorava esse mote, consoante nos comprova o trecho da revista carioca *Fon-Fon* replicado acima, o qual possui evidentes proximidades com o fragmento da revista *Caras* colocado logo na sequência. Afinal, em ambas as passagens, temos indivíduos que gozavam de certa notoriedade social sendo fotografados em ocasiões absolutamente ordinárias – um passeio pelo espaço público – e transformados em notícia. Ademais, nas duas publicações, o retratado é apresentado de maneira prestigiosa, como se o fato de ter a imagem impressa em um meio de comunicação comprovasse ou brindasse algum grau de estima. Uma diferença patente, no entanto, é que ao contrário de *Fon-Fon*, que gastou várias linhas *perdoando-se* por sua “indiscrição bisbilhoteira”, *Caras* não o fez. E por uma razão bastante simples: enquanto há um século predominava a direção interiorizante na formatação das subjetividades, promovendo valores como a discrição e o resguardo, agora a exteriorização vem ganhando força, incitando o valor da *visibilidade* sobre todos os demais.

Em se tratando dos periódicos que compõem o *corpus* de nosso primeiro marco temporal, *Fon-Fon* foi aquele que mais logrou converter em meio de enaltecimento o “flagrante” da vida cotidiana. Em grande parte das fotos que publicava, os sujeitos apareciam em eventos absolutamente banais: caminhando,

¹⁶⁰ **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 19, p. 13, 17 ago. 1907. Rio em flagrante. Os nossos instantâneos.

¹⁶¹ Kate Holmes e a fofa Suri: dupla dribla o inverno em NY. **Caras**, São Paulo, n. 1007, 22 fev. 2013. Não paginado.

defronte a alguma loja, conversando, havendo ainda quem parasse para posar e “sair bem”.



Figura 5: “O Eminentíssimo Dr. Joaquim Murinho, senador por Matto Grosso em pose de quem vae ser... photographado”.¹⁶²

Talvez a revista não o soubesse, mas ao colocar indivíduos para percorrerem a cidade do Rio de Janeiro com suas “Kodaks” em punho, à espera de se depararem com um conhecido - políticos ou membros da “alta sociedade” em sua maioria -, a publicação estava organizando o trabalho daqueles que podem ter sido os primeiros *paparazzi* brasileiros.

E mais: se considerarmos o incremento na quantidade de “instantâneos” com o passar das edições, podemos intuir que *Fon-Fon* obteve relativo sucesso neste filão. Em sua segunda edição, de 20 de abril de 1907, foram três fotografias, respectivamente nas páginas 8, 25 e 31. Já na 20, de 24 de agosto do mesmo ano, foram sete os “flagrantes”. Isto é, mais que o dobro! Diante de tamanha expansão, soa-nos que, mesmo em meio a um contexto de interiorização, tanto os retratados não pareciam se incomodar por estarem sendo “surpreendidos” e publicados, ressalvando-se a timidez de um ou outro mais discreto, quanto o público leitor parecia se aprazer acompanhando tais “flagrantes”, os quais, considerando o primeiro ano da revista, só não estiveram presentes no número inaugural.

¹⁶² **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 9, p. 3, 8 jun. 1907. Rio em flagrante. Os nossos instantâneos.

Diferentemente dos outros impressos da passagem dos séculos XIX e XX de nosso *corpus*, *Fon-Fon* é praticamente voz destoante. Enquanto todos os demais tratavam da intimidade alheia com o fim de recriminar, ameaçar e/ou denunciar comportamentos “inadequados”, *Fon-Fon* elaborou uma linha editorial na qual a forma com que cobria a vida do outro imprimisse prestígio. Vejamos algumas exemplificações:

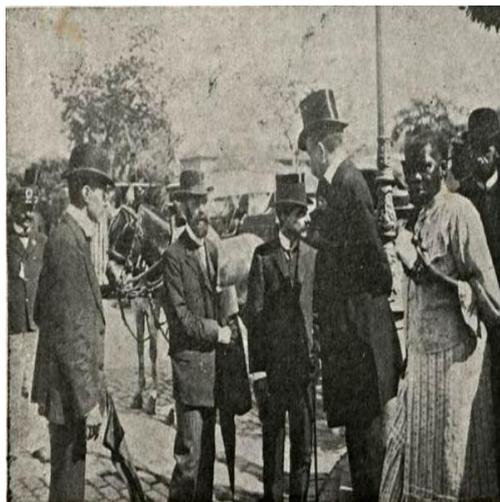
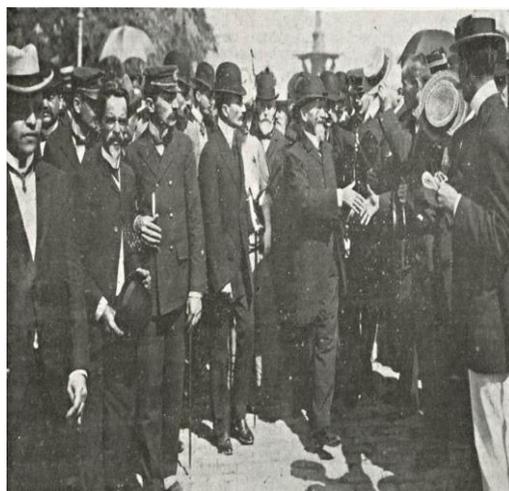


Figura 6: “O Dr. Barbosa Lima, no cães Pharoux, em companhia do Dr. Alfredo Pinto. Senador Lauro Sodré e Lindolpho Azevedo, nosso collega do ‘Paiz’. Tambem lá está a velha Geneveva, que foi ama de leite de S. Ex. e que foi levar as suas saudosas despedidas, as mais sinceras, talvez, de quantas recebeu S. Ex. naquelle momento”.¹⁶³



¹⁶³ **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 5, p. 8, 11 maio 1907. Rio em flagrante. Os nossos instantâneos.

Figura 7: “Embarque do Sr. Dr. Francisco de Paula Rodrigues Alves para a Europa com sua Exmas. Filhas”.¹⁶⁴

Na lista de *Fon-Fon*, constam ainda figuras ilustres não só da alta sociedade, como da vida política:

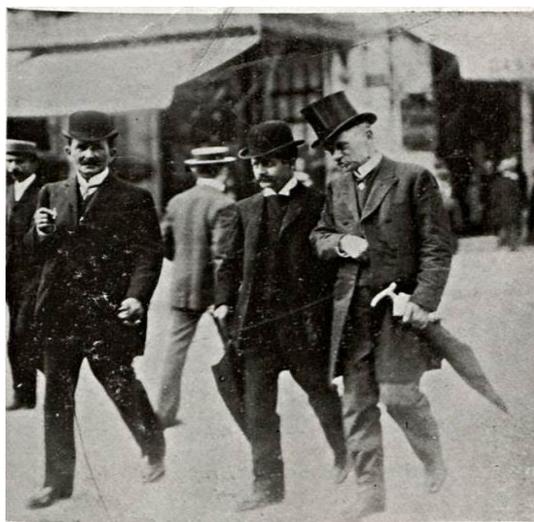


Figura 8: “A magistratura e a política representadas pelo Dr. Epitacio Pessoa e General Pires Perreira”.¹⁶⁵

E mesmo da academia:



¹⁶⁴ **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 6, p. 18, 18 maio 1907. Rio em flagrante. Os nossos instantaneos.

¹⁶⁵ **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 4, p. 7, 4 maio 1907. Os sabbados de “Fon-Fon”. Os nossos instantaneos.

Figura 9: “O aperitivo dos intellectuaes – Machado de Assis, José Verissimo, Euclides Cunha e Walfrido Ribeiro, na ‘terrasse’ do Castellões”.¹⁶⁶

Por outro lado, conforme ressaltamos, os publicados por *Fon-Fon* não pareciam ser pessoas quaisquer, no sentido de que não eram totalmente anônimas, já que ocupavam determinada posição social. Desse modo, é difícil supor que o periódico os apresentasse em situações escandalosas, qual fazia, por exemplo, seu conterrâneo *O Cara Dura*. Contudo, ainda que levemos em conta outras publicações cariocas da época com proposta similar à *Fon-Fon*, como a *Revista Ilustrada* e a *Revista da Semana*, observamos que nenhuma d’elas seguia o modo de abordagem já desbravado por *Fon-Fon*.

Com as devidas advertências, pode-se dizer que o que *Fon-Fon* fazia no início do século XX não é nada muito diferente daquilo que revistas como *Contigo!* e *Caras* vêm fazendo no nosso tempo. A saber, o processamento da vida privada alheia em um divertido conteúdo jornalístico, transformando a intimidade do outro em entretenimento para distrair o público e engrandecer o exposto. A diferença entre o final do século XIX e início do XX e o presente é que antes a intimidade do outro era exposta comumente com o fim de moralizá-lo, de maneira que ter a vida privada tratada pela imprensa ainda não era algo muito valorado. Tanto que ao falar sobre o “venerando Senador Feliciano Penna”, *Fon-Fon* fez reserva ao lhe pedir “perdão” pela divulgação da foto, ainda que fosse num contexto lisonjeiro.

Cotejando as narrativas de *Fon-Fon* – incluindo, de certa forma, as das outras publicações que lhe foram contemporâneas - com as difundidas pela mídia coeva, percebemos, também, a ocorrência de outra importante variação: enquanto naquela época eram os periódicos que se esforçavam para processar os acontecimentos da vida não só em uma simples narrativa, mas numa *divertida* narrativa, remexendo a vida cotidiana em busca de material que pudesse recrear o público leitor, hoje parece predominar movimento oposto. Ou seja, é a própria vida que estaria se esforçando para se aproximar dos valores do entretenimento, para, aí sim, atrair a atenção da mídia. É chamado “efeito secundário” (Gabler, 1999).

¹⁶⁶ **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 4, p. 28, 4 maio 1907. Os sabbados de “Fon-Fon”. Os nossos instantaneos.

Gabler recorre inicialmente ao que Daniel Boorstin se refere como “pseudo-eventos” (Boorstin apud Gabler, 1999), os quais nada mais seriam do que ocasiões fabricadas, dentro das estratégias de marketing, publicidade e/ou relações públicas, com o escopo principal de atrair a mídia, como coquetéis, noites de autógrafos, pré-estreias, e até mesmo passeatas e greves de fome. Em suma, quaisquer eventos pensados com o designo de obter o maior interesse – leia-se, visibilidade - dos meios de comunicação. Com o tempo e a proliferação de pseudo-eventos por todos os cantos, a mídia estaria deixando de cobrir a “naturalidade” da vida, isto é, a espontaneidade e a imprevisibilidade da existência cotidiana, passando a dedicar-se àquilo que as pessoas fazem com o intuito de conquistarem sua atenção. É o “Efeito Heisenberg” (Gabler, 1999).

Na imprensa brasileira, a revista *Caras* é notória pela cobertura de eventos (ou pseudo-eventos) que ela mesma arma (para ela mesma cobrir). É o caso do “Parador Caras Uruguai (Punta del Este)”, espécie de quiosque montado pelo periódico no balneário mais famoso do país vizinho para reunir celebridades brasileiras e narrar, em notícias, aquilo que fizeram enquanto permaneceram no referido espaço, além de um pouco da própria vida, claro. Porém, os mais tradicionais desses pseudo-eventos, famosos pela presença frequente em suas páginas, são a “Ilha de Caras”, localizada na Costa Verde do Rio de Janeiro – que, por ilustração, rendeu a seguinte notícia: “Juliana Paes na Ilha de Caras. Ela diz que está mais manhosa e carente com segunda gravidez”¹⁶⁷ -, e o “Castelo de Caras”. No local, de construção imponente e fachada em estilo medieval, situado em Nova Iorque, nos Estados Unidos, a revista agrupa famosas personalidades brasileiras e realiza entrevistas com as mesmas, as quais, em troca, “confessam” particularidades de sua vida privada “com exclusividade” para *Caras*. “Exclusivo – Castelo de Caras: Ana Maria Braga sozinha e em nova fase. ‘Escolhi guardar só as coisas boas da vida. Odiar, não odeio, simplesmente esqueço’”¹⁶⁸. Talvez possamos argumentar que *Caras* transcenda o “Efeito Heisenberg”, já que não está nem cobrindo o que as pessoas fazem para obter atenção da mídia, mas sim o

¹⁶⁷ Juliana Paes na Ilha de Caras: ela diz que está mais manhosa e carente com segunda gravidez. *Caras*, São Paulo, n. 1007, 22 fev. 2013. Não paginado.

¹⁶⁸ Exclusivo. Castelo de Caras: Ana Maria Braga sozinha e em nova fase: “Escolhi guardar só as coisas boas da vida. Odiar, não odeio, simplesmente esqueço”. *Caras*, São Paulo, n. 1038, 27 set. 2013. Não paginado.

que *ela mesma faz* para obter atenção do público. Ou seja, temos nada menos do que *Caras* cobrindo *Caras*.

Essa guinada teria se dado notadamente após a expansão da televisão no ambiente social, veículo, segundo Neil Postman, “responsável” por “contaminar” as esferas da existência com os valores do entretenimento (Postman apud Gabler, 1999). Em sua visão, os juízos do entretenimento e do espetáculo teriam “saltado”, sobretudo, das telas dos televisores, “contagiando” as outras mídias, para, na continuidade, retornar à TV. Ao completar esse movimento, contudo, toda a realidade já estaria sendo lida, vivida e/ou experimentada como uma divertida narrativa midiática. Postman também cunhou uma expressão para esse fenômeno: “Efeito Ricochete” (Postman apud Gabler, 1999).

Vê-se, portanto, que tais efeitos são absolutamente complementares uns aos outros, ocorrendo em relações não de exclusão, mas de mutualidade, de modo que fica até difícil, para não dizer impossível, dissociá-los. Não obstante, para colocar em ação todo seu poderoso arsenal, voltado a seduzir *a todos nós* a partir dos “tentadores” preceitos da diversão, da distração, do holofote e do Olimpo, era preciso encontrar “meios” que o justificassem. Tem-se, então, o chamado “mcguffing” (Gabler, 1999). Isto é, a “desculpa” para, independentemente do que se estivesse tratando, se falar de qualquer coisa.

A recente cobertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016 forneceu-nos bons exemplos disso. Afinal, tão importante quanto televisionar os esportistas lutando por medalhas, era contar, na forma de narrativas dramáticas, os bastidores por trás dos preparativos para a competição e/ou o empenho pessoal dos atletas em suplantar seus “dragões interiores” para chegar até ali. Ao relatar seus dilemas pessoais, para além das rotinas sacrificantes de treinos, os meios de comunicação buscam explorar o lado mais “sensível” dos competidores, com o intuito de tecer relações de identificação ou projeção com a audiência, ademais de cativá-la. Afinal, todos (ou quase todos) nós temos mais facilidade em nos reconhecermos no outro por meio de sua dor, algo inerente à natureza humana, do que por feitos atléticos ou esportivos. Assim, durante as duas semanas do evento, histórias de vida recheadas de desgraças e superações inundaram as telas dos nossos televisores e computadores.

Como a do atleta que ultrapassou não apenas seus adversários na conquista do ouro, mas também o trauma de ter sido abandonado pelos pais na infância. Ou

a daquele que bateu não apenas os rivais, mas a condição de ter perdido um dos rins. No fim das contas, somando a enchente de estórias de vida pessoais que nos estavam sendo apresentadas, as Olimpíadas estavam vendendo muito mais do que vitórias em competições esportivas. Ela serviu de *mcguffing* para que a mídia pudesse fazer o que sabe de melhor. Ou o que faz com mais gosto: explorar a intimidade do outro na forma de entretenimento.

Um dos exemplos mais notórios é o do ex-BBB Fernando Fernandes, o qual viveu uma tragédia pessoal ao ficar paraplégico num acidente de carro e que, tempos depois, “ressurgiu” como um coroadado para-atleta da canoagem. Nas entrevistas do *ex-brother*, não é nada incomum a divulgação do seu já conhecido *lifie*, recheado de “cenas” sobre superação e declarações a respeito das consequências do acidente, como o afastamento da carreira de modelo. Com a mídia atribuindo tamanha ênfase à vida pessoal de Fernandes, as provas esportivas, em vez de alvo, praticamente ficam deslocadas à mera divulgação do resultado e/ou à entrega das medalhas no pódio: só um *mcguffing* para iniciar as conversas com o ex-BBB, até chegar “ao que interessa”.

O entretenimento impactou o mundo esportivo com tanta força que até mesmo as regras de alguns esportes tiveram que se adaptar às suas demandas – a esta altura, uma exigência da audiência –, tornando-se mais “emocionantes” à plateia. Foi o que aconteceu com o basquete, que teve o tempo de arremesso à cesta reduzido de 30 para 24 segundos, deixando as partidas mais corridas, e com o vôlei, o qual, em verdade, passou por duas grandes mudanças nos últimos anos: primeiro eliminou a “vantagem”, substituída pela simples e direta “bola no chão é ponto”. Mais recentemente, introduziu o uso de recursos tecnológicos na forma de “desafio”, solicitado pelas equipes durante a partida, com direito a trilha sonora enquanto o público aguarda, em suspense, a confirmação sobre se a arbitragem se equivocou ou não na marcação de algum lance.

Para além do esporte, outro âmbito já imerso nos valores do entretenimento é a política, incluindo, evidentemente, a vida privada dos políticos. Por conseguinte, as campanhas eleitorais igualmente vêm nos fornecendo preciosas ilustrações sobre o processo de conversão da intimidade em entretenimento.

Na verdade, a mídia tem demonstrado menos interesse em promover debates acerca de programas de governo ou de partidos que a respeito da vida

privada dos candidatos. Atingiu-se tal ponto, que não seria exagero argumentar que os debates tornaram-se apenas *mcguffings* para explorar a intimidade dos adversários. Até porque, mais emocionante que discutir economia e política, assuntos enfadonhos à boa parte do eleitorado, já convertido em audiência, acostumado pelos próprios meios a receberem breves resumos de questões do tipo, é discutir a personalidade e as ações dos concorrentes, de preferência com direito a muitas trocas de farpas, o que gera uma corrida eleitoral ainda mais acirrada, quase ao estilo do esporte. Assim, cada “acerto” na campanha pode ser convertido em pontos para si próprio, ao passo que “erros” fatalmente favorecerão o partido (ou equipe?) rival. Desse modo, vemos um processo de enfatização não das capacidades técnicas dos postulantes, e sim suas habilidades diante das câmeras. Como na eleição de 2010, ocasião da disputa presidencial no Brasil, quando, em vez de propostas e ideias, chegou-se ao ridículo de questionar, em várias circunstâncias, qual dos dois candidatos, Dilma Rousseff ou José Serra, era mais (ou menos) religioso.

Um dos mais comentados dentre os eleitos de 2010 fora o cantor-comediante Tiririca, com nada menos de 1.353.367 votos, sendo o deputado federal mais votado de São Paulo e o segundo na História do estado, perdendo apenas para o já falecido Enéas. “Eu sou o Tiririca da televisão. Sou candidato a deputado federal”, anunciava em sua propaganda política. Até aí nada demais, até que na sequência começava a provocação: “O que é que faz um deputado federal?”, indagava ao espectador-eleitor, para instantaneamente contestar sua própria pergunta com um irônico “na realidade eu não sei. Mas vote em mim que eu te conto”. Após sua maliciosa sugestão, concluiu com seu notável e debochado slogan: “Vote no Tiririca, pior do que tá não fica”. E quebraram a cara os que achavam que mais picadeiro impossível, pois o candidato ainda estrelou uma pequena dancinha ao final de sua “apresentação”.

A escolha de Tiririca pelo partido em que concorreu não fora em vão. Sem grandes nomes e contando com o chamado “voto de protesto”, a chapa apostou em sua campanha porque o número de votos que o “palhaço” receberia, de acordo com os institutos de pesquisa, seria suficiente para arrematar outras cadeiras no Congresso, já que quando um candidato supera o coeficiente de votos a “sobra” é automaticamente remanejada para os outros postulantes do mesmo partido. Ou seja, apenas a totalidade dos votos recebidos por Tiririca fora satisfatória para

brindar seu partido com outras três vagas extras de deputado, ainda que o “palhaço” tivesse enfrentado suspeita de ser analfabeto, além de falsidade ideológica.

Em 1988, uma situação ainda mais atípica (para não dizer exótica) marcou a eleição para a prefeitura do Rio de Janeiro. Tudo se principiou quando um programa de humor lançou a “candidatura” de um macaco, conhecido como Tião, evidentemente como forma de protesto. Contudo, o primata recebeu 400 mil votos, encerrando a disputa em um incrível terceiro lugar, feito que o inscreveu no *Guinness Book* como o chimpanzé mais votado no mundo! De quebra, o macaquinho se tornou a maior atração do zoológico da cidade, e seu falecimento, em 1996, fez com que o prefeito decretasse luto oficial. Em 1959, caso semelhante ocorreu na cidade de São Paulo, quando um rinoceronte, que atendia pelo nome de Cacareco, ficara em primeiro lugar entre os vereadores “eleitos” ao receber 100 mil votos.

Porém, o país onde os políticos mais se acercam ao *status* de celebridades é os EUA. Inclusive, celebridades já foram eleitas para importantes postos da administração pública, como ocorreu em 1981, com a eleição de Ronald Reagan para a Casa Branca, outrora um medíocre ator dos quadros de Hollywood. Mais recentemente, outra celebridade fora eleita para o governo do poderoso estado da Califórnia. Depois de ser o astro de filmes como *O exterminador do futuro* (1984), *O vingador do futuro* (1990) e *O predador* (1987), Arnold Schwarzenegger resolveu encarar um novo e desafiante papel: o de governador, ainda que jamais tenha ocupado um único cargo público. O candidato a *governator* (trocadilho empregado pela mídia, misturando as palavras “governador” e “terminator”, um dos títulos de seus vários filmes) se lançou na corrida em 2003, adotando como estratégia principal se esconder das aparições públicas, já que compareceu apenas a um dos mais de vinte debates aos que fora convidado. Um governador-ator se escondendo das câmeras, ou um ator-governador em busca da reclusão midiática? Apesar dos pesares, Schwarzenegger saiu-se vitorioso nesta eleição. De repente, o que lhe faltou em matéria de política, sobrou-lhe em encenação, e o ator austríaco tenha sabido fazer bem a sua personagem, interpretando um bom governador perante a celebrizada população da terra de Hollywood, já que mesmo com seu mandato sofrendo derrotas, baixas e desgastes consideráveis, o governador, ou melhor, o *governator*, conseguiu se reeleger em 2006.

Todavia, nesses primeiros anos do século XXI, em matéria de espetacularização na política, a nível mundial, ninguém parece superar o ex-presidente dos EUA, Barack Obama. E isso desde a primeira campanha eleitoral da qual participou, quando o então candidato à Casa Branca fez um comício público em Berlin, capital da Alemanha. Somente algum distraído poderia indagar o porquê de um concorrente à presidência dos EUA ter montado palanque no coração do motor europeu. O que seria senão para obter atenção da mídia, em um evento (ou pseudo-evento) pensado, montado, arquitetado e ensaiado justamente para isso? Era o Obama “astro pop”, saindo com sua turnê eleitoral pelo mundo.

Sua campanha logrou canalizar tanto a atenção global, que, por momentos, parecia que não se tratava da eleição do presidente de uma República, mas do planeta. A seu favor, ainda se puderam contabilizar: (a) seu potente slogan de campanha, muito próximo da linguagem esportiva: “Yes, we can” (“Sim, nós podemos”); (b) um rival, John McCain, não muito habilidoso com as câmeras, além de uma vice, Sarah Palin, que produzia declarações desastrosas em série; e (c) o fato de representar a novidade. Afinal, seria o primeiro presidente negro dos EUA.

Outro trunfo de Obama, do mais eficaz, foi sua esposa, Michelle, igualmente *expert* na arte de absorver os valores da mídia para se promover. Por exemplo: Michelle apareceu num humorístico cantarolando versos de uma das canções de Beyoncé. Noutra ocasião, a ex-Primeira Dama dos Estados Unidos foi a uma escola para dançar no lançamento de uma campanha contra a obesidade. E, porque não, ganhar notícias mundo afora:

Michelle Obama: exercício por boa causa. Primeira-dama no combate à obesidade infantil

A primeira-dama dos EUA, Michelle Obama (49), vai além do discurso na luta contra a obesidade infantil em seu país. Ao lançar programa de 150 milhões de dólares para estimular a atividade física nas escolas, a mãe de Malia (14) e Sasha (11) não fez por menos: se exercitou com estudantes em Chicago. “Apenas uma em cada três crianças pratica atividade física diariamente”, alerta Michelle.¹⁶⁹

Mesmo países cuja população e cultura são consideradas das mais discretas e reservadas entraram na onda do *entretenimento político*. Caso do Japão, que viu seu líder vestido como personagem de videogame para promover

¹⁶⁹ Michelle Obama: exercício por boa causa. Primeira-dama no combate à obesidade infantil. *Caras*, São Paulo, n. 1009, 8 mar. 2013. Não paginado.

os Jogos Olímpicos de Tóquio durante a cerimônia de encerramento dos Jogos do Rio de Janeiro, em 2016. Até a orgulhosa França submergiu na corrida por consumir a intimidade de seus governantes, sobretudo após a eleição de Nicolas Sarkozy. Entretanto, neste caso, os holofotes perseguiram mesmo a então Primeira-Dama, Carla Bruni, apontada como pivô do divórcio do mandatário francês e sua ex-esposa, Cecilia Ciganer-Albéniz, após duas décadas de convivência. A modelo, cantora e compositora vez ou outra era clicada por algum *paparazzo*, seja na praia com Sarkozy, em algum evento social, diante das pirâmides do Egito, visitando uma favela carioca etc.

Isso indica que a cobertura da vida privada dos políticos e chefes de Estado, nos meios de comunicação, já não destoa muito da empenhada a qualquer famoso da mídia: dos escândalos aos momentos privativos de lazer, praticamente quaisquer de seus instantes viu-se passível de ser difundido nas revistas.

Vladimir Putin relaxa na neve com pets. Brincadeiras do presidente russo com Buffy e Yume

Sempre sisudo, o presidente russo, Vladimir Putin (60), costuma baixar a guarda quando o assunto são os seus animais de estimação. Com a neve fofa, após uma nevasca nos arredores de Moscou, ele literalmente deitou e rolou com a pastor-búlgaro Buffy (3) e a akita Yume (2). Ambas lhe foram presenteadas quando eram filhotes, respectivamente pelo então primeiro-ministro da Bulgária, Boyko Borissoy (53), e pela prefeitura da cidade japonesa que dá nome à raça, em retribuição à ajuda russa às vítimas do tsunami, em 2011. “Todos temos dias de mau humor. E, quando estou assim, ‘ouço’ conselhos de Koni”, já falou ele sobre sua mais antiga companhia canina, um labrador preto fêmea de 14 anos de idade.¹⁷⁰

O bom humor de Barack Obama. Ele brinca com a franja de sua Michelle

É inegável que parte do êxito político de Barack Obama (51) é resultado de seu carisma. Prova disso foi o descontraído jantar que o presidente norte-americano pilotou para receber jornalistas, em Washington. Sem muitas formalidades, o mandatário arrancou risos dos convidados ao mostrar fotos usando a mesma franja de sua amada, Michelle Obama (49). Segundo Obama, o penteado o ajudaria a ter a mesma popularidade da primeira-dama. “Hoje, olho no espelho e já não vejo mais o jovem socialista e musculoso de antes. O tempo passa e a gente vai ficando grisalho”, disse ele, pai de Malia Ann (14) e Natasha (11). Tradicional, o evento reuniu nomes como o diretor Steven Spielberg (66) e o ator Michael Douglas (68).¹⁷¹

¹⁷⁰ Vladimir Putin relaxa na neve com pets: brincadeiras do presidente russo com Buffy e Yume. **Caras**, São Paulo, n. 1015, 19 abr. 2013. Não paginado.

¹⁷¹ O bom humor de Barack Obama: ele brinca com a franja de sua Michelle. **Caras**, São Paulo, n. 1017, 3 maio 2013. Não paginado.

Nas telonas, o deslizamento nada sutil do interesse midiático pela vida pessoal dos políticos, em detrimento de sua vida pública, fora explorado pelo filme *Mera coincidência* (1998), no qual o presidente dos EUA, em plena campanha para reeleição, vê-se envolvido num escândalo sexual (qualquer semelhança com o governo do presidente Bill Clinton seria apenas uma “mera coincidência”? A película data do mesmo ano do escândalo Mônica Lewinsky, o qual se tornou público em janeiro de 1998) faltando poucos dias para uma eleição que parecia já ganha. Como solução, sua antenada equipe abre a mão, a carteira e os talões de cheque na contratação de um grupo de assessores de imprensa, composto por especialistas de mídia, marketeiros e um indispensável produtor de Hollywood, com o escopo de “fabricarem” uma conjuntura que fosse interessante o bastante para desviar o foco de atenção da opinião pública. Neste caso, a saída encontrada fora a “montagem” de uma guerra na longínqua e desconhecida Albânia, sob o argumento de que o inevitável embate levaria liberdade à população local. Um pretexto que em se tratando de EUA não é nem um pouco fantasioso ou digno de descrédito, pois fora empregado para explicar a maioria (ou talvez todos) os confrontos dos quais participou.

E nenhum esforço fora poupado nesta “batalha”. Porém, em vez da construção de pesados armamentos e bombas, ou do deslocamento de soldados e equipes médicas, deu-se uma corrida contra o tempo na utilização de efeitos especiais, iluminação, cenário, figurino, maquiagem, edição, seleção de atores que se assemelhassem aos nativos do país em questão e, principalmente, na difusão de imagens para a mídia. Numa das mais espantosas cenas, uma atriz, caracterizada de albanesa, é mostrada fugindo, apavorada e desnorteada, de um ataque das forças militares. De modo chocante, os produtores conseguiram enganar a milhões de pessoas, inclusive a CIA, enquanto a população da Albânia já temia pelo pior, apesar de o governo local negar qualquer evidência de guerra em seu território.

No plano real, os anos da Guerra-Fria não teriam sido muito diferentes não fossem os confrontos indiretos entre EUA e URSS, pois os mesmos aconteceram não nos seus respectivos territórios, mas em países como Coreia e Vietnã. No mais, teriam sido décadas de espetáculos militares com desfiles de ogivas nucleares não para serem usadas – o que fatalmente teria levado o mundo à destruição -, e sim exibidas às câmeras. Eis uma das mais perfeitas ilustrações daquilo que Paul Virilio descreve como substituição do “teatro de operações”, isto

é, da batalha direta propriamente dita, pela “arma de teatro”. (Virilio, 1993, p. 15) Ou seja, o emprego das armas não exatamente como instrumentos de destruição, embora seu potencial destrutivo continue presente, e sim como “instrumentos de percepção” (Virilio, 1993, p. 12), cujo objetivo principal seria, por meio de representação, estimular determinadas sensações físico-biológicas nos sentidos dos indivíduos aos quais se gostaria de afetar.

A modernidade recente criava, desta forma, um jeito alegórico não só de “não-governar”, como também de “não se fazer uma guerra”, ou melhor, de se fazer uma guerra mediatizada por imagens, ou quem sabe uma guerra para a mídia.

Ainda que por demais extremista, a ilustração suscitada por *Mera coincidência* nos desperta interesse por abordar e envolver uma gama considerável de fatores, dentre os quais se destacam: (a) o poder de manipulação dos instrumentos empregados pelos meios de comunicação; (b) a mesquinhez com que a mídia parece ficar aguardando o próximo assunto bombástico para preencher seus espaços e substituir suas pautas; (c) a facilidade com que um assunto novo é capaz de desviar o foco das atenções e interesses públicos; e (d) a montagem de campanhas políticas que empregam estratégias de marketing, publicidade e relações públicas à exaustão.

Apesar de todas as evidências, não é a partir dos séculos XX e XXI que o Estado se transformou num palco e seus líderes em célebres personalidades, embora a ênfase se dê justamente nesse período histórico. Muito anterior à “Era da Informação”, quando os indivíduos não dispunham dos meios de comunicação com os quais nos habituamos hoje em dia, os governantes se viam impelidos a arquitetar, firmar, vender e propagandear ideais que servissem como construtores e reforçadores da consciência coletiva de seu povo, através da elaboração de rituais públicos, conforme demonstrado no livro *Negara*, estudo de caso realizado no século XIX pelo antropólogo Clifford Geertz (1991), no qual já se comprovava a necessidade das autoridades em construir este elo simbólico e teatral com sua população. Pois, de acordo com o autor, se “o centro é exemplar, [e] o status é o terreno do poder, [logo] a arte de governar é uma arte teatral”. (Geertz, 1991, p. 152) De modo semelhante, o rei francês Luís XIV, segundo o senso comum e o imaginário popular, pode ser apontado como símbolo da construção imagética espetacular em torno de si, em termos de autoridade estatal. De maneira tão

personalista quanto megalomaniaca, eis a frase com que o “Rei Sol” resumiu seu reinado: “O Estado sou eu”.

Além de tomar o mundo como palco, para o Estado de teatro “o ritual, em particular, era visto como um tipo de peça teatral que devia ser encenado para incentivar a obediência”. (Burke, 1994, p. 19) Não obstante, com a mudança dos séculos, gradativamente, o “Estado-teatro”, sobretudo do século XVIII, fora cedendo passagem à insurreição do “Estado-espetáculo”, espécie de governo que, para a alegria da mídia, ratificou-se como verdadeiro celeiro de entretenimento, ademais de farsas, escândalos e exposição de intimidades. Claro que as características anteriores simplesmente não se perderam ou se apagaram no tempo, e até hoje podemos assistir a rituais idealizados politicamente no sentido de manterem acesos valores como nação e patriotismo, quais as paradas militares em comemoração à independência e as celebrações pela queda da Bastilha na França, e a própria política do “pão e circo”, adotada na História recente nacional de modo bastante perceptível pela sanguinária e corrupta ditadura militar, nos nefastos anos de repressão, tortura e demais atrocidades que um regime autoritário é capaz de empregar.

Mas, se foi, maiormente, a partir do século XX que se deu a guinada do esporte e da política rumo aos juízos do entretenimento, no mundo dos artistas esse movimento ocorreu há bem mais tempo, ainda no século XIX (Sennett, 1995). Na verdade, Sennett argumenta que o processo de ascensão social dos artistas, notadamente dos músicos e atores, deu-se no contexto da interiorização e das “tirantias da intimidade”, justamente porque o estilo de vida levado pela classe artística com frequência ia de encontro aos preceitos da moralidade burguesa. Costumavam ser vistos, portanto, como indivíduos de “reputação duvidosa”, e, por isso, acabavam “chamando atenção”.

“O ator e o músico ascenderam na escala social muito acima do nível da criadagem onde se encontravam no Antigo Regime”, diz Sennett, que completa: “A ascensão social do artista era baseada na ostentação de uma personalidade vigorosa, excitante, moralmente oposta ao estilo de vida burguesa normal”. (Sennett, 1995, p. 43)

Durante o Antigo Regime, havia uma concepção da figura do artista distinta da que passou a vigorar no século XIX. Naquela época, de acordo com Sibilía (2008), o artista era alguém que copiava ou imitava o mundo da maneira

mais fidedigna possível. Era, pois, alguém que, em vez de *criar, reproduzia*. Com o advento do movimento Romântico, outra visão de artista veio a suplantá-la. Agora, o artista era alguém dotado de “dom interior”, extremamente útil para a feitura de sua arte (Sibilia, 2008). Eis a ideia do artista como um “gênio”, que retira de seu cerne a inspiração para criar. Estava selada a relação entre a personalidade do artista e sua obra. Não à toa a assinatura do autor-criador fora adquirindo importância. Afinal, ela assegurava a transmissão de parte do “valor” da obra. A saber, a autenticidade (ou a personalidade?) do “eu criador”.

Uma das ilustrações coevas desse complexo fenômeno é a cantora estadunidense Madonna, que, a propósito, desde o início da carreira se utiliza de inúmeras estratégias para se ver no centro da mídia, a qual, diga-se de passagem, parece adorar seu jogo, nele embarcando sem a menor das resistências. Ou, como diria Gabler (1999), a mídia estaria apenas cobrindo o que Madonna faz para obter sua atenção. Já em sua primeira grande aparição na TV, no *MTV Video Music Awards* de 1984, Madonna roubou a cena ao rolar pelo chão do palco, vestida de noiva, escandalizando a plateia com uma performance altamente sexualizada. Na descrição de um de seus muitos biógrafos, a cantora “agia como uma pantera no cio”. (Taraborrelli, 2003, p. 115)

Era a primeira de muitas artimanhas para atrair o foco dos meios de comunicação. No ano seguinte, ocasião de seu casamento com o ator Sean Penn, o interesse midiático despertado por Madonna ficou ainda mais evidente, quando, de última hora, o local em que a cerimônia estava sendo realizada “vazou misteriosamente” à mídia. Instantes depois, apareceu um verdadeiro enxame de helicópteros da imprensa, como mariposas atrás da luz, bem acima da casa. “Bem-vindos ao *remake* de *Apocalypse Now*” (Taraborrelli, 2003, p. 141), teria dito Sean Penn em meio ao caos de ventania e ruídos provocado pelas aeronaves.

Em suas canções, Madonna ainda explorou temas de fácil identificação ou polêmicos, como a perda da virgindade, liberação da mulher, aborto e religião, além de fazer questão de se metamorfosear a cada novo videoclipe ou apresentação. Assim, tivemos a Madonna “moleca de rua”, a Madonna Marilyn Monroe, com direito a réplica do vestido que a musa do cinema usou ao interpretar a canção *Diamonds Are A Girl's Best Friend*¹⁷², a Madonna *stripper*, a

¹⁷² No filme *Os homens preferem as loiras* (1953).

Madonna Maria Antonieta, a Madonna *dominatrix*, a Madonna *cowgirl*, a Madonna *a la Os embalos de sábado à noite*, a Madonna boxeadora, dentre muitas outras. Para cada uma delas, novos visuais, figurinos, penteados, cortes de cabelo, maquiagem, acessórios, além, é claro, de capas de revistas.

Entretanto, ademais de todos os notórios artifícios utilizados para se autopromover, Madonna protagonizou um dos grandes marcos em se tratando de exposição de intimidade por um famoso. Trata-se do filme-documentário *Na cama com Madonna*, de 1991, o qual “revela” não só os bastidores de uma de suas turnês (*Blond Ambition*, de 1990), como os de sua vida. “Revela”, pois certamente há várias cenas na película que escapam da “naturalidade” do desenrolar dos fatos, dentre as quais o trecho em que se deita ao lado do túmulo de sua mãe e outro em que ensina aos seus dançarinos a fazer sexo oral com uma garrafa. Além das cenas terem sido submetidas a uma rigorosa seleção e edição. Ainda dá para ir mais longe no “revela”: os bastidores da vida das pessoas a sua volta igualmente se viram expostos. No entanto, diferentemente de Madonna, nem todos são ávidos por uma câmera, muito menos em deixar que sua intimidade “vaze” aos olhos públicos, e por isso a cantora sofreu com alguns processos judiciais em virtude do filme.

Em sua defesa, Madonna esclareceu que “estou revelando o que quero revelar. [...] Você pode argumentar que escolhi mostrar o que quis mostrar, e eu também posso dizer que o *que* escolhi mostrar é bastante revelador”. (O’Brien, 2008, p. 211) Para elevar o clima de autenticidade, o filme é exibido em preto-e-branco e com imagem chuviscada, exceto quando são passados segmentos de performances musicais do concerto em questão. Comprovando o interesse do público por consumir o que ocorre por trás das câmeras, nos bastidores, *making offs* e, principalmente, a vida alheia, *Na cama com Madonna* sagrou-se um êxito, gerando mais de 30 milhões de dólares em bilheteria – o que, em parte, deve ter motivado outros artistas a produzirem documentários semelhantes, como Justin Bieber e Katy Perry.

Se os famosos não encontravam grandes dificuldades para aparecerem nos meios de comunicação, aos desconhecidos desejosos por atenção, no entanto, as “mídias tradicionais”, incluindo a televisão, o cinema, o rádio e as revistas, apresentavam um problema: espaço escasso demais para a quantidade de sujeitos que, a partir da segunda metade do século XX, com o avançar da exteriorização,

queriam alcançar o estrelato midiático. Mesmo a internet em sua primeira versão, também conhecida como *Web 1.0*, não facilitava a vida dos aspirantes à fama. Em todas essas mídias, os anônimos tinham poucas possibilidades de conquistarem um *espacinho* que fosse para simplesmente se mostrarem e serem vistos. É aí que entra a *Web 2.0* para “resolver” esse imbróglio. Com o advento das redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dentre várias outras, qualquer um obteve espaço para, *se quisesse*, se ver e ser visto numa mídia.

Não estamos afirmando, entretanto, que ficou mais fácil se tornar famoso, e sim que os meios para tanto é que se viram expandidos – até porque, há de se considerar que a concorrência ainda é gigantesca, havendo uma quantidade inestimável de indivíduos em busca do mesmo objetivo nas redes. Em todo o caso, as redes sociais finalmente trouxeram a possibilidade, aguardada e/ou ansiada por décadas, para que qualquer um pudesse estar “do outro lado do vidro”, tal qual qualquer famoso. Pois, independentemente da audiência ou atração alcançada, ao menos estar mediado nunca esteve tão fácil: basta começar pela criação de um perfil em qualquer rede.

Com o êxito das redes sociais, foi a vez da televisão se adaptar à nova realidade na qual os anônimos não se conformam mais em serem apenas meros espectadores, exigindo, também, participação ativa, ou ao menos presença frequente, no conteúdo difundido. A saída encontrada pelos estrategistas das grades das emissoras foi apostar num formato que começou a se consolidar na virada dos séculos XX e XXI: os *reality shows*. Esse tipo de atração ainda tem uma vantagem e tanto: são altamente versáteis, havendo para todos os gostos e públicos: para os que querem emagrecer, um novo visual, um novo amor, ganhar dinheiro, para os que estão atrás de “pegação”, para os que querem ser os novos ídolos da música, para os que querem demonstrar seus dotes culinários etc.

No Brasil, assim como em boa parte do mundo ocidental, o mais famoso dos *realities* é o *Big Brother*, que, em 2018, contou com sua 18ª edição, na TV Globo. O BBB, como a versão brasileira é chamada, ademais de converter a cada ano seus participantes em “subcelebridades”, já rendeu fama até mesmo a uma aspirante a *brother*. Embora não tenha participado de nenhuma das edições do programa, ficou notória justamente por suas (várias) tentativas frustradas. Trata-se de Inês Brasil, que com seu bordão “Alô, alô, graças a Deus”, e incontáveis falas sem sentido, além de seu corpo hipermusculoso e seios que parecem que vão

explodir a qualquer momento de tão siliconados, acabou se tornando célebre, bem verdade que principalmente mais por motivos de chacota e pilhéria.

Logo, pode-se dizer que os “programas de realidade” fizeram na televisão aquilo que as redes sociais fizeram na internet: abriram espaço para que o homem comum pudesse atender sua insaciável gana de visibilidade. Assim, todos parecem alcançar seus objetivos: as redes sociais e as TVs atraem audiência e lucros, ao passo que os sujeitos obtêm visibilidade. Aliás, como demonstramos, não são tão poucos os que lograram certo grau de fama a partir das redes e dos *realities*. E, algumas vezes, eles já aparecem em espaços relativamente generosos, figurando, em muitas ocasiões, no mesmo grau de renomadas personalidades já consagradas da mídia.

5

Das mudanças nos ideais de beleza ao culto ao corpo

Corpos e subjetividades eram produzidos a partir da catequese de professores, pedagogos, psicólogos, médicos, sociólogos, psiquiatras e todo o exército de profissionais das ciências humanas – campo de saber que alimentava os dispositivos de poder da era industrial e, ao mesmo tempo, deles se nutria. Agora, tal processo não precisa mais se restringir aos métodos ainda lentos e imprecisos da educação e da cultura, pois os saberes fáusticos se propõem a levar adiante um programa bem mais radical e efetivo de formatação de corpos e almas: intervindo diretamente nos códigos genéticos, que são apresentados como os responsáveis pela determinação da grande maioria das características humanas. (Sibilia, 2002, p. 125)

5.1.

O corpo, “espelho do eu”

Concomitantemente à esfera da privacidade, o âmbito do corpo igualmente ocupa bastante destaque no que concerne ao processo de constituição das subjetividades – e, por isso mesmo, de moralização -, tanto no contemporâneo quanto ao longo dos séculos – tornando-o objeto imprescindível em nosso estudo. No contexto da exteriorização, conforme observado com o foro íntimo, o corpo passa por mutações nas maneiras com que é cuidado, entendido e visto: gostos, preferências, associações, responsabilidade e dedicação na “arte” de montar a si e à própria personalidade. O corpo torna-se, pois, espécie de “espelho do eu”: onde quer que estejamos, sejam nos espaços virtuais ou não, ao exhibir e escancarar nosso *self*, ele reflete, revela, expõe, “denuncia” o que somos. (Ao menos a cultura em que estamos imersos nos incita, *a todos nós*, a pensarmos desse jeito.)

Tivemos, no capítulo anterior, uma prévia de como os valores do entretenimento e do espetáculo operaram no movimento de conversão da intimidade de *algo a ser ocultado a algo a ser exposto*. Dito de outro modo, do quanto essas duas forças-motriz, tão marcantes à linguagem midiática atual, agiram de maneira a fazer da intimidade um meio de atrair a atenção alheia e, de quebra, ver-se celebrizado. Similar à incitação pela exposição da privacidade, outro efeito desses juízos é a constante pulsão pela exibição do corpo, notadamente quando em “boa forma”, fortalecendo-o como outro excelente instrumento para a aquisição de popularidade, consoante os já relatados casos de Jen Selter e Pamela Anderson.

Uma vez supervalorizadas, consolida-se um quadro em que a exterioridade, a aparência e as camadas superiores da pele se tornam cada vez mais importantes ferramentas de medida do “eu” e de avaliação do outro. Pois, nosso ambiente sociocultural nos leva a crer que é ao cotejarmos nosso eu exterior com o eu exterior do outro que logramos mensurar se estamos nos saindo bem ou mal nessa acirrada disputa pela melhor feição – o que, numa organização social devota do “culto ao corpo”, pode render primorosos louros.

Entretanto, da pré-modernidade ao presente há um extenso caudal a ser cursado. Sendo assim, e reforçando que conjecturamos as mudanças ocorridas entre esses momentos dentro de um *continuum* histórico e cultural, para entendermos a presente acepção votada ao corpo precisamos observar, nesse ínterim, que transformações incidiram sobre ele, bem como seus respectivos efeitos. Há de se reconhecer, para tanto, que, no decorrer desse período, o corpo fora objeto de distintas estratégias de investimento. Percebê-las fora justamente o principal escopo das investigações do cientista social Michael Foucault. Sintetizando boa parte das motivações de suas pesquisas, em *Microfísica do poder*, um dos seus mais famosos ensaios, o autor lançava a seguinte indagação: “Qual é o tipo de investimento do corpo que é necessário e suficiente ao funcionamento de uma sociedade capitalista como a nossa?”. (Foucault, 1979, p. 147) Podemos adaptá-la aos objetivos desta tese: que tipo de investimentos sobre o corpo *somos instigados a realizar* para sermos considerados “aptos”, “aproveitáveis” e/ou “aceitáveis” em uma sociedade como a nossa?

Foucault (2004) estudou a relação entre sociedade e corpo, aludindo-a por “poder-corpo”. Segundo o filósofo, na pré-modernidade o corpo era o *locus* sobre o qual recaíam dolorosos mecanismos punitivos, em especial através da imputação de uma série de marcas e castigos físicos, infligidos àqueles que cometessem algum agravo contra a coletividade. Tais práticas, batizadas de suplício, caracterizavam-se pela publicidade, ou seja, por serem visíveis a todos, exatamente para que servissem de modelo de punição e, em decorrência, fossem suficientes para evitar o suceder de novos delitos. Com a ascensão moderna, contudo, esse “corretivo” começou a cair em desuso, notadamente entre os séculos XVIII e XIX, substituído por métodos de castigo carnalmente menos doloridos.

A decadência dos suplícios foi possibilitada por um conjunto de variações na mentalidade social, cultural e política, em sintonia com a justificativa de que as

punições poderiam (ou melhor, *deveriam*) ser menos *perceptivas* que *abstratas*. Na verdade, pode-se dizer que tais câmbios ocorreram porque o corpo começou a ser percebido como *objeto de valor*, o qual deveria ter sua integridade preservada, ademais de protegida. Não à toa, essa época assiste o nascimento de uma rede de instâncias e/ou práticas voltadas ao cuidado corporal, dentre as quais medidas de assepsia e avanços medicinais. Em síntese, passamos do “fazer morrer” medieval, em que vida e morte dependiam da aquiescência dos monarcas, ao “fazer viver” da modernidade, em que a vida se torna algo precioso a ponto de virar objeto de investimento pelas instâncias do poder (Foucault, 1999).

Aos poucos, a impugnação da dor corporal foi sendo aposentada em prol da busca pela “correção” e/ou “reeducação”, empregando-se vias alheias à dor física precisamente para a salvaguarda corporal do culpado. Afinal, imaginava-se que ele poderia ser “recuperado”, “realinhado”, “readaptado”, volvendo “novo em folha” para o cumprimento das exigências socialmente impostas. Porém, não nos enganemos: a supressão da dor carnal não significou a eliminação dos mecanismos punitivos. Em vez disso, o castigo recaiu sobre outra face humana: não mais a carne, com os suplícios, e sim a “alma”, com os confinamentos (Foucault, 1987).

Embora reconheça a existência de uma “alma”, Foucault não partilha da acepção de alma defendida, por exemplo, pelas religiões cristãs. Na verdade, a definição conferida pelo cientista é muito diversa da eclesiástica. Mas, então, do que se trata essa “alma”? Como seria possível “consertá-la”? A partir de que métodos, instrumentos ou mecanismos?

No cristianismo, a alma – a “parte interna invisível” do ser humano “soprada por Deus” -, grosso modo, é o que vivifica o corpo, tornando-o uma estrutura única, animada, pensante e emocional. Para tanto, o ser humano seria composto a partir da conjunção de dois elementos: o material (corpo) e o espiritual (alma). A união dessa dupla é que faria do *ser humano* a *pessoa humana*. A única ocasião em que se separariam seria na morte, e, ainda assim, trata-se de um rompimento provisório, já que o cristianismo vota na “ressurreição da carne”, no “fim dos tempos”, a religação entre ambos.

Na visão de Foucault, por sua vez, a alma designa o conjunto de informações e formações adquirido pelo indivíduo, com base nos valores predominantemente compartilhados – e que, por isso, deveriam ser absorvidos por

todos. Para o filósofo, a alma abaliza o tipo de subjetividade requerida pelo poder instituído; é a configuração com a qual os sujeitos deveriam ser moldados. Por esse motivo, o francês afirma que a alma é a “prisão do corpo” (Foucault, 1987, p. 29): ao designar os conceitos aos quais devemos nos adaptar, ela impede o corpo de ser livre para seguir com suas próprias escolhas e vontades, limitando-o em sua liberdade.

Contudo, no modelo de ordenamento social ponderado, se por um lado “adaptar-se” aos juízos dominantes, uma vez introjetados e processados, representa o cerceamento da liberdade corporal, por outro, a não adequação e/ou a não modelagem da “alma” conforme o esperado igualmente levaria à restrição da liberdade. Nesse caso, por meio de vias punitivas de confinamento. Logo, especificamente no que cabe ao período compreendido entre os séculos XVIII e início do XX, seja por “pulsão interna” (assujeitamento), seja por “força externa” (sujeição), o livre-arbítrio do corpo via-se diminuído.

Por conseguinte, novas estratégias de castigo foram sendo promovidas. Em um tipo de relação de perdas e ganhos, se o corpo não estaria mais submetido aos martírios, genuínos espetáculos públicos punitivos, desde já era a alma que deveria ser penalizada, ou melhor, “ajustada”, “educada” e “modelada” para se acomodar ao padrão ordenado. A alternativa à dor física encontrada, foi, pois, a privação da liberdade. Embora tenha abolido a dor corporal, a clausura não deixou de ser uma terrível forma de castigo. Ainda mais se considerarmos que a punição incidiu sobre um dos maiores direitos até então conquistados: a liberdade, um dos lemas da Revolução Francesa, ao lado de igualdade e fraternidade. Nesse sentido, ao entender a liberdade como direito e/ou bem adquirido, no mundo moderno seu cerceamento seria uma das maiores penalidades passíveis de serem aplicadas.

Não obstante, a troca do martírio pela privação de liberdade dependeu da elaboração de mecanismos ou instrumentos que propiciassem a execução desse tipo de castigo. O indivíduo a ser punido teria de ser submetido a um sistema no qual tanto seu corpo estivesse confinado, quanto sua alma pudesse ser manipulada e treinada. Em outras palavras, tornada “dócil” e “útil”, isto é, “submissa” e “produtiva”, preparada para a consecutiva utilização econômica como força de produção, ou ainda aproveitada para ser soldado do Estado Nação. A resposta das esferas do poder para a formatação desse tipo de sujeito foi o desenvolvimento das chamadas instâncias disciplinares, reunindo tecnologias e modalidades

voltadas à vigilância, correção, normatização, especialização e normalização dos indivíduos (Foucault, 1987).

Cabia às modernas instituições de confinamento, como a escola, a fábrica, os hospitais, as prisões, os quartéis, os manicômios, e mesmo à família nuclear, dentre outras, o papel de acomodar os sujeitos aos juízos desejados, tornando-os “normais”, além de separar aqueles que escapassem do protótipo ambicionado, os “anormais”, seja por motivos de doença, seja em função de “desvios” de conduta. Conforme bem sintetiza Gilles Deleuze, outro cientista social francês dedicado a averiguar as analogias entre os corpos e as esferas de poder, na sociedade disciplinar “O indivíduo não cessa de passar de um espaço fechado a outro, cada um com suas leis”. (Deleuze, 1992, p. 219) Ou seja, sob a égide da disciplina “não se parava de recomeçar”. (Deleuze, 1992, p. 219)

Resumidamente, um dos fundamentos capitais das instituições desenvolvidas no seio da “sociedade de disciplina”, estratégia basilar de investimento do poder sobre os corpos e as subjetividades entre o século XVIII e a primeira metade do XX, era a produção de sujeitos preparados para a geração de riqueza, a reprodução do capital e a proteção do Estado, numa conjuntura que viu ainda a proliferação das fábricas, da urbanização e de formação das nações. Para o pleno funcionamento da ordem, entretanto, a alma deveria ser adequadamente formatada. Daí a importância das instituições sociais de cunho disciplinar.

Hoje, todavia, as instituições de confinamento, que tanto assinalaram a sociedade de disciplina, com suas fábricas e nações, estão atravessando uma profunda crise, a qual já leva pelo menos cinco décadas. O próprio Foucault apontou o princípio de seu declínio em sua obra, situando-o na década de 1960, mais precisamente no ano de 1968, quando ocorreram, em Paris, as famosas manifestações, lutas e reivindicações por mais autonomia individual. Com a decadência das disciplinas, escreve, “Resta estudar de que corpo necessita a sociedade atual...”. (Foucault, 1987, p. 148) Logo, havemos de nos perguntar que outra estratégia de poder estaria ocupando o lugar das disciplinas e quais tipos de corpos e subjetividades passaram a ser demandados e produzidos por essa nova estratégia hegemônica.

Deleuze (1992) parece ter sido quem melhor respondeu a indagação de seu contrarrâneo. Para o autor, nas últimas décadas teríamos transitado da “sociedade disciplinar” à “sociedade de controle”. Diferentemente do ordenamento

anterior, em que, segundo aponta, “não se parava de recomeçar”, agora “nunca se termina nada” (Deleuze, 1992, p. 221), já que viveríamos num quadro de “formação permanente”. Dita mutação se explica porque no modelo disciplinar os parâmetros da normalidade e da padronização estavam muito bem definidos – “sólidos”, para recordarmos Bauman (2001) -, de maneira que *tudo* o que escapasse de seus enquadramentos seria considerado “anormal”, necessitando de “conserto” pelas instituições disciplinares. Em último caso, se a “recuperação” não fosse cabível, recorria-se ao afastamento e ao isolamento. Na sociedade de controle, por sua vez, numa lógica análoga à “liquidez” (Bauman, 2001), *tudo* muda muito rapidamente, de forma que o estabelecido *nesse instante, amanhã* pode ser considerado atrasado ou obsoleto – e, portanto, algo a ser descartado.

Desse modo, o conhecimento e os valores adquiridos de nada valem se não forem constantemente atualizados. Por isso “nunca se termina nada”: o ensino não se detém ao final da escola ou da universidade, as avaliações não cessam com o recolhimento das provas ou testes etc. Agora, os exames se baseiam numa espécie de *controle contínuo*, em que aqueles que não alcançarem os resultados almejados ficam para trás na corrida para “conquistar um espaço” ou “ser alguém” nessa sociabilidade: há de se provar *todo dia e hora* que se está apto a permanecer na competição, isto é, ser aproveitável, utilizável e explorável pelo mercado. Ademais, a ininterrupta procura individual pela melhora não está restrita apenas e tão somente às capacidades intelectuais e práticas, estendendo-se, outrossim, rumo a outras esferas da existência, como o plano amoroso e o aspecto corporal.

O enfraquecimento da disciplina pelo controle ensejou menos coletividade e mais individualismo. Uma das razões é a de que, no controle, o “peso” do Estado fora drasticamente reduzido, fruto da adoção de uma sequência de políticas neoliberais, pró-mercado, envolvendo liberalização econômica, privatizações, terceirizações e a eliminação de medidas de bem-estar social, as quais compunham um tipo de “seguro coletivo”, que proporcionava apoio e proteção em casos de reveses, como doença ou perda de emprego. Em seu lugar, promoveu-se a consciência de que *você*, sujeito único, pessoal e indivisível, deveria “se fazer por si mesmo”, sem contar com a ajuda ou o apoio de ninguém ou do que quer que seja, algo visto como humilhante ou vergonhoso. Logo, no mundo pós-1968, notadamente a partir da década de 1970, receber auxílio constitui *falhar* na tarefa de “montar-se” a si mesmo.

Assim, “faça-se você mesmo” tornou-se um dos maiores mantras bramidos pela sociedade contemporânea, em especial pelos meios de comunicação, no que se refere à constituição do eu coevo. Apesar de que para “fazermos a nós mesmos” acreditamos poder contar com mais liberdade sobre nosso corpo, tal autonomia se revela mais *discursiva* que *efetiva*. Pois, na prática, devemos atender as demandas do poder instituído, com ênfase, neste capítulo, nas recaídas sobre o corpo. Do contrário, sentiríamos “na pele” não os mecanismos de confinamento, e sim os temíveis constrangimentos sociais, em trajes de culpabilizações e estigmatizações, os quais causam sofrimento e danos psicológicos por vezes irreversíveis, ilustrados, dentre outros, pelos variados episódios de *bullying*.

Em finais de 2017, a título de exemplificação, a revelação de dois episódios de suicídio de garotas muito jovens provocou comoção mundial, ambas por incomodarem-se com a própria aparência. Um dos casos, na verdade, ocorrera em 2016, mas só fora divulgado no ano seguinte. Trata-se de Milly Tuomey, irlandesa de apenas 11 anos que se suicidou por estar infeliz com a aparência. Após sua morte, seus pais encontraram escrito em seu diário, com o próprio sangue da menina, a frase “garotas bonitas não comem”. O outro caso foi o da adolescente estadunidense Rosalie Avila, de 13 anos, ao que tudo indica vítima de *bullying* na escola em que estudava. “Sou feia e perdedora”, escreveu em um bilhete encontrado depois de sua morte.

Com tantas ocorrências de discriminação, distúrbios, e mesmo suicídios, é de se inquirir se estaríamos mesmo mais livres ou se teríamos apenas uma liberdade para escolhermos, “a nosso gosto”, a melhor forma de nos moldarmos às exigências do poder. Nesse caso, seria uma “liberdade até certo ponto”. Não à toa, Deleuze declara que para compreender a constituição dos corpos e das subjetividades nesse momento histórico, as pessoas deveriam se perguntar “a que estão sendo levadas a servir”. (Deleuze, 1992, p. 226) Ou melhor, que valores, padrões, juízos, conhecimentos e outros agentes estão sendo exigidos, e a que custo, na formatação de corpos e subjetividades, no presente.

Esse movimento de supervalorização da aparência e do corpo, característicos da chamada “cultura do soma”, segundo o teórico social Francisco Ortega (2008), acarreta dois efeitos diretos sobre o cotidiano dos indivíduos coevos. Um deles diz respeito ao processo de formação das subjetividades; o outro, ao crescente desinteresse dos sujeitos com o mundo exterior, frutificando

uma espécie de atrofia social, em compasso com o aumento da atenção destinada ao próprio corpo, à individualidade e à queda dos relacionamentos ou contatos interpessoais. Cultura somática e produção de subjetividades podem ser descritas, portanto, tais quais faces de uma mesma moeda, uma vez compostas pelas “práticas de constituição de si”, também conhecidas por ascese.

Com base em Ortega (2008), a ascese apresenta como marcas fundamentais a “subjetivação”, a “delimitação e reestruturação das relações sociais”, a abrangência do “fenômeno social e político”, e a “vontade de resistência”, as quais, resumidamente, objetivam “mudar o mundo” a partir da busca pela singularização, pela liberdade sobre a hegemonia e pela oposição ao *status quo*. No entanto, essas seriam as descrições do “ascetismo clássico”, observado especialmente na Antiguidade. Na modernidade recente, são justamente essas práticas que estariam atravessando densas transformações, pois sua concepção clássica teria cedido terreno a uma nova e distinta forma de interpretação. Hoje, predominaria a ascese “corporal” (Ortega, 2008), diretamente análoga à adaptação às normas da “moral da boa forma”, já que, alega, a resistência à hegemonia parece dar lugar à adaptação aos padrões estéticos, a transformação do *status quo* declina diante do narcisismo conformista, bem como a liberdade se desvaloriza em prol da casualidade física e materialista.

Dessa forma, em vez de visar ao equilíbrio do corpo, da alma e da polis, isto é, à “dietética”, observamos o afloramento excessivo do cuidado corpóreo, desdobrando-se, conseqüentemente, na redução da preocupação com o “bem comum” e com o “bem estar” do outro (Ortega, 2008). Por conseguinte, eleva-se a concentração da dedicação à vida pessoal, privada ou mesmo íntima, já que se a ascese tradicional “combatia” o *status quo*, a recente, ou corporal, “estimula” a adesão às ideais predominantes.

Vê-se, pois, que a alforria da disciplina teve seu preço: ganha-se em autonomia, ainda que parcialmente, perde-se em proteção social. Impera o mundo do “cada um que dê seu jeito”; o importante é simplesmente encontrar o jeito de seguir adiante, ou seja, de manter-se ativo, “apto” no jogo.

Uma das principais conseqüências da dissolução do mencionado “seguro coletivo” foi o desmantelamento dos laços de solidariedade, resultando numa crescente sensação de descaso e indiferença para com o outro e suas questões, dilemas e dificuldades. No regime do *welfare state*, a sociedade partilhava de um

bem comum: o sentimento de responsabilidade para com o outro – os trabalhadores ativos pelos aposentados, os sadios pelos doentes, os jovens pelos idosos, e assim sucessivamente. Com sua queda e a respectiva ascensão da doutrina mercadológica e individualista, o outro se tornou nada muito além do que um infortúnio: alguém não a ser ajudado, mas “largado de mão”, já que, ao ser “carregado”, não faz nada mais que atrapalhar o bom desempenho dos demais. Logo, aquele que outrora contava com a certeza de que poderia apelar aos preciosos recursos do seguro coletivo, antanho enquadrado na categoria de “exército industrial de reserva”, hoje se vê qualificado como “encostado”, “preguiçoso”, “vampiro do governo”, “parasita do dinheiro público”, “sanguessuga do erário” que os exemplares aptos, os quais se viram com o que dispõem, têm de carregar.

“Cuidar de si mesmo pode significar também não se tornar um fardo para os outros”, alega Richard Sennett, o qual afirma ainda que “... o adulto necessitado expõe-se à vergonha, e a pessoa auto-suficiente conquista respeito” (Sennett, 2004, p. 82). Para o pensador, nossa sociedade vive uma genuína crise de respeito mútuo, e não apenas pelo elevado grau de desigualdade social verificado entre as classes, mas também por variantes como raça, as quais, segundo o autor, são vistas como verdadeiras barreiras à demonstração de respeito entre os sujeitos.

O desrespeito e/ou a desmoralização podem ser notados, também, no que concerne ao julgamento das características físicas dos indivíduos, sendo que não se encontrar com o “corpo em dia” é, em muitos casos, igual a não ser digno de consideração. Mas, se manter o corpo e a aparência “em dia” denota prestígio e dignidade, os “indignos” do corpo e da aparência compõem a categoria dos “estultos” (Costa, 2004). Estultícia, nas palavras de Jurandir Freire Costa, “é a inépcia, a incompetência para exercer a vontade no domínio do corpo e da mente, segundo os preceitos da qualidade de vida”. (Costa, 2004, p. 195) São cinco os principais tipos de estultos, consoante Costa, “tipificados segundo o grau ou a natureza do desvio”. (Costa, 2004, p. 195) São eles: (a) os dependentes ou adictos, aqueles que não conseguem controlar sua necessidade de algo, tornando-se viciados (drogas, sexo etc.); (b) os desregulados, aqueles que não moderam os ritmos das carências ou necessidades físicas (como os bulímicos ou anoréxicos) ou mentais (pessoas que sofrem de síndrome do pânico e outras fobias sociais);

(c) os inibidos, aqueles que se sentem intimidados com o mundo à sua volta (caso dos tímidos e não-assumidos); (d) os estressados, aqueles que não sabem canalizar sua energia (como os irritadiços); e (e) os deformados, aqueles que não conseguem se adequar aos padrões de beleza e estéticos demandados pela sociedade. Ilustram esse tipo os sedentários, os obesos, os “descuidados” com a pele (manchados, enrugados, envelhecidos, pálidos, flácidos etc.) e os demais “relaxados” que não ostentam as características corporais valorizadas como superiores ou mais bonitas.

Em síntese, entende-se que o incômodo com a presença da figura do estulto é causado porque o mesmo “ameaça pelo mau exemplo da *fraqueza da vontade*”. (Costa, 2004, p. 195)

Assim, numa ordem social pautada pela lógica do consumo, eis aqui a raiz do processo de criminalização tanto da pobreza, notadamente do desempregado, quanto do “feio”, do “gordo”, do “magrelo” e dos “desajustados” sociais afins, os quais são responsabilizados por sua (má) sorte e sina, e pela “fraca” vontade em contornarem seus “desvios”. Deveriam, pois, “virarem-se sozinhos” no intento de encontrarem uma saída do buraco que cavaram para enterrarem a si mesmos.

Outra diferença entre a disciplina e o controle é que agora a adaptação às normas e às regras dominantes parte e depende exclusivamente da postura, atitude e escolha de cada um. Consecutivamente, o encargo por não se adequar, por não atender ao exigido, por não se mostrar da maneira esperada, será do próprio indivíduo, que, ao deixar de fazê-lo, adquire grandes chances de se tornar, além de estulto, *excluído*. Nesse sentido, é notório o discurso apregoado por um texto da seção “Carta à leitora”, da revista *Women’s Health*, conhecida por pregar a “religião da boa forma” dentre as mulheres. “O que você vai escolher?”, indaga o título.

A vida é feita de escolhas. De escolhas que a gente mesma faz. Não é o destino, o acaso, as oportunidades (ou falta delas), a sorte... que fazem a gente ser o que é ou estar onde está. Você e seu atual momento de vida nada mais são do que a soma de cada uma das suas escolhas – do passado e de hoje.

...

A mesma coisa vale para o seu corpo. Eu sei que você não escolheu estar acima do peso, mas escolheu, sim, comer aquela fatia extra de bolo, pedir outra rodada de caipirinha, ficar na cama mais tempo, em vez de ir para a academia... Essas foram decisões suas. E, como eu disse lá em cima, somos o resultado da soma de nossas opções.

Está na hora de parar de usar o fatalismo como desculpa para a nossa infelicidade. A gente precisa parar de reclamar que o mundo é injusto e pegar a própria vida pelas unhas: ela é nossa, nossa responsabilidade. Enquanto creditarmos ao acaso (ou a terceiros) nossos fracassos e nossas vitórias, estaremos sujeitas a sermos passageiras da nossa vida. Mude de posição, sente no banco do motorista do seu destino. Tenha claro, a partir de hoje, que você não é vítima do acaso. Que tudo o que tem acontecido com você é o resultado de uma escolha que fez anteriormente. Ter isso em mente é libertador porque você descobre que, já que foi escolha sua mesmo, pode mudar de ideia. E escolher de novo. Escolher melhor. Escolher ser saudável. Escolher ser feliz. O que você vai escolher?¹⁷³

Resumo da ópera: sua vida, seu estado e sua condição são o resultado de suas *escolhas*. Logo, sua *responsabilidade*. Parece, então, que a solução para os “malogros” dos “inaptos” é relativamente simples: basta que se esforcem mais, que se dediquem mais, que pratiquem mais esportes, que comam melhor, que se vistam bem, que se exercitem mais, que durmam mais (ou menos)... E que não culpem o “fatalismo” ou o outro, claro. O resto, é *consequência*.

Há, no entanto, pelo menos duas armadilhas por trás dessa homilia.

Uma é que ao mesmo tempo em que a vida nos cobra por *mais e mais*, espera que incluamos em nossa rotina cada vez mais “escapadas” das obrigações diárias (*o menos é mais*). Contradição? Não pura e simplesmente. Talvez estejamos diante de um dos maiores mecanismos de distinção social da atualidade. Pois, no presente, época em que o trabalho e/ou as funções profissionais demandam cada vez mais atenção, dedicação e disponibilidade temporal, ter tempo livre, especialmente dedicado ao cuidado consigo, estético, comportamental, e mesmo à aquisição de cultura e conhecimento, é cada vez mais raro e, por isso, privilégio de poucos.

A segunda, é que o pretense sujeito do “cada um por si” ignora o fato de que faz parte de um sistema, com classificações, estratificações, exclusões, desigualdades, marcações, distinções etc., de maneira que seu campo de possibilidades encontra-se, sim, condicionado por todos esses fatores, e muitos outros não citados, como os genéticos. Ignorá-lo faz com que *tudo* pareça se abreviar a uma mera questão de assumir ou não os riscos embutidos em cada opção.

¹⁷³ CURY, G. O que você vai escolher? *Women’s Health*, São Paulo, n. 59, p. 8, set. 2013. Carta à leitora.

“Por sorte”, de permeio a essa enxurrada de possibilidades entre escolhas e riscos, que podem desnortear e atormentar a qualquer um de nós, contamos com “faróis” como a *Women’s Health*, uma revista pronta para auxiliar as mulheres a deixarem de lado o “mimimi” do fatalismo, colocando-as, *quando necessário*, “de volta aos trilhos”, de preferência com dicas de exercícios, dietas e produtos de cuidados pessoais.

Às vezes a gente abandona a atividade física por intempéries da vida. Mas você vai ficar aí sentada e engrossar a estatística das mulheres que um dia estiveram em forma? Nem pensar! Este plano personalizado garantirá que seu retorno ao exercício seja em alto estilo – não importa o que a tenha tirado do trilho.¹⁷⁴

Qual um legítimo guia para a resolução de dilemas físico-existenciais, *Women’s Health* reluz como um tipo de “livro sagrado” do bem estar e de elevação da autoestima feminina. *Não deixe se abater*, é a mensagem de ouro dessa bíblia corporal e comportamental, já que, nela, há solução para todos os males – e praticamente todos passam por exercícios físicos e consumo. Se o problema for o destrato com o couro cabeludo, por exemplo, leia os “Os dez mandamentos do cabelo perfeito”. Nesse valioso ensinamento, no entanto, em vez das famosas recomendações divinas do “não matarás”, “não adulterarás” e “não furtarás”, seguiram-se os chamamentos de: “I – Lavarás o cabelo da maneira certa”; “II – Comprarás bons produtos”; “III – Evitarás o frizz”; “IV – Não temerás a tesoura”; “V – Não usarás fontes de calor em vão”; “VI – Não serás escrava da progressiva”; “VII – Zelarás por seus cachos”; “VIII – Protegerás suas madeixas”; “IX – Cuidarás bem do loiro”; “X – Confiarás nos óleos”¹⁷⁵.

Todavia, não é exclusividade da imprensa coeva a produção de matérias nas quais a preocupação com a “boa aparência” abrolha exasperadamente. Ou ainda, de textos em que certos traços devem ser zelados sobre os demais, como o loiro. Na disciplinar aurora do século XX, igualmente havia, na imprensa, escritos em que determinadas particularidades anatômicas eram ressaltadas em prol de outras.

¹⁷⁴ CENTOFANTI, M; ROTCHFORD, L. De volta ao corpo sarado. *Women’s Health*, São Paulo, n. 53, p. 64, fev. 2013.

¹⁷⁵ PEREIRA, G. Os dez mandamentos do cabelo perfeito. *Women’s Health*, São Paulo, n. 59, p. 65 et. seq, set. 2013.

Com o pretexto de fazer humor a partir dos avanços tecnológicos no campo da beleza, o jornal manauara *Pathé* resolveu publicar um texto intitulado “Preparados Pharmaceuticos”, comentando “as maravilhas das descobertas” científicas com o desígnio do embelezamento. Para tanto, o periódico criou a personagem fictícia de um “pharmaceutico”, o qual elaboraria pílulas e xaropes contra “todos os males e todas as cousas, como sejam”. Assim, estariam disponibilizados a “Pomada Bonita, para curar a feiúra e a velhice, em 3 dias, sem resguardo” e a “Locção para espichar cabelo de preto”¹⁷⁶. Dito de outro modo, na ânsia pela melhora do aspecto físico, eis a “feiúra”, a “velhice” e a “negritude” situadas como marcas a serem evitadas e contornadas, além de desprezadas, quando ostentadas.

Mais de cem anos depois, todavia nos deparamos com a inferiorização dos atributos associados a essas mesmas características. Especificamente considerando-se a negritude, um dos episódios recentes mais explícitos ocorreu, em janeiro de 2016, na Tailândia, na publicidade das pílulas “Snowz”, as quais prometem “embranquecer” a pele. No vídeo, de cerca de 50 segundos, duas mulheres brancas são postas lado a lado, até que uma começa a “escurecer”. Com o fundo preto, o efeito produzido foi o de que ela estava “desaparecendo”, deixando de ser visível, ao mesmo tempo em que a clara se realçava. Não o bastasse, uma voz em *off* proferia que “Você só precisa ser branca para vencer”. O repúdio internacional fora tão imediato e intenso que a fabricante retirou o anúncio do ar.

A oferta de produtos que prometem clarear e pele, a maioria formulado à base de substâncias como Glutathione e vitamina C, dentre eles o *Whitelight*, é algo comum em porções da Ásia, notadamente em países como a Índia e a Coreia do Sul, onde o padrão de beleza predominante é a obsessão com a pele branca. Aliás, as substâncias “branqueadoras” não só são bastante comercializadas na região, como exportadas para o mundo, sendo relativamente fácil adquiri-las em *sites* de vendas na internet.

Outra publicação do início do século passado, *Eu sei tudo*, arremeteu contra a velhice e a obesidade. Em um largo texto, de 1928, o almanaque discorria sobre os “horrores” da idade e da balança, os quais, consoante o texto, seriam o

¹⁷⁶ Cf nota 36.

“pezadello da mulher, que começa a envelhecer”, exaltando os “magníficos” resultados obtidos através de cirurgias estéticas.

A gordura, a “papada”, a “banha”, o corpo deformado, o pezadello da mulher, que começa a envelhecer! Que horror para ella e.. para os que a contemplam. Mas em seu auxílio surgiu a cirurgia moderna. Os antigos cosméticos de nada servem: o cirurgião plástico arranja tudo. A primeira d’essas operações para a transformação completa do corpo volumoso e anti-esthetico, foi feita em uma atriz norte-americana, á qual seu empresario dissera: “Você é uma excellente artista, bella de rosto, mas seu corpo, de frente, de costas ou de lado, está ficando disforme”. A actriz submeteu-se á operação e os resultados foram magníficos O cirurgião viu-se ante o problema de converter uma matrona na elegante silhueta de uma jovem de dezesseis annos. ...¹⁷⁷

Sem meias palavras, o artigo associa o corpo “volumoso” a um tipo de físico “antiestético”. E, qual se verifica atualmente com os juízos do espetáculo e do entretenimento, deixa transparecer que de nada vale ser uma “excelente artista” se o que se tem a oferecer é um “corpo disforme”.

Na sequência, *Eu sei tudo* apresentou, com relativa riqueza de detalhes, os meandros da intervenção cirúrgica propriamente dita e a subsequente cicatrização pós-operatória, transformando uma “matrona” em “uma jovem de dezesseis annos”.

O cirurgião começou por traçar sobre a pelle da paciente um diagramma do perfeito busto feminino que desejava modelar e mediu os centímetros para ver a quantidade de pelle e tecido adiposo que teria de cortar. Durante esse periodo de medidas a paciente permaneceu deitada em uma mesa de operações, tentando seguir esses complicados calculos.

Mas já o mestre preparava os ferros e, em seguida, chloroformio. Depois começou:

Cortou em torno dos dous círculos marcados com analina, tirando um cinturão de derme e epiderme em torno tecido adiposo, que extrahiu com o auxilio de uma tesoura especial, unindo, em seguida, as duas partes livres de pelle, prendendo-as com pequenos ganchos de prata de sua invenção e precedendo a sutura sem perigo de rompimento do tecido. Ao fim de uma semana apenas se notava a cicatriz.

Durante os primeiros dias de cicatrização a parte do busto operada permaneceu perfeitamente vendada; mas a paciente pode abandonar o hospital vinte e quatro horas apoz a operação e, ao fim de oito dias, continuou sua vida normal.

Na primeira operação, o cirurgião plástico, a actriz operada e o publico convenceram-se de que um sacco de gordura pode em uma semana ser convertido em uma Vênus de Milo.

Estes são os principaes passos para que uma matrona de quarenta e cinco annos readquira a elegante silhueta que tinha ou julga ter tido aos dezesseis.

¹⁷⁷ A cirurgia á serviço da beleza. *Almanach Eu Sei Tudo*, Rio de Janeiro, p. 157, 1928.

O trabalho do cirurgião é difficilimo porque os cálculos geométricos variam a cada novo paciente, porque assim como não há dous olhos nem duas orelhas exactamente eguaes, também não se encontram dous bustos idênticos. A natureza não emprega em seu trabalho o *systema* norte-americano de fabricação em série e o cirurgião plástico é forçado a cálculos especiaes para cada physico.

Vários são já os operadores newyorkinos que alcançaram fama com taes serviços, primeiramente no que se refere a reduzir quadris e cinturas, o que é conseguido com duas largas incisões, uma de vinte e cinco centímetros na frente do corpo e outra, dos lados, quase sob os braços. Por essas incisões o cirurgião extrahe a gordura supérflua e vai modelando e cozer.

O mesmo processo é empregado para os braços exageradamente grossos. Tudo se reduz a fazer as incisões no lugar devido, extrahir a quantidade exacta de tecido adiposo, cortar a pelle que sobra e cozer.

A operação d'esse genero que mais chamou a atenção dos Estados Unidos, foi a da cantora Truly Shattuck, da qual extrahiram sessenta e quatro kilos de gordura e sua enorme cintura de cento e trinta e seis centímetros ficou reduzida a oitenta, apenas.

Porém esta senhora com a idade e forçada a obrigar os pés a sustentar um tão grande peso, tinha deformidades nas extremidades inferiores. Os pés demasiadamente longos, com joanetes colossaes eram seu pezadello. Aquellas “patas” não correspondiam á elegância e esbeltez adquiridas por seu corpo. Mas o operador logrou dar-lhe pésinhos de hespanhola seccionando os ossos do pé, como se vê em nosso clichê.¹⁷⁸

Nascia um novo “super-herói” no campo da medicina. Aquele cujos “superpoderes” lhe facultavam transformar um “saco de gordura” numa “Vênus de Milo”, devolvendo a “magreza” à “gorda”, a “juventude” à “velha”, a “elegância” à “deformidade”: o *cirurgião plástico*, espécie de “São Benedito dos corpos”, para quem não haveria causas impossíveis, apenas contornáveis. Interessante observar que se em 1928 a imprensa narrava em pormenores as cirurgias estéticas, com minuciosa descrição acerca dos cortes e cicatrizações envolvidos nos procedimentos, atualmente os mesmos são vendidos praticamente quais meros “retoques digitais”. Como se, em vez de bisturis e tesouras, fossem aplicados sobre a pele simples pinceladas *a la Photoshop*, mais famoso *software* de edição de imagens. Nesse sentido, o programa de televisão apresentado por Robert Ray, o Dr. Hollywood, é uma exceção à regra, pois demonstra o passo a passo dos procedimentos plásticos levado a cabo por ele e sua equipe em pacientes reais.

Sendo assim, aqueles que não foram agraciados com a “generosidade” da mãe-natureza em sua constituição fenotípica estão convocados a deixarem de lado seus lamentos, sendo exatamente nessa brecha que a tecnociência a serviço da

¹⁷⁸ Cf. nota 177.

beleza desponta, suprimindo as carências dos esteticamente “desafortunados” e “desprovidos”. E cada parte do corpo humano parece dispor de um procedimento específico: nariz, orelha, olhos, bochechas, tórax, abdômen, nádegas... Ou, conforme resume a linha do editorial de *Women’s Health*, estar belo torna-se uma “questão de escolha”!

Porém, consoante veremos à frente, ressalta-se que a consolidação da medicina “estética”, e não somente “curativa”, dependeu tanto das inúmeras invenções tecnológicas (hoje, por exemplo, tais avanços já introduziram no mercado, além das intervenções cirúrgicas, pílulas e comprimidos com os mais variados fins no dever de alcançar o corpo esbelto), quanto de uma mudança cultural, possibilitando que os “reparos” embelezadores deixassem de ser vistos como inferiores em relação ao restabelecimento da saúde.

Por conseguinte, estar bonito, mais que nunca, pode significar a aceitação (ou não) do indivíduo em determinados meios. Ilustração extrema desse movimento é uma rede social destinada exclusivamente aos “belos” deste mundo: o *BeautifulPeople*, um “Online dating for beautiful people only”¹⁷⁹. Fazer parte “deste clube virtual de elite”, todavia, não é tarefa nada fácil. Primeiro o interessado deve fazer um “pré-cadastro”, enviando, necessariamente, uma foto sua – de preferência do rosto. A seguir, sua imagem fica numa espécie de “limbo”, em que durante as 48 horas seguintes os membros já aceitos irão qualificar a pessoa aspirante em função de sua aparência. Em outras palavras, dirão se a mesma é digna ou não de ganhar um perfil (homens avaliam mulheres, mulheres avaliam homens). Passadas ditas etapas, se aprovado, o indivíduo finalmente alcança o “paraíso”: a confirmação de que é belo. E, mesmo assim, é preciso ficar atento: a própria rede “expulsa” aqueles que, mesmo depois de admitidos, “deixaram de ser bonitos”, por exemplo, por terem engordado.

Em 2009, ocasião do lançamento do *BeautifulPeople*, Robert Hintze, seu fundador, disse à imprensa que “Outros sites são reservas de hipopótamos e javalis africanos. BeautifulPeople é uma maravilhosa reserva de caça de gatos e tigresas”¹⁸⁰. Intentando, talvez, eximir-se de acusações de discriminação, como se

¹⁷⁹ “Encontro virtual somente para pessoas bonitas” [tradução livre].

¹⁸⁰ BeautifulPeople.com é lançado no Brasil e completa sua expansão global: pessoas feias são banidas da mais procurada rede de pessoas bonitas do mundo. **UOL**, Rio de Janeiro, 26 out. 2009. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultnot/economia/2009/10/26/ult8281u392.jhtm>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

fosse possível diante do declarado, atualmente o *site* do *BeautifulPeople* alerta que “The vote is fair and democratic. BeautifulPeople does not define beauty it simply gives an accurate representation of what society’s ideal of beauty is as decided by the members”¹⁸¹. Talvez não o tenha percebido, mas ao afirmá-lo a rede tocou exatamente no cerne da questão: os padrões de beleza são uma representação social idealizada. Isto é, são culturais, estabelecidos dentro de uma organização coletiva, e não naturais, espontâneos ou dados. São uma construção, e, por isso, estão inseridos num processo histórico.

Há de se registrar que o sucesso do *BeautifulPeople* fora tão imediato – cerca um ano depois contabilizava aproximadamente 600 mil usuários ativos e 5 mil exclusões de membros que teriam “embagalhado”, em outra palavra, “enfeiado” -, que em poucos meses a rede lançou um serviço de “banco de esperma virtual”. Funciona da seguinte maneira: a futura mãe desejosa por ter um “bebê bonito” descreve as características que deseja em sua prole – obviamente, os atributos relatados são físicos -, e os homens interessados (e compatíveis) fazem a doação de esperma numa clínica indicada. Para o *BeautifulPeople*, trata-se apenas de atender a uma demanda previamente existente, já que mais de 700 casais teriam sido formados a partir de encontros entre seus membros e 600 crianças nascido do relacionamento dentre seus usuários.

Mas e aqueles que tiveram o passe de entrada recusado ou foram eliminados por não estarem à altura das exigências estéticas da rede? Dito de outro modo, e aqueles rejeitados por terem sido considerados “feios de mais” (ou “bonitos de menos”)? A estes, restar-lhes-iam, se interessar, adentrar-se em outra rede social, na qual não há nenhum tipo de pré-requisito – mas também nenhum fator de engrandecimento, a nível sociocultural: o *The Ugly Bug Ball*, “the original ugly dating site”¹⁸², um portal de “dating for the aesthetically average”¹⁸³. Ou, conforme ficou conhecida pela imprensa, uma rede social para “pessoas feias”.

Na verdade, o *The Ugly Bug Ball* é uma espécie de paródia do *BeautifulPeople*, o que não o impediu de registrar matrimônio entre seus membros. Trata-se da união entre Tom Clifford e Janine Walker, os quais, em

¹⁸¹ “O voto é justo e democrático. BeautifulPeople não define beleza, simplesmente dá uma precisa representação dos ideais sociais de beleza decididos pelos usuários” [tradução livre].

¹⁸² “O portal original para o encontro de feios” [tradução livre].

¹⁸³ “Encontros para os esteticamente medianos” [tradução livre].

2010, anunciaram que iriam se casar depois de (apenas?) quatro encontros. Na ocasião, a imprensa cobriu com relativo estardalhaço esse que seria o “primeiro casal de feios” formado na referida rede. A propósito, o próprio *site* os presenteou com uma viagem de lua de mel. Atualmente, porém, os dois encontram-se divorciados.

Os “feios” podem optar, também, pela participação em algum dos muitos *reality shows* produzidos justamente para ajudá-los a “consertar” ou a “livrar-se” do problema que tanto incômodo causa (a eles e/ou aos outros), servindo, inclusive, de bom exemplo de superação para que seus semelhantes inaptos assumam atitudes e posturas análogas. Assim, para os relaxados com a imagem há o *Dez anos mais jovem*, cuja proposta é “dar um trato” na aparência de indivíduos que deixaram de se cuidar e aparentam muitos anos a mais do que a idade biológica; para os obesos, *Quilo por quilo*¹⁸⁴, em que o sujeito será acompanhado por um *personal trainer* na luta para baixar de peso; problemas com o figurino, *Esquadrão da moda*, que ajuda especificamente as mulheres “malvestidas” a darem um *up* no *look*. E esses são apenas três exemplos arbitrários e aleatórios extraídos de uma gama que envolve muitas outras produções televisivas.

Volvemos, aqui, outra vez mais à tese de Foucault (1987). Pois, segundo argumenta, se é sobre o corpo, e, claro, sobre as subjetividades, que os maiores investimentos do poder se dão, o lugar da resistência, da contraposição, da luta anti-hegemônica está, também, no corpo. Algumas bandeiras de resistência e/ou oposição aos preceitos do culto ao corpo se fazem presentes em tendências como o *fat pride*, o “orgulho de ser gordo”, o “movimento gordo da aceitação”, que prega uma mudança nos imaginários socioculturais de estigmatização das pessoas obesas, e, o mais conhecido d’eles, o *plus size*, de valorização do corpo “rechonchudo”.

O *plus size* designa, outrossim, um segmento do campo da moda, em especial de vestuário, que oferece manequins confeccionados em tamanhos considerados “fora do padrão” pelas principais grifes globais, em geral acima do 44 para as mulheres. E apesar de recente, a corrente *plus size* já vem causando certo alvoroço, particularmente nos meios de comunicação. A prestigiada edição italiana da revista *Vogue* chegou a estampar numa de suas capas de 2011 três

¹⁸⁴ No Brasil, *Dez anos mais jovem* foi exibido pelo canal a cabo *Discovery Home & Health*. Já *Quilo por Quilo*, é apresentado no canal *TLC*.

modelos *plus size* com o título *Belle Vere*¹⁸⁵ (*Belas Reais*, em português). O burburinho fora imediato. Mesmo algumas das grandes redes de vestuário vêm produzindo linhas dedicadas especialmente a esse público. No Brasil, a cantora Preta Gil já estrelou campanha publicitária de coleção *plus size* desenvolvida por uma marca multinacional.

Se por um lado as vozes de resistência “dos inaptos” vão adquirindo eco e espaço, por outro, na cultura do “culto ao corpo”, os “desajustados” ainda servem de fator de encorajamento aos “aptos”, motivando-os a persistirem ainda mais na luta pelo “corpo ideal”: os inaptos e as perseguições aos quais estão submetidos – desde a dificuldade em passar por catracas do transporte público, ao desafio de se sentar nas poltronas de avião, ou mesmo o tormento que é comprar roupas em lojas de grife – escancaram que *não existe saída*. Ou melhor, que a saída não parece nada boa: é ser, também, um inapto, com as respectivas consequências. Os inaptos e suas humilhações diárias acabam por justificar e legitimar toda a rotina de sacrifícios e tiranias, envolvendo dietas, restrições alimentares, horas de exercícios e ginásticas, cirurgias etc., para se estar apto. *Vale tudo* se é para não ser “como eles”.

O desejo de “não ser como eles” ficou mais do que evidenciado numa das “Carta do editor” da versão masculina da *Women’s Health: a Men’s Health*. Nela, o jornalista narra um encontro de bar com “velhos amigos”, em que “sacaneávamos uns aos outros, num clima leve e fraternal que só brothers de longa data se permitem”. Segundo ele, todos ali se cuidavam, “com hábitos de exercícios que vão da pedalada à academia, do tênis à corrida”. Todos, menos um: Jota, o qual teve de ouvir que “Com essa barriga, você só pega resfriado”. Na carta, Jota fora acusado de ter “enchido o saco” do grupo com discussões sobre obesidade. “Jota deixou uma lição naquela tarde de sol, ministrada involuntariamente”, diz o editor: “além de grandes chances de ter problemas de saúde, sexuais, de estar sempre na defensiva, na rabeira do comportamento masculino, o cara estava infelizmente se tornando um mala”¹⁸⁶. O que Jota deveria fazer para deixar de ser um “mala”? Duas escolhas: emagrecer ou aceitar “de boa” as piadas, ou melhor, o preconceito, dos “brothers”.

¹⁸⁵ Belle vere. *Vogue Itália*, Milão, n. 3075, jun. 2011. Capa.

¹⁸⁶ SELIGMAN, A. O passado te condena. *Men’s Health*, São Paulo, n. 83, p. 10, mar. 2013. Carta do editor.

Logo, o corpo é um grande campo de batalha: disputado pelas instâncias dominantes, as quais demandam por um modelo de formatação física e subjetiva para o suprimento de seus interesses – modelo esse que, dialogando com Erich Fromm, acaba “desejado” pelos sujeitos, sobretudo a partir do emprego de estratégias que utilizam não a *força externa*, mas a *pulsão interna*, - e arena de resistências contra tais exigências, ainda que sob pena de sofrer uma série de estigmas e desrespeitos.

5.2.

Formação do culto ao corpo

Ao longo dos últimos duzentos anos, a superfície do corpo humano, a parte ao alcance dos olhos, atravessou os mais variados e distintos ideais de beleza: do porte dito “rechonchudo” ao torneado ou musculoso, passando pelo magro, não foram singelas as mutações nos padrões estéticos socialmente mais almejados e valorizados. Por conseguinte, não foram poucos os sacrifícios empreendidos pelos sujeitos na busca por se adequarem àquilo que se consagrou, em determinada conjuntura e momento, de aparência “perfeita”.

No século XIX, o corpo “cheinho” era tido como mais “formoso” que o magro, sinônimo de “fraqueza”. Com isso, não raro os menos dotados de tecido adiposo intentavam dissimular sua condição com o uso de várias peças de roupas em simultâneo, dando volume à própria silhueta - tanto que o jornal maranhense *O Abelhudo* resolveu implicar “... com todas que vestem 4 anaguas para aumentar sua gordura”¹⁸⁷. Foi apenas no século XX que a magreza fora elevada à condição de “admirável”. Todavia, sobretudo a partir do terço final do novecentismo, o outrora desejado corpo magro começou a ceder espaço em prol da promoção de outro tipo de físico, muito em função dos discursos difundidos pela mídia, ainda que à magreza “não excessiva”¹⁸⁸ continue sendo outorgada valor positivo. Hoje, no entanto, o padrão estético mais em voga é o do físico tonificado ou musculoso. Isto é, definido ou modelado por músculos muito bem trabalhados em extensas horas de treinos em academias de ginástica.

¹⁸⁷ **O Abelhudo**, São Luís, 22 jan. 1899. Implicação, p. 4.

¹⁸⁸ Alguns países vêm desenvolvendo leis que proíbem a presença de modelos consideradas magras demais nos desfiles de moda. É o caso da França, que vê na medida uma forma de combater a propagação de distúrbios alimentares como a anorexia. A lei francesa prevê pesadas multas para quem contratar modelos com Índice de Massa Corporal, IMC - obtido da divisão do peso corporal (em Kg) pela altura (em centímetros) elevada ao quadrado -, menor que 18.

A formação de tais padrões, porém, não é algo “natural” ou “espontâneo”. Pelo contrário: trata-se de um processo histórico derivado, em grande parte, de imaginários socioculturais que arrogam a determinadas particularidades anatômicas o status de “elevadas”, “superiores” e “belas” em relação a outras, algumas das quais associadas, até mesmo, a fatores de estigmatização. Nesta parte do capítulo, trataremos exatamente sobre as construções – e respectivas transformações – do chamado “padrão corporal ideal”, bem como suas representações nos meios de comunicação, do século XIX e do século XXI, sem nos olvidarmos de que tais idealizações são culturais e se encaixam dentro do discurso moralizante – exatamente (e concomitantemente) ao que observamos com o uso da exteriorização no âmbito da esfera íntima ou privada dos indivíduos, no capítulo anterior. Ou seja, variam conforme uma série de fatores, dentre os quais geográficos, históricos, ideológicos etc. Para ratificá-lo, cabe lembrar que, nesses dias que nos contemporizam, outros países outorgam a atributos absolutamente distintos seu ideal de beleza e estética.

Caso da Maurîtânia, onde a obesidade é celebrada pela população, sinal de riqueza e fartura. Já em Mianmar e na Tailândia, sobressaem-se os pescoços alongados por aros, enquanto na Etiópia prevalece o lábio inferior alargado e, no Quênia, o ideal de beleza impõe a deformação das orelhas via alargamento forçado. Na Indonésia, dentes afiados denotam “pureza”, ao passo que no Japão são os dentes tortos que se destacam. Em determinadas regiões da China, o pé pequeno chama atenção – tanto que várias mulheres os desfiguram visando evitar seu crescimento. Por fim, no Irã é a preocupação com o nariz que reluz, especialmente por ser uma das poucas partes do corpo feminino à mostra, em virtude das vestimentas típicas da região.

Reconhece-se, com isso, que o modelo de beleza predominante na porção ocidental do planeta é apenas um dos muitos existentes ao redor do globo, e que, por isso, não deve ser ponderado como hegemônico. Na mesma linha, similar à nossa estranheza perante alguns dos ideais listados, os sujeitos dos locais apontados no parágrafo anterior igualmente podem sentir estranhamento diante do padrão estético de nossa cultura. Isso reforça o argumento de que a beleza é um valor relativo, mutável e instável. Em uma palavra, cultural.

Nas mídias ocidentais, o corpo e a respectiva adoção de métodos que objetivam “aprimorá-lo” ou “embelezá-lo” é assunto recorrente, seja na imprensa,

seja na digital. Especificamente nos periódicos brasileiros, está presente desde pelo menos o século XIX. Em 24 de junho de 1900, por exemplo, um artigo na *Revista da Semana* indagava sobre “Quanto tempo durará ainda o uso do espartilho?”, invenção, de acordo com o texto, datada do século XV, e que produzia “accidentes trágicos como o d’aquella elegante que veio a morrer, partida ao meio, uma vez em que sollicitava ao marido e á criada que a apertassem cada vez mais”¹⁸⁹.

Se por um lado a preocupação com o embelezamento é pauta recorrente na mídia, por outro não é menos verdade que o “desleixo” com a imagem também enseja, frequentemente, mote para discussão. Tanto que, no início do século XX, *Pathé* publicou passagens como “É difficil o Gesta deixar de ser barrigudo”¹⁹⁰, já destacando, de maneira pejorativa, um aspecto físico que, sobretudo hoje, é encarado como fator de estigma: a barriga saliente.

O mesmo periódico, aliás, lançou um concurso tanto quanto “inusitado”, cujo resultado seria obtido através do voto de seus leitores. Ou melhor, “leitoras”: o “Mais feio”.

“O nosso concurso”

Resolvemos abrir um concurso para saber qual é o rapaz mais feio de Manaos. Ao victorioso promettemos como premio o seu clichê estampado neste jornal, bem como a sua biographia escripta por um conhecido belettrista amazonense. Desde já as distinctas senhoritas poderão votar no MAIS FEIO, enchendo este coupon que deverá ser remettido a esta redacção.¹⁹¹

Logo na sequência, uma cédula para que as populares pudessem registrar seu voto.

Apesar do evidente apelo rogado ao “cuidado de si” já observado, determinados tratos com a aparência nem sempre eram benquistos nas publicações da época, indicando-nos que os valores sociais igualmente o reprovavam. *O Diabrete*, por exemplo, publicou que “vão para o inferno” as “ditas que pintam o cabello e o rosto para fingir de moças”, acompanhadas de “todas aquelas que não sabem ser velhas”¹⁹². Eis uma mudança de paradigma e tanto, pois se circulasse agora, na aurora do século XXI, possivelmente o mesmo periódico “mandaria

¹⁸⁹ ZALUAR, P. O colete feminino. *Revista da Semana*, Rio de Janeiro, n. 6, p. 50, 24 jun. 1900.

¹⁹⁰ *Pathé*, Manaus, 15 fev. 1914. É difficil, p. 2.

¹⁹¹ O nosso concurso. *Pathé*, Manaus, 22 maio 1915, p. 1.

¹⁹² *O Diabrete*, Rio de Janeiro, 14 maio 1883. Vão para o inferno, p. 3.

para o inferno” exatamente aquelas que “não se pintam” ou “não queiram parecer mais jovens”.

Referências ao uso de maquiagem já eram relativamente comuns na imprensa do início do século passado. Essa abordagem, entretanto, costumava questionar a necessidade de sua utilização. Na “Chronica da Elegancia”, coluna da *Revista da Semana* voltada a debater assuntos relacionados à moda e ao comportamento feminino no cotidiano da virada dos séculos XIX e XX, a autora resolveu declarar seu apoio ao uso da maquiagem feminina, esclarecendo, contudo, que apenas em “algumas exceções”.

Em uma reunião a que assisti, ha tres dias, discutiu-se calorosamente sobre se a *maquillage* devia ou não ser banida da sociedade elegante.

Em these, eu sou das que acompanham a opinião de que uma mulher não pode pintar-se.

Mas, passando para o campo das hypotheses, reconheço algumas exceções á regra geral, e desculpo e aconselho mesmo a *maquillage* para certos casos especiaes.

Não ha negar que o principal dever de uma senhora elegante é fazer brilhar o mais possível as suas perfeições, occultando cuidadosamente os pequeninos defeitos que tiver.

N’estas circumstancias, estragar aquillo que ella póde mostrar com orgulho seria um crime verdadeiramente imperdoavel.

Mas, quando a Arte vem corrigir ou modificar um cochilo da Natureza, o caso muda muito de figura e a mulher não merece um, mas mil perdões.

E não é sem *arriève-pensée* que eu fallo em arte, porque ha *maquillage* e *maquillage*, differindo tanto uma da outra, como da pintura de uma porta differe um quadro de grande mestre.

A primeira é sempre ridícula e produz infallivelmente o effeito contrario daquelle que se espera.

A outra só póde ser descoberta pelos conhecedores da materiaque, pelo menos, admirarão o talento da artista.

Como esta carta é escripta para muito longe, não duvido confessar que tenho aqui uma amiga a quem o tamanho dos olhos e da bocca adulteraram por tal fórmula a sua physionomia que, os que os vêm na intimidade, não duvidam consideral-a feia.

Mas, ella corrige tudo aquillo tão intelligentemente que é tida na conta de uma das mulheres mais formosas de Paris.

É verdade que gasta n’esse serviço três horas por dia e que nem o proprio marido a vê antes de concluda a difficilima tarefa.¹⁹³

O uso da maquiagem era, portanto, “socialmente aceito” em circunstâncias nas quais a mulher “corrigia” imperfeições – ou “defeitos”, para empregar o termo usado no texto - em sua aparência. No mais, tornava-se “desnecessário”. Afinal,

¹⁹³ COLINETTE. *Revista da Semana*, Rio de Janeiro, n. 32, p. 255, 23 dez. 1900. Chronica da Elegancia.

“uma mulher não pode pintar-se”. Se para as mulheres a maquiagem já não era bem qualificada, que dirá para os homens. O que presentemente é referido como “cuidado pessoal”, à época causava bastante incômodo. Apenas no *Pathé*, o tema apareceu em pelo menos três ocasiões, todas com tônica de reprovação. Dois desses registros se devem a um sujeito de nome Joel. No primeiro, o jornal noticiou que “o Joel está virando cobra, pois não sahe de casa sem passar pó de arroz nas bolachas. Ora tenha vergonha que isso é feio”¹⁹⁴; no seguinte, *Pathé* voltou a criticá-lo, dizendo que “é difícil o Joel deixar de pôr pó de arros no rosto”¹⁹⁵.

Mas não era só contra determinados hábitos pessoais de embelezamento – alguns dos quais hoje banais – que a imprensa brasileira novecentista se voltava; ela investia, outrossim, contra as próprias características físicas dos sujeitos. Assim, *O Abelhudo* implicava “com todo rapaz que tem nariz chato”, “com todo sujeito de olhos” e “com toda moça que tem cabellos curtos”¹⁹⁶. Alguns jornais do Rio de Janeiro chegaram a desenvolver poesias em que reprochavam diretamente o aspecto corporal dos retratados.

Africa
Vagabunda, desdentada,
Typa feia, relaxada,
Não vale uma cocada,
É ruim cousa, a desgraçada.¹⁹⁷

Laura Anastacia
É feia e horripilante,
Está mui fóra da moda
Sómente se incommoda.
Quando a chamão de purgante.¹⁹⁸

De acordo com a pesquisadora Ana Lúcia Castro (2003), foi só a partir da década de 1920 que o uso dos cosméticos começou a ser socialmente aceito. Para essa mudança acontecer, todavia, Castro aponta o tecimento de uma união de peso: a associação entre o campo da *moda* – notadamente com a chamada “revolução” do guarda-roupa, sobretudo o feminino, marcado pelo surgimento de

¹⁹⁴ Cf. nota 129.

¹⁹⁵ *Pathé*, Manaus, 1º mar. 1914. É difícil, p. 2.

¹⁹⁶ *O Abelhudo*, São Luís, 29 jan. 1899. Implicação, p. 4.

¹⁹⁷ *Diabrete*, Rio de Janeiro, 23 ago. 1883. Cocadinhas, p. 2.

¹⁹⁸ *O Cara Dura*, Rio de Janeiro, 23 ago. 1883. Pasteis de nata, p. 2.

peças tanto mais curtas, deixando parcelas maiores do corpo à mostra, quanto ajustadas à silhueta das mulheres, contornando as “curvas” das senhoras da época -, da *publicidade* - especialmente em virtude das propagandas apregoadoras do moderno estilo de vida embasado na nascente sociedade de consumo - e do *cinema* – principalmente pelo crescimento das produções hollywoodianas. Logo, iniciava-se uma nova maneira de mirar o corpo. Um modo que exigia mais “cuidado” com a aparência, já que, agora, ele estava mais salientado, visível e publicizado do que jamais estivera. Fora justamente nesse contexto que a maquiagem principiou a ser estimulada.

Com isso, uma notória transformação se fez evidente nesse momento histórico. Trata-se de um câmbio no ideal do corpo almejado. Desde já, a ideia de que o acúmulo de gordura corporal denotava saúde e “formosura” foram declinando em prol de um imaginário que associou o corpo esbelto e esguio à magreza. Resumindo, nos anos 1920 houve o rompimento de ideais que perduravam por décadas, especialmente no âmbito da *toilette* e do porte físico, impulsionado, não só, mas muito em parte, pelo fortalecimento, no âmbito sociocultural, dos veículos de mídia, especialmente o primeiro grande meio de comunicação com “imagens em movimento”: o cinema. Já podemos vislumbrar, aqui, as primitivas grandes preocupações com o “cuidar da aparência” para “sair bem na tela”. Em outras palavras, o cuidado corporal com vistas numa melhor apreciação imagética. Temos, portanto, a raiz do fenômeno que, entre o final do século XX e início do XXI, viria a se consolidar como “culto ao corpo”, um tipo de preocupação que beira a obsessão em se enquadrar nos modelos físicos socialmente mais admirados.

Outro momento do século XX destacado por Castro (2003) foi a década de 1950, período que acrescentou outras mutações aos imaginários sociais relacionados ao corpo que nos ajudam a entender de que maneira alcançamos os ideais de beleza contemporâneos. Se os anos 1920 trouxeram uma nova consciência em termos de visualidade e cuidados para com a imagem, os 1950 estimularam a exposição do corpo, notadamente pela invenção do “veraneio”. Isto é, das férias de verão tanto como forma de exibição corporal pública, quanto de garantir um aspecto mais bronzeado à pele. Logo, o ideal de beleza da pele branca e pálida foi pouco a pouco cedendo pelo estímulo ao “corar-se” no sol,

transmitindo a mensagem de que, ao aproveitar-se da natureza, o indivíduo seria adepto de um estilo de vida saudável.

Não obstante, ainda segundo Castro (2003), outros dois fatores se sobressaem nesta década. Um d'eles foi uma espécie de segunda “revolução da moda”, incitada, maiormente, pelo aparecimento das peças *prêt-à-porter*, ou seja, produzidas em escala industrial, e não mais confeccionadas sob medida pela “alta costura”, por demanda individual, promovendo um significativo barateamento da moda. O outro fora o crescimento da publicidade, especialmente a relacionada com os produtos de higiene e cuidados pessoais, dentre os quais sabonetes, xampus e cremes dentais. Assim, ao uso da maquiagem impulsionado nos anos 1920, os 1950, tendo novamente como carro-chefe os meios de comunicação, incentivaram o cuidado diário no “bom trato” com a imagem, ofertando, para tanto, toda uma nova gama de produtos.

Castro (2003) faz sua terceira escala na década de 1960, quando a atmosfera de contestação, com destaque ao fortalecimento dos debates em torno do feminismo, da revolução sexual e da descoberta dos anticoncepcionais, teria dado o empurrão final à consolidação de uma cultura que já vinha se fortalecendo desde os anos 1950: a juvenil. Nesse sentido, por abordar essencialmente a procura pela afirmação de uma identidade pelos jovens, bem como os variados choques culturais e de visões de mundo entre os mesmos e seus pais, o filme *Juventude Transviada* (1955) volve simbólico. Numa das cenas mais marcantes, a personagem Judy, interpretada pela atriz Natalie Wood, relata, bastante abalada, ter sido chamada de “vagabunda” pelo próprio pai simplesmente por ter usado maquiagem. Isto é, embasando-nos na película, podemos conjecturar que embora o paradigma quanto ao uso da maquiagem estivesse começando a mudar, ainda havia discriminação em relação a seu uso, sobretudo por parte das gerações anteriores.

Outra questão abordada pela película foi o tipo de figurino apreciado pelos jovens da época, abusando de personagens cuja caracterização se compunha basicamente pelo trio calça jeans, jaqueta e blusa de algodão, explorando, todavia, a paixão da juventude pelos automóveis, vistos, até hoje, como signos de distinção e liberdade.

Já sobre os anos 1970, quem melhor parece ter sintetizado os processos observados no âmbito da esfera corporal foi o filósofo francês Michel Foucault.

Comentando a respeito do tipo de “beleza” ambicionada na época, o autor foi enfático: “Fique nu... mas seja magro, bonito, bronzeado!”. (Foucault, 1979, p. 147) Hoje, entretanto, sua citação ressoa desatualizada. Isto porque, apesar de a magreza seguir bastante admirada no meio sociocultural, principalmente no midiático, como já dissemos, mais prudente seria declarar: “Fique nu, mas seja *musculoso*, bonito, bronzeado”. Afinal, o atual degrau maior de valorização corporal conchama a visibilidade de músculos trabalhados e salientados.

Ainda de acordo com Foucault (1979), o movimento de hipertrofia muscular não representa nenhuma libertação do corpo em relação às exigências do poder. Pois, se por um lado o pensador enxerga o declínio do conjunto de políticas conhecido como disciplina - mais precisamente a partir de 1968, com as agitações contestatórias que, dentre outras, reivindicaram o corpo como local de resistência ao “controle-repressão”, sobretudo por visar o prevalectimento do prazer individual/carnal sobre a moral disciplinar -, agora, viveríamos sob a égide de um tipo de “controle-estimulação”, no qual seríamos incitados, pelas estratégias dominantes, a nos enquadrar naquilo que nos é demandado em função dos nossos próprios esforços e escolhas.

Em linhas gerais, Foucault (1979) diz que se outrora havia um poder que nos confinava até alcançarmos aquilo que nos era esperado, tanto em termos de corpo, quanto de “alma”, hoje *todos nós* estamos impelidos a alcançar o que nos é demandado não por políticas de confinamento, mas por pressões coercitivas de nível sociocultural, discursivas, imagéticas, midiáticas, as quais igualmente cobram um preço: não exatamente a privação da liberdade ou o castigo físico, mas a exclusão e/ou o banimento de determinados meios ou grupos sociais simplesmente por não estar enquadrado nos padrões exigidos.

Apesar do corpo musculoso já ser celebrado desde pelo menos a década de 1920, em grande parte graças ao fisiculturista ítalo-americano Charles Atlas¹⁹⁹, foi a década de 1980 que trouxe a popularização dos exercícios e, na esteira, das academias de ginástica. Esse período firmou no imaginário popular a ideia da necessidade de se seguir uma rotina de exercícios, com a crescente observação de práticas de atividades físicas mais regulares (Castro, 2003).

¹⁹⁹ O êxito de Atlas começou depois de algumas tentativas frustradas de ganhar peso. Ele resolveu, então, desenvolver seu próprio método de modelamento do físico, conhecido como “tensão dinâmica”, baseado na isometria. Com 1,77 metro de altura, Atlas chegou a pesar 81,5 Kg, o que lhe rendeu o prêmio de “O homem mais perfeitamente desenvolvido do mundo”, em 1929.

A vertiginosa preocupação com a movimentação do corpo, e a consecutiva incitação à criação de uma estrutura corporal ativa, ou seja, pronta e apta ao movimento, conferiu à Jane Fonda enorme êxito. Isto porque nos anos 1980 a atriz gravou uma sequência de aulas de ginástica em fitas de VH-S, incluindo sessões de alongamento e aeróbica, as quais se converteram em gigantesco sucesso. Somente em 1982, Fonda vendeu 17 milhões de cópias de suas aulas, chamadas de *Workout*, palavra que em português é traduzida como “exercício”, especialmente do tipo físico: malhação.

O segredo de Jane Fonda para tanto êxito? Primeiramente, há de se reconhecer que se tratava de uma renomada celebridade, conhecida por sua boa forma física - por si só o bastante para que o material obtivesse boa dose de publicidade. Porém, somente esse fator não seria suficiente para responder o porquê de seu sucesso. Sua sacada, na verdade, parece ter sido “vender” o exercício físico tanto como algo fácil de ser executado, com movimentos simples, e que, ademais, pudessem ser feitos de qualquer lugar - sua casa, por exemplo -, e a qualquer hora, quem sabe após a realização dos afazeres domésticos, ou ainda no retorno do trabalho. Estavam resolvidos dois dilemas: não havia mais a “desculpa” da falta de espaço e de tempo para se exercitar.

Todavia, Fonda parece ter outro triunfo em seus vídeos: a ideia de ofertar as atividades físicas como algo prazeroso. Contando com um ambiente amplo, liso e iluminado, usando roupas em estilo *colant*, coloridas e confeccionadas em tecidos flexíveis, e por vezes acompanhadas de uma entusiasmada, jovem, bonita e magra equipe, que também executava os movimentos propostos, Jane mostrou que o exercício poderia ser algo leve, e que *você* ainda o faria na companhia de Jane e sua equipe.

Dos anos 1980 para cá, a prática de exercícios físicos, em especial a musculação e suas derivações, como a atual tendência do *crossfit*, só tem aumentado. De acordo com levantamento realizado pela ACAD, a Associação Brasileira de Academias, em 2014 havia em todo território nacional 33.157 academias de ginástica, o dobro do número registrado em 2010, situando o Brasil na 2º colocação dentre os países com o maior número de academias de ginástica do mundo, atrás apenas dos EUA, totalizando cerca de 8 milhões de inscritos.²⁰⁰

²⁰⁰ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ACADEMIAS (ACAD). **O Mercado**. Disponível em: <<http://www.acadbrasil.com.br/mercado.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

Todavia, o mercado *fitness* vai além das academias. Em seu rastro, forma-se uma verdadeira cadeia de consumo. Dados apresentados pelo Sebrae Mercados o comprovam: em 2014, o varejo esportivo no Brasil faturou 4,7 bilhões de reais, havendo 7 mil lojas no país especializadas em artigos esportivos e outras 14 mil que vendiam algum tipo de artigo esportivo. No caso específico dos produtos de higiene e beleza, o Brasil é o 3º colocado, tendo à sua frente EUA e China, com faturamento na casa dos 38 bilhões de reais em 2013.²⁰¹

É nesse contexto que se consolida o que hoje nos referimos como culto ao corpo, espécie de fenômeno no qual o exterior do corpo, sua aparência e camadas superficiais da pele adquirem enorme relevância, uma vez que transmitem mensagens acerca da pessoa por trás de seu formato e visual. O corpo torna-se objeto tanto de “revelação”, indicando aqueles que “se cuidam”, quanto de “denúncia”, “entregando” os “relaxados” consigo mesmos, o que o mantém como meio de moralização social no contemporâneo. É por meio do corpo e de seu aspecto que muitos acreditam ser possível conhecer o outro – ou a menos parte desse outro. Logo, o corpo ocupa lugar central e/ou estratégico em nossa cultura contemporânea. É através dele que, queiramos ou não, somos, em grande parte, avaliados e julgados, tanto de maneira positiva, quanto de modo negativo, pelo outro que nos vê.

Com tantas modificações nos ideais de beleza, cada vez mais intensas e frequentes, não à toa o pesquisador brasileiro Francisco Ortega (2008) alega que essa corrente preocupação com a aparência caracteriza-se por produzir maiores incertezas sobre o corpo. Assim, concomitantemente à eclosão de métodos que propõem melhorar a estética corporal, invasivos ou não, a ininterrupta procura pelo aperfeiçoamento da anatomia vem se tornando epicentro de uma sucessão de inseguranças, angústias e mal-estares. Ademais, as transformações em relação ao padrão desejado, e, por conseguinte, os exercícios, as dietas e os investimentos pessoais demandados para atingi-lo, não param de variar, de maneira que, a qualquer momento, a característica hoje elevada pode ser ultrajada por outra na manhã seguinte. É o que Ortega se refere como “corpo incerto”.

²⁰¹ SEBRAE. **Moda fitness. Mercado em ascensão no Brasil. Vestuário. Boletim de Tendências.** jan. 2015. Disponível em: <http://sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/01/BO_janeiro_ModaFitness.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2018.

Vejam, por exemplo, o caso do corpo masculino, e como a moralização em torno do mesmo se transformou com o passar do tempo, considerando os discursos dos meios de comunicação. Se no início do século passado, jornais como *Pathé* se incomodavam com determinados cuidados pessoais empreendidos pelos homens da época, como usar maquiagem, atualmente a situação já mudou bastante. Na verdade, há de se destacar que, há pelo menos vinte anos, um determinado grupo de homens vem despertando bastante atenção no mercado do corpo, *fitness* e/ou estético: os *metrossexuais*. Formada em 1994 pelo jornalista Mark Simpson, a partir da aglutinação das palavras *metropolitano* e *sexual*, a expressão designa, comumente, um tipo de homem, de origem urbana, que devota demasiada atenção ao cuidado com a própria aparência e imagem, investindo cada vez mais em cosméticos, moda, cirurgias estéticas, além do gosto refinado para com a gastronomia e demais bens de consumo, tendo como principais expoentes o ex-jogador de futebol inglês David Beckham, o também jogador português Cristiano Ronaldo, além de atores como o estadunidense Brad Pitt.

Os números desse mercado são promissores: 11% do faturamento da marca Nívea, no Brasil, vem da linha *Nívea for Men*, vertente criada exclusivamente para atender ao público masculino, com a qual a empresa disponibiliza produtos como gel esfoliante e outro de limpeza facial. E mais: em 2016, ano de crise econômica, a empresa planejava investir 3 milhões de reais para aumentar sua penetração nesse grupo. Outra ilustração é o da Biotherm, pioneira no desenvolvimento de produtos destinados aos homens, a *Biotherm Homme*, e que hoje cresce a taxas interanuais de dois dígitos. A nova empreitada da marca é o lançamento do primeiro anti-idade masculino do mundo.²⁰²

Os metrossexuais vêm ganhando espaço e notoriedade, também, em outro campo: a mídia, demonstrando o quanto esse movimento vem sendo bem recebido pelo público masculino em geral. Dentre as publicações, a *Men's Health*, novamente, pode ser apontada como referência a esse público, exatamente por seus apelos discursivos, mercadológicos e, claro, pela propagação do ideal ou estilo de vida que ensaja o “homem contemporâneo” a “se cuidar”.

²⁰² Os metrossexuais. **Isto É**, 20 ago. 2003. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/negocios/20030820/metrossexuais/20172>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

Uma das matérias, de abril de 2013, o sintetiza bem: “Reforma na fachada”, diz o título, acompanhado de “Descubra como a cirurgia plástica pode ajudar você a ter um aspecto mais jovem, se destacar com as garotas e não perder espaço na firma”.

Seja sincero: existe algo no seu corpo que você quer mudar? Aquele detalhe que você olha no espelho e não o agrada, como uma orelha torta, um olhar de cansaço, a cabeleira rala... Pois a solução para esses problemas pode ser a cirurgia plástica.

O procedimento estético está deixando de ser tabu entre os homens, que cada vez mais entram na faca para melhorar a aparência. De acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), o número de caras que fazem plástica no país aumentou de 8% para 28% nos últimos dez anos. “O público masculino está perdendo a vergonha de realizar esse tipo de operação. Muitos homens vêm ao consultório com a parceira quando elas vão fazer alguma cirurgia. Aí, eles perguntam sobre os procedimentos e depois retornam para realizá-los”, diz Marcelo Nori Inada, especialista em cirurgia plástica pela Associação Médica Brasileira (AMB), em São Paulo. “Os homens quase sempre buscam modificações discretas. Não gostam de mostrar que fizeram plástica. Mas curtem quando são elogiados por terem melhorado a aparência”, completa Inada. A seguir, mostramos os principais procedimentos estéticos e como cada um pode levantar sua fachada.²⁰³

Na sequência, da página 50 a 96, a revista se dedicou a apresentar dezenas de dicas sobre como seu leitor poderia dar um *up* em sua “fachada”, as quais envolviam desde lipoaspiração, cirurgia de pálpebra, transplante capilar, redução de mamas, implante de silicone, otoplastia, rinoplastia, aplicação de toxina botulínica, preenchimento com ácido hialurônico, *peeling*, sem se esquecer dos procedimentos relacionados à barba, aos pelos corporais (“Não dê liberdade aos fios que nascem nas orelhas ou saem para fora do nariz: acerte-os com um aparador. Faça o mesmo com os pelos do peito que teimam em saltar pelo colarinho”²⁰⁴), sobrancelhas (“Elas dão moldura aos olhos e não devem chamar mais a atenção do que eles”²⁰⁵), dentes, cabelos e, claro, a pele – pois, “Pele áspera já era! Deixe-a nos trinques para acariciar a garota”.

Para cada parte e/ou região do corpo, há um tipo de cuidado e tratamento específico. E, felizmente, há um periódico como *Men’s Health* para apresentá-los *a mim, a você e a todos nós* para que possamos fazê-los e, finalmente, estarmos de bem com nós mesmos – até que surja outro tipo de tratamento e/ou a

²⁰³ Cf. nota 34.

²⁰⁴ Cf. nota 34.

²⁰⁵ Cf. nota 34.

“necessidade” de outra intervenção. E assim, como já dizia Debord, “quando o indivíduo já não consegue reconhecer nada sozinho, ele vai ser formalmente tranqüilizado pelo especialista”. (Debord, 2008, p. 179)

No Brasil, a blogueira Gabriela Pugliesi reluz como uma das maiores “especialistas” na pregação do *healthy style*, a “vida saudável”. Espécie de versão brasileira de Jen Selter, em sua página oficial da internet²⁰⁶, Pugliesi se descreve como alguém que, “assim como muita gente”, teve seus “problemas com peso e autoestima”, até que, um belo dia, percebeu “que gostaria de mudar”. Provavelmente nem ela poderia prever, mas ao resolver mostrar (ou exteriorizar) sua rotina de alimentação e exercícios em sua conta no *Instagram*, seu caminho rumo à fama começou a ser desbravado. “Quando comecei com redes sociais, ninguém publicava rotina no Instagram. Na época, as pessoas gostavam de postar fotos de paisagens, algo mais artístico”, disse, em tom de pioneirismo, em entrevista ao portal de notícias *GI*²⁰⁷. Na sequência, arrematou: “Quando completei mais ou menos 20 mil seguidores, me pararam na academia que eu frequentava na época e pediram uma foto. Foi aí que a ficha começou a cair”.

Ao expor mais que seus hábitos de dietas e treinos, mas também suas viagens, momentos de lazer e até mesmo seus dilemas amorosos, com direito a episódios de rompimentos e casamento, Gabriela Pigliesi sintetiza, por amálgama, os fenômenos coevos de exposição de intimidade e culto ao corpo em sua *persona*, tornando-a figura-modelo do fenômeno extertiorizante. Quiçá por esse motivo, em pouco tempo Pugliesi já havia se tornando o que no mundo da *web* se conhece como “influenciadora digital”. Seu perfil no *Instagram*, em dezembro de 2017, possuía 3,7 milhões de seguidores, ademais de 11 mil postagens. A mesma matéria do portal *GI* especulou ainda que seus ganhos alcançariam a marca de 200 mil reais por mês, maiormente por parcerias publicitárias e comerciais, algo que a blogueira não confirma (nem desmente).

Em outra rede social, o *YouTube*, Pugliesi frequentemente publica dicas de exercícios, o que em fevereiro de 2017 lhe rendeu uma denúncia do Conselho de

²⁰⁶ <<http://gabrielapugliesi.com/sobre/>>

²⁰⁷ NEVES, M. Gabriela Pugliesi se diz pioneira no Instagram: “Quando comecei, ninguém publicava rotina. Só tinha paisagens”. Influenciadora digital analisa mudança de posts, que rendem cifras como 3,5 milhões de seguidores e ganhos de até R\$ 200 mil por mês. *GI*, 1º ago. 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/gabriela-pugliesi-se-diz-pioneira-no-instagram-quando-comecei-ninguem-publicava-rotina-so-tinha-paisagens.ghtml>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

Educação Física ao Ministério Público por exercício ilegal da profissão. Não havia sido, entretanto, a primeira vez que Pugliesi enfrentava polêmicas dessa ordem. Em 2015, fora a vez do Conselho de Nutrição repudiar uma de suas declarações, na qual sugeria que as mulheres desejosas por emagrecer deveriam autorizar a melhor amiga a publicar suas *nudes*, isto é, fotos de seus corpos nus, caso abandonassem a dieta.

Em junho de 2013, em mais um dos muitos reconhecimentos de suas “contribuições” ao *healthy style*, Gabriela Pugliesi foi capa da *Women’s Health*, acompanhada do seguinte título: “Barriga & bumbum dos sonhos”. Outra revista que também cedeu seus espaços a Pugliesi foi *Boa Forma*, a qual igualmente destacou os atributos físicos da jovem.

Quer esta barriga?

Sim ou claro que sim? A musa Gabriela Pugliesi mostra a aula de abdominais antimonotonia dela, com exercícios diferentes e eficientes, para você desfilar de top por aí

Vem chegando mais um verão e Gabriela Pugliesi continua no topo do ranking das barrigas mais desejadas do Brasil. Que ela é malhadora aplicada e não economiza esforços para ficar em forma não é novidade. Mas o que ajuda a manter esse pique é sempre variar o treino. “A Gabi enjoa fácil dos exercícios. Por isso, de tempos em tempos, mudamos os estímulos para fugir da monotonia”, diz o preparador físico Thiago Parra, da BodyTech, em São Paulo, personal da nossa musa fitness. Ele selecionou os abdominais preferidos da blogueira e montou essa aula exclusiva para BOA FORMA. Detalhe: como não tem nenhum acessório, dá para fazer em qualquer lugar. Se você quer esta barriga, é só virar a página!²⁰⁸

Outra vez, o discurso de que o “corpo perfeito” só depende de você, de suas escolhas e de seus esforços! Talvez por isso, aliás, seja comum os periódicos que valorizam e vendem a “boa forma” separarem parte de seus espaços para a publicação de relatos de leitores, “modelos de esforço, dedicação e vontade”, que seguiram suas dicas e “chegaram lá”, deixando de se enquadrarem nas categorias dos “estultos” para as de “bom exemplo”.

Deivid Souza de Araújo, 24 anos, sempre fez questão de manter o shape em forma. Em 2012, entretanto, o brasiliense deixou uma situação ruim assolar a rotina. “Eu estava com dificuldade de pagar a faculdade de educação física e tive de largá-la”, lembra o gerente de loja. Fã de esportes, ele não aguentou o tranco e abandonou o muay thai e a musculação. “Também descontei minha frustração na

²⁰⁸ ACHÔA, Y. Quer esta barriga? **Boa Forma**, São Paulo, n. 336, p. 79, out. 2014.

comida e fui dos 88 kg aos 105 kg!” Foram 14 meses acumulando banha até conseguir driblar as dificuldades financeiras e retomar a facu. “De volta às aulas, recuperei o gosto pela vida e pelas atividades físicas.” O leitor acertou a alimentação também. E transformou o corpo: chegou a 90 kg em 6 meses.²⁰⁹

Dentre esses relatos, chamou-nos a atenção o de uma leitora de *Boa Forma*. No texto, a mulher elenca um conjunto de situações cotidianas em que os obesos se veem submetidos a uma série de constrangimentos. Tais situações podem até soar banais àqueles que possuem corpos “ajustados”, mas ecoam como verdadeiros desafios aos que “ousam” escapar do “bom físico”, qual o medo de entalar na catraca do ônibus, o de não lograr afivelar o cinto do avião, ou a dificuldade de encontrar peças de vestuário nas lojas, dentre outras, evidenciando-nos o quão difícil é – para não dizer sofrível – carregar o estigma de ter um corpo que a sociedade coeva não apenas condena ao status de “feio”, mas rejeita, ou ao menos parece fazer de tudo para recusar sua existência, enquanto presença.

Logo, se os “bons gestores do corpo” se tornam modelos a serem seguidos, o principal “bode expiatório”, ainda quando o assunto é corpo, é, de longe, aqueles que “fracassam” com essa obrigação: de modo direto, os que estão com “sobrepeso”. Todavia, os obesos parecem despertar atenção menos pelas dificuldades físicas a que estão submetidos e propensos (numa sociedade que não espera nada além da magreza de seus membros) do que pelos olhares de estranheza, torpor, pena e desconforto suscitados nas mais variadas e rotineiras ocasiões. Ou seja, mais pelos “impactos sociais” (e visuais) do que pelos problemas físicos que rotineiramente têm que enfrentar.

Os efeitos psicológicos dos mecanismos discriminatórios em relação aos obesos igualmente aparecem no texto, incluindo a narrativa de sensações de “fracasso” e “frustração”, fora o cansaço de dar “vexames”, demonstrando-nos o quanto esse discurso moralizante e hostil acaba introjetado e absorvido pelos sujeitos.

Fui uma criança fofa, uma adolescente gorda e uma adulta obesa. Desde muito cedo a comida deixou de ser uma fonte de energia e se transformou não só em uma válvula de escape para esquecer as coisas ruins como também em companheira para comemorar as coisas boas. Eu comia o tempo todo, sem pensar, com muita gula e velocidade. Aos 30 anos, depois de ter meu primeiro filho,

²⁰⁹ VILELLA, L. Volta por cima!: desmotivado com a vida, ele ganhou 17 kg de banha em 14 meses. Mas retomou o controle com gana: em 6 meses, limou 15 kg. *Men's Health*, São Paulo, n. 94, p. 20, fev. 2014.

atingi meu peso máximo: a balança marcava 127 quilos, o que me rotulava como obesa mórbida de nível três. Com todo esse peso, passei a viver em um verdadeiro filme de suspense. Na maioria das vezes, sem final feliz. Nunca sabia se entalaria na catraca do ônibus, se o cinto de segurança do avião iria fechar ou quanto tempo a cadeira em que sentava resistiria ao meu peso. Durante um almoço com os amigos, o banco onde eu estava sentada desmoronou. Fui ao chão, no meio do restaurante lotado, atraindo todos os olhares e provocando um silêncio esmagador. Gostaria de dizer que essa foi a primeira vez que passei por uma situação humilhante por causa do sobrepeso, mas não posso. Cansada de dar vexames no dia a dia, de não poder comprar uma roupa legal, de não conseguir amarrar os meus sapatos e da sensação de fracasso que carreguei durante anos, decidi reverter essa situação. Depois de inúmeras tentativas frustradas, marquei consulta com mais um endocrinologista e me matriculei em mais uma academia. A diferença é que finalmente eu estava determinada. O que pouca gente sabe é que a força de vontade funciona como um músculo. Quanto mais trabalhada, mais forte ela fica. Então, toda vez que consegui comer em um restaurante por quilo sem me servir da coxinha, ficava mais forte para não cometer deslizes no lanche. Sem muita determinação, teria sido impossível passar todas as provações e privações que foram necessárias. No início, tive que abrir mão do barzinho com os amigos, dos jantares nos restaurantes da moda, da barra de chocolate que me aguardava todo dia depois do jantar. Eu estava adoecendo e precisava me tratar. Passei a encarar a dieta e a academia como um tratamento, tão importante quanto o meu trabalho. E todo o esforço valeu a pena. Em um ano, sem usar remédios e recorrer a cirurgias, perdi 55 quilos e virei outra pessoa. Ganhei saúde e recuperei minha autoestima. Se antes eu passava pela mesa das pessoas derrubando os papéis que estavam nas beiradas, agora eu circulava livremente, sem receio de incomodar ninguém. Se antes eu precisava calcular exatamente a manobra que faria para passar pela roleta do escritório, de lado e na ponta dos pés, agora eu poderia seguir adiante sem me preocupar com isso. Se antes uma viagem de avião era sinônimo de permanecer como uma estátua durante todo o tempo do voo, agora eu conseguia até cruzar as pernas. E o melhor: não precisava mais pedir ao comissário um extensor para conseguir fechar o cinto de segurança. O dia a dia de um gordo, como muitos podem pensar, não é feito apenas de orgias calóricas. Está mais para uma verdadeira prova de obstáculos. E essa história não termina aí. Quem já lutou contra a balança sabe muito bem que essa é uma batalha diária. E sempre me supervisiono para não deixar que a comida volte a dominar minha vida. Emagrecer foi só a primeira prova de uma longa caminhada em busca de uma vida mais saudável e feliz.²¹⁰

Os obesos são, atualmente, as maiores representações do escape à ditadura do “fitness” (termo da língua inglesa que pode ser traduzido como “aptidão”, “capacidade”, “conveniência”, “boa condição física” e “oportunidade”). Estar acima do peso, na conjuntura do mundo ocidental contemporâneo, firma-se qual uma das grandes adversidades enfrentadas pelo indivíduo, um dos maiores “pecados” contra os sagrados e respeitáveis preceitos da vida saudável, representando uma “inconveniência”, uma “incapacidade”, uma “inaptidão”: são os “agentes de Satã” dos saudáveis.

²¹⁰ “Não tenho mais medo de entalar na catraca do ônibus”. **Boa Forma**, São Paulo, n. 323, p. 121-122, out. 2013. Eu consegui.

Quem bem o demonstra, através do uso da fotografia, é a estadunidense Haley Morris-Cafieiro, que sofre de obesidade. Sua estratégia é armar um tripé acoplado a uma câmera programada para disparar automaticamente. Embora o aparelho finja fotografar numa direção distinta da sua, ele justamente a capta, exatamente para flagrar as gozações que ela não consegue ver. O resultado é uma série de fotografias em que Haley se vê vítima de olhares discriminatórios, feições e risos desrespeitosos e, por fim, sendo depreciada até mesmo por policiais²¹¹.

Em síntese, o corpo gordo “fere” o estatuto do *helthism*. Ele dribla, escapa, foge da regra da vida saudável e de tudo aquilo que os discursos dominantes construíram acerca daquele que seria o físico belo e saudável, enquadrando-se na categoria dos estultos. Por isso é estigmatizado e figura como objeto de moralização. Ao mesmo tempo, o corpo gordo serve de estímulo aos “ajustados” para que mantenham sua rotina de “sacrifícios”, dietas e exercícios. Afinal, a autodisciplina imposta parece menos dolorosa do que as estigmatizações externas. O corpo gordo acaba servindo, pois, para lembrar aos *fitness* que a alternativa ao seu estilo de vida não é nada boa: é ser mais um ridicularizado em função da aparência, o que, em tempos de culto ao corpo, ou cultura do soma e de endeusamento dos músculos, não é nada fácil. A partir do medo da “inaptidão”, forma-se um fidedigno “vale tudo” pelo corpo e imagem “perfeitos”, com direito a caça não só por regimes e treinamentos, mas também por cirurgias - algo, como vimos, reforçado pelos discursos dos meios de comunicação hegemônicos.

5.3.

Um corpo sem limites?

Em 1891, o escritor britânico Oscar Wilde publicou, não sem muito escândalo, um dos seus mais célebres romances, ainda hoje apreciado pelos críticos de literatura mundo a fora, cujo enredo aborda a estória de um jovem dono de uma beleza capaz de fascinar àqueles que o cercavam, a ponto de vir a ser retratado num quadro: *O Retrato de Dorian Gray*. Acostumado a receber elogios em prol da aparência, Gray, no entanto, passa a temer que, com o inevitável passar do tempo, suas admiráveis feições se desmanchem diante do natural processo de envelhecimento da carne. Gray decide, então, tomar uma atitude extrema, movido

²¹¹ Seu trabalho está disponível em: <<http://haleymorriscafieiro.com/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

por seus ilimitados sentimentos de narcisismo e vaidade: pactua vender a própria alma em troca da obtenção desta que persiste como uma marcante obsessão também no contemporâneo: a eterna juventude. Desejo realizado, é a figura pintada no retrato que começa a envelhecer em seu lugar.

Apesar do caráter destemido do protagonista, de ignorar as eventuais implicações de suas ações em função da realização de sua vontade, o livro termina com tom nada eufórico: narra um Gray tão perdido em episódios alheios à moralidade da época que, arrependido, destrói seu próprio retrato, selando o fim trágico de seu pacto: no mesmo instante, Gray tanto morre quanto passa a assumir o aspecto horripilante outrora ostentado pela pintura.

Dorian Gray é simbólico no que concerne à relação entre, de um lado, a preocupação em demasia com a “boa aparência” e, de outro, com o que alguns indivíduos são capazes de fazer para alcançá-la e/ou mantê-la. Enquanto seu desenlace acena diretamente à lenda do grego Prometeu, duramente penalizado pelos deuses por ter entregado aos mortais o fogo sagrado, seu desenvolvimento faz clara alusão à lenda alemã de Fausto, imortalizada no famigerado romance de Johann Wolfgang von Goethe. Na narrativa, o protagonista, um cientista com a ideia fixa de sobrepujar os avanços tecnológicos de sua época, faz um acordo de sangue com um demônio em troca da manutenção de sua juventude. Ao final do “contrato”, porém, a besta retorna para lhe cobrar sua parte no acerto: levar consigo sua alma diretamente para o inferno.

Fora das páginas das novelas literárias, o “assombro do envelhecimento”, e o respectivo pavor de que com o desapiedado correr do tempo a tessitura da pele inevitavelmente abdique terreno às “terríveis” marcas da maturação, é enfrentado por uma multidão de sujeitos. Todavia, mesmo que “inevitável”, não quer dizer que a naturalidade do fato não possa ser “contornável”. Aliás, tornou-se “desejável” que tais características sejam realmente ajustadas pelo indivíduo, do contrário, no mínimo, o sujeito carregará consigo o desonroso estigma de ser um “relaxado”, um “estulto”. É o caso de outra figura literária, a qual por conta de uma vida castigada por eventos de malogros e necessidades de toda espécie desenvolveu trejeitos e modos masculinizados, tornando-se motivo de

ridicularizações na cidade nordestina onde vivia, arrebatando o “singelo” apelido de Luzia-Homem²¹².

Há de se considerar que se na época em que Dorian Gray e Luzia-Homem foram escritos ainda não desfrutavam os seres humanos dos cremes antienvelhecimento, géis antirrugas, máscaras faciais, *peeling*, *lasers* e do quinhão de outros tantos produtos e procedimentos estéticos que nos são ofertados hoje em dia, é também por que, fora as limitações técnicas, a ciência em geral, e a medicina em particular, tinha como viés básico não exatamente a preocupação com a aparência, e sim a busca pela cura. Em outras palavras, o restabelecimento da saúde. Não obstante, desde a modernidade recente, sobretudo no presente, houve uma espécie de reconfiguração no tabuleiro das prioridades das ciências médicas. Como efeito, presenciamos a crescente demanda por uma medicina que, evidentemente além de sanar as malesas da saúde, procure de modo pertinaz a derrubada de limites e barreiras, ademais da superação de processos físicos, mesmo se enquadrados dentro daquilo que se convencionou designar de “padrão de normalidade” do corpo humano.

No momento em que ambos os livros foram escritos, a tecnociência atravessava uma fase na qual era vista como “prometeica”, tomando de metáfora o mito grego de Prometeu anteriormente citado (Sibilia, 2002). Este fora um período no qual as “ciências da vida” se caracterizaram pela inquietação muito mais acentuada em corrigir aquilo que incomodava por ser tido como desvio de saúde ou caso patológico, sem deixar de se importar com as consequências que tais procedimentos corretivos pudessem acarretar, seja contra, seja a favor da vida. Entretanto, com o desenvolvimento das pesquisas científicas e a elevada tomada de conhecimento dos especialistas acerca do potencial das substâncias químicas e naturais, além do incremento dos mecanismos da nanotecnologia, este tipo tecnocientífico tornou-se ultrapassado e obsoleto, insurgindo, assim, outro modelo mais “compatível” com os valores do nosso tempo, exatamente por ajudar a responder a certos estímulos dos sujeitos, auxiliando-os a suprir, de algum modo, determinadas exigências e desejos que, na verdade, estão presentes em vários âmbitos de nossa sociedade: a saber, o domínio sobre o próprio corpo.

²¹² Romance do escritor brasileiro Domingos Olímpio, de 1903.

Não se suscita mais, portanto, a metáfora de Prometeu, mas sim a de Fausto. De tal forma, segue a era da “tecnociência fáustica” (Sibilia, 2002), período no qual a indústria da beleza se sobrepôs, de modo bastante visível e perceptível, ao (simples) restabelecimento da “normalidade prometeica”, fortalecendo a atual corrente de “medicina estética” e, por tabela, o brutal movimento de “culto ao corpo” imperante em nossa espetacularizada cultura.

É nessa cultura que os meios de comunicação parecem bramir o tempo todo a doutrina do “viva, seja feliz, mas respeite os imperativos da saúde”. Logo, “não atentar contra a própria saúde” parece ser o primeiro dos mandamentos desta nova tirania social. O atual movimento de “melhoria” do corpo, porém, não está circunscrito apenas ao seu “mero” embelezamento estético, apesar de que, como vimos, esse ser um cuidado “imprescindível” aos sujeitos contemporâneos. Todavia, em paralelo, vêm sendo desenvolvidos, notadamente nos laboratórios tecnicocientíficos, métodos e mais métodos que objetivam aperfeiçoar, inclusive, aquilo considerado normal à condição humana. Dito de outro modo, observamos o sucessivo aparecimento de técnicas que, de acordo com a promessa, permitiriam ao ser humano ir além de suas restrições e capacidades orgânicas, expandindo seu rol de possibilidades e/ou proezas ao ultrapassar barreiras, marcas, valores, medidas, ou o que quer que seja, entendidos como “naturais”.

Um dos pesquisadores mais entusiastas dessa corrente é o futurista estadunidense Raymond Kurzweil (2003). Em linhas gerais, para o autor, o corpo humano estaria rompendo as fronteiras entre a “escassa” e “obsoleta” *versão 1.0*, na qual predominariam as restrições provenientes da organicidade da vida, rumo a uma em que ditos entraves poderiam ser, senão totalmente solucionados, ao menos contornados. Eis a chamada *versão 2.0* do ser humano. Em artigo publicado no jornal *Folha de São Paulo*, Kurzweil afirma que

Nós não projetaremos o corpo humano versão 2.0 de uma só vez. Será um processo contínuo, que já está em andamento. Apesar de a versão 2.0 ser um grande projeto, que por fim resultará em uma melhora radical de todos os nossos sistemas, físicos e mentais, nós a implementaremos a um passo benigno de cada vez”.²¹³

²¹³ KURZWEIL, R. Ser humano versão 2.0. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 23 mar. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs2303200304.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

De acordo com Kurzweil (2003), essa “melhora” no corpo humano será possibilitada, sobretudo, pelos avanços na área da nanorrobótica, campo da ciência notório pelo desenvolvimento de partículas cada vez menores e mais aprimoradas, as quais conseguem exercer funções cada vez mais complexas. Na verdade, já é possível implantar muito mais do que nanorrobôs no organismo. Hoje, a tecnologia disponível permite que órgãos que não estejam em seu pleno funcionamento sejam suplantados por outros similares em versões artificiais. Em 2012, por exemplo, cientistas do Instituto do Coração do Texas, nos EUA, anunciaram a substituição de um coração por duas turbinas. “Foi-se o tempo em que você precisava das batidas do seu coração para viver”²¹⁴, dizia uma reportagem comentando o feito. E apesar de o paciente ter morrido poucas semanas depois do transplante ter sido realizado, os médicos atribuem o óbito a uma “doença subjacente”, pois “o dispositivo estava funcionando perfeitamente”.

De modo geral, os estudos relacionados com implantes ou substituições de partes do corpo humano vêm apresentando resultados promissores – na Carolina do Norte, EUA, cientistas têm usado até mesmo impressora 3D para “fabricarem” protótipos de rins -, indo desde as que empregam “materiais” como células-tronco, capazes de originarem diversos tipos celulares, já que ainda não passaram pelo processo de diferenciação celular, a aço inoxidável, titânio, cromo, cobalto, nylon, acrílico, cerâmicas, polietileno, silicone e mesmo PVC.

Comparadas com o que tem ocorrido nos vários laboratórios de pesquisa médica ao redor do mundo e diante de outras tantas possíveis intervenções tecnicocientíficas que poderíamos citar, essas ilustrações podem até serem simples e pontuais acerca da vasta dimensão do fenômeno. Contudo, são bastante elucidativas das novidades que visam a “aprimorar” o funcionamento dos órgãos e/ou mesmo a suprir partes do corpo, levando o homem a se tornar aos poucos “pós-orgânico” (Sibilia, 2002).

A codificação genética das espécies deu ainda mais oxigênio às pesquisas envolvendo experimentos e inovações tecnicocientíficas, pois, a nível científico, praticamente as simplificou a meras informações oriundas da numerosa combinação de seus genes. Com isso, deixaríamos a metáfora do “homem-

²¹⁴ Turbinas podem substituir coração humano. Médicos americanos trocaram órgão que falhava por dispositivo durável. **O Globo**, Rio de Janeiro, 27 mar. 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/saude/turbinas-podem-substituir-coracao-humano-4420302>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

máquina”, marcante às engrenagens das fábricas e à organicidade do corpo, para a do “homem-informação”, em consonância com os preceitos da vida digital e digitalizada (Sibilia, 2002), bem como nos aludimos cada vez mais aos termos informáticos para nos referirmos a nós mesmos, qual o par *corpo* e *alma* em menção ao *hardware* e *software*.

Mas, apesar de tanta euforia, o que aconteceria se, um dia, as informações armazenadas nas partículas eletrônicas introduzidas no corpo dos seres humanos – sejam nanorrobôs ou *chips* – escaparem do alcance dos pesquisadores, tornando-se públicas? Esse é o principal alerta levantado pelo cientista brasileiro Roberto Lent (2006). Lent chama atenção para o fato de que se por um lado tais dados podem se demonstrar muito úteis no que concerne à prevenção e ao tratamento de enfermidades e males, por outro, ao se tornarem públicos, poderão causar graves constrangimentos, já que todos os potenciais orgânicos do sujeito poderiam vir à tona, dentre eles a probabilidade de desenvolver determinado tipo de comportamento, podendo influenciar até mesmo sua escolha (ou não) a uma vaga de emprego.

Os avanços científicos já promoveram inovações consideradas impensáveis há apenas alguns anos, como o singular episódio, ocorrido em 2008, do “homem grávido”, divulgado pela mídia com enorme alvoroço. Na verdade, Thomas Beatie não era exatamente um homem, mas uma mulher que trocara de sexo e se casou com outra mulher. Porém, já que sua esposa não conseguia engravidar e como seu sistema reprodutor “original”, ou melhor, feminino, fora mantido, garantindo a estrutura orgânica necessária ao desenvolvimento de uma criança, Beatie decidiu carregar a gestação. Em tempo: o procedimento foi tão bem sucedido que Thomas e sua esposa tiveram três filhos dessa maneira.

Outros caminhos desbravados pelos avanços tecnológicos, no que diz respeito à maternidade, são a geração de fetos em laboratórios, os “bebês de proveta”, o congelamento de óvulos pela mulher em idade fértil para posterior utilização, prática que tem se tornado relativamente comum, e ainda as inseminações em barrigas de aluguel, questão que segue suscitando sérias rixas de ordem ética, pois além de representar uma oportunidade aos casais que não conseguem engravidar, cria igualmente a possibilidade de se ter um filho considerado biológico sem os impactos causados no corpo da gestante: e se no

futuro as mulheres desistirem de cultivarem a gestação em prol da conservação do corpo e da forma?

Em todo caso, às desejosas por carregarem uma gravidez natural, e ao mesmo tempo aflitas para com a manutenção da “boa forma”, há uma excelente notícia: cresce a oferta de cirurgiões que oferecem a modalidade de “plástica pós-parto”. Conforme o nome sugere, trata-se da realização de cirurgia plástica após o nascimento da criança no corpo da mãe. O “problema” é que a maioria dos especialistas recomenda um período de “vacância”, variável entre seis a doze meses depois do parto para que sejam realizados os procedimentos, como lipoaspiração e abdominoplastia.

Outra questão controversa é a possibilidade de escolha das características físicas dos bebês. O 1º *Relatório de Amostras Seminais para uso em Reprodução Humana Assistida*, publicado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária, ANVISA, em 2017, revelou dados perturbadores: 52% dos brasileiros que requereram importação de sêmen entre 2014 e 2016 solicitaram que o doador tivesse olhos azuis; 95%, que fossem brancos. Não houve nenhuma amostra de doador negro²¹⁵. Ao escolherem atributos físicos desejados em seus filhos (como o tipo de cabelo, a cor dos olhos, o tom da pele etc.), não seria, então, o caso de nos perguntarmos se não estariam os serem humanos comprando bebês ao encomendá-los em laboratórios? Isso representaria um enorme risco no que concerne ao reaparecimento da eugenia, técnica de “limpeza” e “purificação” genética praticada pelos nazistas na primeira metade do século passado.

Hoje, entretanto, parece que vivemos uma espécie de “versão pós-moderna” da eugenia. Pois, presentemente, é o próprio indivíduo que busca, ele mesmo, fazer as alterações em seu corpo, procurando por auxílio, principalmente nos consultórios dos cirurgiões plásticos. Dentre os procedimentos com fins estéticos, nenhum parece mais popularizado (ou banalizado?) do que a cirurgia plástica. O Brasil desponta como o segundo país do mundo em número de operações realizadas, ficando atrás apenas dos EUA. Em 2015, foram feitas 1.224.300 cirurgias no país, média aproximada de 3.354 por dia. Bem verdade que

²¹⁵ AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (Brasil). **1º Relatório de Amostras Seminais para uso em Reprodução Humana Assistida**. Brasília, 2017. 19 p. Disponível em: <[http://portal.anvisa.gov.br/documents/33840/3484451/1%C2%B0+Relat%C3%B3rio+de+Importa%C3%A7%C3%A3o+de+Amostras+Seminais+para+uso+em+Reprodu%C3%A7%C3%A3o+Hu](http://portal.anvisa.gov.br/documents/33840/3484451/1%C2%B0+Relat%C3%B3rio+de+Importa%C3%A7%C3%A3o+de+Amostras+Seminais+para+uso+em+Reprodu%C3%A7%C3%A3o+Humana+Assistida/33c91fcf-18bb-4825-b659-a8a45053113f)>. Acesso em: 25 jun. 2018.

os números estão abaixo do pico registrado em 2013, quando foram feitas 1,49 milhão de cirurgias, mas, ainda assim, segue muito à frente do terceiro colocado, México, com 461.544. Dentre os procedimentos mais realizados no território brasileiro, o carro-chefe é a lipoaspiração (182.765), seguido por implante de silicone nos seios (158.950) e cirurgia nas pálpebras (143.165)²¹⁶.

Ainda no Brasil, país famoso pelo culto ao corpo o ano inteiro (seja nas praias, na passarela do Carnaval ou em qualquer lugar), em se tratando de intervenção cirúrgica, um dos primeiros nomes que prontamente ressoam é o da ex-modelo Ângela Bismark, casada com um cirurgião plástico (e viúva de outro “escultor do corpo”). Segundo estimativas, Ângela já encarou o bisturi 43 vezes, sendo a última uma himenoplastia. Em que consiste o procedimento? Trata-se da reconstituição do hímen, segundo Bismark para lhe trazer de volta a “virgindade” e ser, sucessivamente, “desvirginada” pelo marido.

A nível mundial, dois casos costumam se sobressair: um é o de Valeria Lukyanova, nascida em 1985 na Moldávia, e que, apesar da pouca idade, já enfrentou diversos procedimentos plásticos (ao custo de milhares de dólares) com o fito de se tornar a “Barbie humana”. O outro é o de Justin Jedlica, estadunidense nascido em 1980 que, segundo o *Daily Mail*, teria gastado (ou investido?) o equivalente a mais de 560 mil dólares em cerca de 550 cirurgias para se tornar a versão “humana” do boneco Ken²¹⁷. Para Jedlica, entretanto, suas intervenções se assemelham a um “trabalho artístico”. Em entrevista, declarou: “Você pediria para Picasso deixar de pintar? Esse é o meu hobby. Eu escolhi criar e esculpir por meio da cirurgia”²¹⁸. Jedlica ainda considera suas operações mais vantajosas do que as intensas e cansativas rotinas de exercícios, levadas a cabo por um verdadeiro batalhão de sujeitos pelo globo, já que a musculação “é uma dor de

²¹⁶ LENHARO, M. Cai número de plásticas no Brasil, mas país ainda é 2º no ranking, diz estudo: dados são da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica e Estética (Isaps). Em 2015, Brasil registrou 1.224.300 de cirurgias, atrás somente dos EUA. **G1**, São Paulo, 27 ago. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2016/08/cai-numero-de-plasticas-no-brasil-mas-pais-ainda-e-2-no-ranking-diz-estudo.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

²¹⁷ LINNING, S. “Human Ken doll” spends \$21,000 on new procedure to replace the WING implants in his back with a smaller set -bringing his total plastic surgery costs to an eye-watering \$560,000. **Mail Online**, 20 out. 2017. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-5000156/Human-Ken-doll-spends-21-000-new-implants.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

²¹⁸ MOREIRA, F. “Ken humano”: cirurgia sai mais barato que frequentar academia. **O Globo**, 13 fev. 2013. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/pagenotfound/post/ken-humano-cirurgia-sai-mais-barato-que-frequentar-academia-486190.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

longo prazo para um ganho de longo prazo. O que estou fazendo é dor de curto prazo para ganho de curto prazo”.

Se Lukyanova, Jedlica e “outros” tantos mundo afora se entregam a uma penca de operações almejando o *sobre-humano* “físico perfeito” (ou aquele que assim o creem), há de se registrar que nem todos que se submetem aos procedimentos de cirurgias plásticas o visam por tais motivos, ou ainda por questões de reparação ou constituição. Fora o caso do cantor Michael Jackson. Traumatizado pela rígida educação imposta pelo pai, Joseph Jackson, o cantor encontrou na medicina um modo bastante peculiar de lidar com seus anseios e medos. Em vez de seções com psicólogos, psicanalistas, terapeutas ou psiquiatras, Michael recorreu a cirurgiões plásticos ao constatar aquilo que se converteu num dos seus maiores temores: ver-se com a aparência similar a de seu pai.

Horrorizado com a hipótese de ser semelhante a um homem que julgava ser “ruim”, o “Rei do pop” empreendeu uma série de operações plásticas em seu rosto, especialmente no nariz, desmanchando seus traços faciais naturais por feições mais “suavizadas”. Por ironia, a primeira cirurgia do cantor se deu quando o astro quebrou o nariz em virtude de uma queda. A partir dessa operação, entretanto, Michael se submeteu a inúmeras outras interferências - às vezes as fazia para se afastar da semelhança de Joseph, outras pois sua respiração estava prejudicada, ou mesmo para corrigir eventuais falhas das precedentes, caindo num círculo vicioso. Na biografia do cantor, escrita pelo jornalista Taraborrelli (2009), um dos trechos afirma que Michael passou por pelo menos dez cirurgias. O autor ainda diz que “por anos e anos, cirurgiões plásticos não ligados ao caso especulavam se seu nariz – que faz lembrar o de um duende - é feito de cartilagem, osso ou látex”. (Taraborrelli, 2009, p. 418) Sobre cirurgias plásticas, Michael declarou que “não é nada demais [...] Depois da primeira, nem dói mais tanto assim. Depois que você tiver feito, não vai conseguir parar de se olhar no espelho, de tão satisfeito”. (Taraborrelli, 2009, p. 339)

Com o crescimento no número de casos de intromissões médicas com o fito unicamente estético, muitos já se indagam sobre qual seria o modo mais “acertado” de se realizar premiações em concursos de beleza: afinal, seria ou não equivocado recompensar a “beleza artificial”, idealizada e comprada em consultórios, em prol dos candidatos “naturais” ou “não-plastificados”? (Em todos os casos, parece haver a necessidade de se premiar ou laurear àqueles cuja beleza

se destaca dos “demais”). Em 2010, um episódio no *Mister Brasil*, versão masculina do *Miss Brasil*, chamou atenção: o gaúcho Jonas Sulzbach, também participante da décima segunda edição do *Big Brother Brasil*, sagrou-se vitorioso mesmo tendo feito uma cirurgia para alterar o formato de seu nariz. Já Priscila Machado, eleita *Miss Brasil 2011* e segundo lugar no *Miss Universo* do mesmo ano, admitiu ter se submetido a intervenções com finalidades estéticas. Em seu caso, contudo, foram três os procedimentos: rinoplastia, lipoaspiração e implante de silicone.

Intentando resolver tal dilema, a Hungria deu um arrojado passo ao sediar, em 2010, um evento no qual apenas mulheres que haviam se submetido a alguma espécie de cirurgia plástica podiam se inscrever: o *Miss Plástica* (quem sabe, dependendo do sucesso, daqui a pouco os organizadores não lançam sua versão masculina). Na ocasião, Timea Kertesz, uma das concorrentes, revelou numa entrevista que começou a fazer plástica aos 17 anos, quando “convenci minha mãe a me deixar operar as orelhas de abano. De repente, descobri que havia me tornado muito mais confiante. Daquele momento em diante, nunca mais parei de melhorar aquilo que a natureza me deu”²¹⁹.

Eis a materialização de uma das maiores ponderações (ou temores?) dos especialistas em cirurgia plástica: a vulgarização das operações de um modo tal que em vez de objetivarem sanar alguma malesa, como reparações por mutilação ou deformação, vêm sendo realizadas com o intuito quase único de melhorar a autoestima dos operados e/ou pelo pretexto de superar o “outro” em aparência, fomentando um perigoso círculo vicioso, tanto de valorização da imagem e de exteriorização dos sentimentos, quanto de frustração, já que a satisfação dificilmente pode ser mantida por muito tempo, se é que atingida. Pois, se a cada instante que o indivíduo se sentir cabisbaixo em virtude de seu visual deliberar-se por uma operação, em pouco tempo estaria projetando sua estima em razão da própria aparência – o que, convenhamos, talvez já esteja em vigor.

Consoante ponderado por Alain Ehrenberg,

²¹⁹ Concurso na Hungria vai coroar a Miss Plástica: só podem concorrer ao título mulheres que já passaram por intervenções cirúrgicas. **R7**, 23 nov. 2010. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/moda-e-beleza/noticias/concurso-na-hungria-vai-coroar-a-miss-plastica-20101123.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

hoje, cada um, independentemente de onde venha, deve realizar a *façanha* de *tornar-se* alguém por meio de sua própria singularização. Essa exigência implica não em uma identificação com um modelo superior estabelecido *a priori*, mas – com o pobre sendo livrado de sua indigência e o capitalista do capital – em forjar seu próprio modelo: ser bem-sucedido em ser alguém é empreender tornar-se si mesmo. (Ehrenberg, 2010, p. 172)

O que parece, todavia, é que o indivíduo contemporâneo, movido pelo temor de ser diferente, ou melhor, fora do padrão do *fitness*, e com isso desacreditado, descobriu na cirurgia plástica uma finalidade “em si mesma” para “tornar-se si mesmo”. Mas ele não pode ser unicamente responsabilizado, pois tais procedimentos estão cada vez mais difundidos e alardeados por uma mídia sôfrega por encontrar, estampar e exibir corpos e mais corpos no mais próximo possível do que considera perfeito e, prontamente, instiga-nos a adotá-los como norma. Meios para tanto é o que não faltam: semanalmente brotam pilhas de revistas com “revolucionárias” dietas, que contam histórias de sujeitos exitosos na perda do peso desejado, que ensinam a melhor maneira de se alimentar, que revelam quantas vezes deve-se mastigar o alimento antes de engoli-lo etc., em matérias do tipo “Beleza em cápsulas. Será que funciona?”²²⁰ e “As novas pílulas naturais para emagrecer”, que “Tiram a fome” e ainda “Queimam a gordura”²²¹.

Porém, por que causa, motivo, razão ou circunstância a sociedade atual imputa tanto apreço ao corpo, à beleza e à estética, a ponto de convertê-los em sinal de prestígio e de uma vida bem-sucedida? Fundamentalmente, nesta desenfreada corrida pela imagem “ideal”, ninguém parece querer “ficar para trás” e carregar o nada sutil peso dos olhares de reprovação alheios. De tal forma, segundo asseveração de Jean-Jacques Courtine (1993), em seu estudo a respeito do fenômeno da explosão fisiculturista nos EUA, ao se alastrar pelo imaginário social, o corpo e, sobretudo, a aparência, vão se consolidando como poderosos instrumentos de poder, pois “a beleza é um capital, a força, um investimento”. (Courtine, 1993, p. 98)

Não se trata, entretanto, de uma força qualquer, ou àquela com a qual os indivíduos do século XX se habituaram a conceber, já que não estamos mais falando sobre uma força útil para mover as engrenagens das máquinas industriais ou empregada em trabalhos de atividade operária e/ou manufatureira, e sim de

²²⁰ Beleza em cápsulas: será que funciona? **Boa Forma**, São Paulo, n. 314, jan. 2013. Capa.

²²¹ As novas pílulas naturais para emagrecer. **Boa Forma**, São Paulo, n. 315, fev. 2013. Capa.

uma força destinada a ser exibida, ostentada e admirada por seus contornos, pincelada por visíveis e delineados músculos estampados na pele. Eis uma força imagética, a qual não deve se desgastar em afazeres manuais, típicos da sociedade disciplinar, enquadrada, por sua vez, dentro dos ditames da sociedade espetacular, impressa, pois, em revistas, anúncios publicitários, exibida em programas de televisão ou mesmo em ensaios sensuais. Trata-se de “insólitas massas musculares, puramente decorativas, que não servem para correr, nem para arremessar, e que rompem assim com tudo aquilo que, dentro da lógica esportiva, associa músculo a movimento. Impressionantes afrontamentos em pesadas coreografias, duelos de imagens sem contato nem violência, puras lutas de aparências”. (Courtine, 1993, p. 83)

Em outro trecho, Courtine arremata afirmando que “cada indivíduo torna-se, então, o gestor de seu próprio corpo” (Courtine, 1993, p. 86), associando tanto o corpo à linguagem empresarial e esportiva, quanto reafirmando a privatização das responsabilidades. Dito de outra forma, isso significa que hoje qualquer sinal de flacidez confere, no mínimo, um motivo de inquietação, desconforto e ansiedade, uma “aberração” que apenas tenha surgido deve ser imediatamente tratada e expurgada.

Em mais uma moralizante demonstração midiática de incitação à (boa) “administração corporal”, reportagem da revista *Boa Forma* abordou aquilo que vem sendo designado de “ageless”, isto é, os “sem idade”. “Mulheres de 20, 30, 40, 50 anos ou mais pertencem hoje a uma mesma geração: a da beleza sem idade, que chegou com o avanço da medicina em todas as áreas”²²², diz *Boa Forma*. Embora a matéria foque especificamente nas mulheres, o termo alude aos cuidados corporais empreendidos não apenas por elas, sendo, por isso, estendível aos homens. Em linhas gerais, a expressão se refere aos indivíduos que investem em “tratar bem o corpo sempre”, adotando “bons hábitos de vida” e mantendo-se ativos ainda que com o passar do tempo, aparentando menos idade do que aquela que realmente têm e logrando mais disposição do que aquela que as gerações anteriores apresentavam na mesma faixa etária. Em síntese, temos indivíduos que acabam “envelhecendo melhor do que a geração passada”.

²²² KEDOUK, M. Quantos anos será que elas têm? *Boa Forma*, São Paulo, n. 324, p. 107 et. seq, nov. 2013.

Mudamos o significado do verbo envelhecer. Agora, no nosso dicionário, ele quer dizer valorizar o que há de melhor em cada fase da vida e tratar bem o corpo sempre. Independentemente do que está escrito no RG, o que vale é como cada mulher se sente e, como consequência, aparenta – e muito disso vem de bons hábitos de vida (alimentação equilibrada e atividade física frequente, entre eles). O conceito é tão forte no mundo todo que existe até uma expressão em inglês para defini-lo: *ageless* (sem idade). Há menos de um século, vivíamos apenas 30 ou 40 anos. Era comum as mulheres morrerem no parto do quinto filho”, observa a antropóloga Mirian Goldenberg, que lançou mês passado o livro *A Bela Velhice* (Editora Record). “Hoje, dá para chegar muito bem até os 90 anos, ser mais livre, ter menos filhos, conquistar independência financeira, sair e se divertir com as amigas, viajar, estudar, trabalhar, fazer projetos e descobertas.” Para Mirian, o que diferencia a geração atual das passadas é que as mulheres hoje “não se aposentam de si mesmas”, continuam com planos e projetos de vida e rejeitam o estereótipo da senhorinha de cabelos grisalhos. Veja a atriz Meryl Streep: aos 64 anos, ela não chega nem perto da imagem da mulher fazendo tricô. Justamente por isso estamos envelhecendo melhor do que a geração passada. Com a perspectiva de um futuro produtivo, nos cuidamos mais (e começamos a fazer isso mais cedo, ainda bem), o que garante chegar aos 60 anos com tudo em cima. A questão é saber dosar as expectativas e perceber que, às vezes, o excesso de vaidade é sinônimo de falta de autoestima.²²³

Ainda de acordo com *Boa Forma*, o segredo dos *ageless* seria “Fazer dos pequenos cuidados um grande hábito” e saber utilizar-se dos avanços no campo da dermatologia, sejam procedimentos, sejam produtos, de acordo com suas necessidades. Em suma, o “segredo” da boa aparência provém notadamente da junção entre alimentação, exercícios e cuidados dermatológicos. Em outras palavras, vemos, novamente, o discurso moralizante de que a aparência corporal e o bem-estar físico e mental dependem, sobretudo, de *você*, de sua *vontade* e de suas *escolhas* em moldá-la e deixá-la apreciável. Logo, em “geri-la”.

Há de se resaltar que a matéria termina fazendo um alerta: a padronização do ideal de beleza – algo que, paradoxalmente, a própria revista parece estimular em seus discursos, com textos nos quais valoriza o corpo magro e/ou torneado, associando-o a sinônimo de beleza. Separamos alguns exemplos extraídos da revista *Boa Forma*: “-6kg em 1 mês com a dieta da proteína magra”²²⁴, “Exercícios top para bumbum perfeito (ao ar livre, na academia, em casa)”²²⁵ e “A ciência comprova: iogurte emagrece”²²⁶; “85 produtos de beleza que você precisa

²²³ Cf. nota 222.

²²⁴ Menos 6kg em 1 mês com a dieta da proteína magra. **Boa Forma**, São Paulo, n. 316, mar. 2013. Capa.

²²⁵ Exercícios top para bumbum perfeito (ao ar livre, na academia, em casa). **Boa Forma**, São Paulo, n. 316, mar. 2013. Capa.

²²⁶ A ciência comprova: iogurte emagrece. **Boa Forma**, São Paulo, n. 316, mar. 2013. Capa.

conhecer”²²⁷ e “Seque 4 kg e desinche com a dieta do suco verde”²²⁸; “Perca os últimos 3 kg com a dieta queima-gordura”²²⁹, “+ 15 min de malhação = resultado em dobro!”²³⁰ e “Desafio da corrida: derreta 8 kg e vire fera na pista”²³¹, etc.

O mesmo pode ser dito em relação às outras duas revistas do grupo Abril pertencentes ao nosso *corpus*: *Women’s Health* – “24 Horas pra ficar mais jovem e saudável”²³²; “Barriga seca já!”²³³; “Corpo que você quer no tempo que você tem”²³⁴; “Barriga & bumbum dos sonhos”²³⁵, “10 movimentos que derretem a gordura”²³⁶ e “Dá pra ficar magra num mundo gordo?”²³⁷ -, e *Men’s Health* – “Comece o ano em forma! 5 treinos curtos para ficar sarado em 1 mês”²³⁸; “Corpo sarado em 1 mês! Treino de atleta e menu nota 10 para você ganhar 6 kg de músculo a jato”²³⁹; “Guia de nutrição antipança”, “18 jeitos de ficar mais atraente”²⁴⁰, etc.

Contudo, nem todos os sujeitos se interessam por se cuidarem a partir das intervenções ou criações da tecnociência. Em paralelo, cresce a corrente que demanda por tratamentos alternativos com o escopo de obter o cobiçado “bem-estar” da maneira mais natural possível, consoante prega o discurso do médico Alberto Gonzalez, famoso por optar pelo uso de remédios feitos com ingredientes orgânicos e por elaborar a “dieta viva”, regime alimentar que promete restabelecer o bem-estar físico e retardar a velhice, o que lhe garantiu bons espaços nos meios de comunicação. Para isso, o médico propõe a ingestão de alimentos em estado

²²⁷ Oitenta e cinco produtos de beleza que você precisa conhecer. **Boa Forma**, São Paulo, n. 317, abr. 2013. Capa.

²²⁸ Seque 4 kg e desinche com a dieta do suco verde. **Boa Forma**, São Paulo, n. 317, abr. 2013. Capa.

²²⁹ Perca os últimos 3 kg com a dieta queima-gordura. **Boa Forma**, São Paulo, n. 318, maio 2013. Capa.

²³⁰ Mais 15 min de malhação = resultado em dobro! **Boa Forma**, São Paulo, n. 318, maio 2013. Capa.

²³¹ Desafio da corrida: derreta 8 kg e vire fera na pista. **Boa Forma**, São Paulo, n. 318, maio 2013. Capa.

²³² Vinte e quatro horas pra ficar mais jovem e saudável. **Women’s Health**, São Paulo, n. 53, fev. 2013. Capa.

²³³ Barriga seca já! **Women’s Health**, São Paulo, n. 54, mar. 2013. Capa.

²³⁴ Corpo que você quer no tempo que você tem. **Women’s Health**, São Paulo, n. 56, maio 2013. Capa.

²³⁵ Barriga & bumbum dos sonhos. **Women’s Health**, São Paulo, n. 57, jun. 2013. Capa.

²³⁶ Dez movimentos que derretem a gordura. **Women’s Health**, São Paulo, jun. 2013. Capa.

²³⁷ Dá pra ficar magra num mundo gordo? **Women’s Health**, São Paulo, n. 57, jun. 2013. Capa.

²³⁸ Comece o ano em forma!: 5 treinos curtos para ficar sarado em 1 mês. **Men’s Health**, São Paulo, n. 81, jan. 2013. Capa.

²³⁹ Corpo sarado em 1 mês!: treino de atleta e menu nota 10 para você ganhar 6 kg de músculo a jato. **Men’s Health**, São Paulo, n. 85, maio 2013. Capa.

²⁴⁰ Dezoito jeitos de ficar mais atraente. **Men’s Health**, São Paulo, n. 88, ago. 2013. Capa.

natural, ou seja, nunca cozidos, fritos ou assados, no máximo aquecidos, afirmando que certas combinações podem vir a suprir, inclusive, a necessidade do consumo de determinados medicamentos. Bem diferente do que vem sendo proporcionado pela ciência, quais os alimentos que “enganam” o organismo, como adoçantes e produtos dietéticos ou *lights*, ademais dos complexos e suplementos alimentares, alguns dos quais até já induziram consumidores à morte, caso do *Jack3d*.

Na síntese de Anthony Giddens,

o que se come é uma escolha do estilo de vida, influenciado, e construído, por um imenso número de livros de culinária, tratados médicos populares, guias nutricionais etc. Causa algum espanto que tais distúrbios afetem principalmente as mulheres, particularmente as mais jovens? A dieta associa a aparência física, a autoidentidade e a sexualidade no contexto das mudanças sociais que os indivíduos lutam para enfrentar. (Giddens, 1993, p. 43)

Isto é, novamente nos deparamos com o argumento de que o fenômeno contemporâneo do culto ao corpo é atravessado, também, pelas máculas das desigualdades sociais e econômicas. Afinal, manter uma alimentação dita saudável e balanceada, condição quase indispensável ao alcance da “boa forma”, exige a disponibilidade de certos recursos financeiros, nem sempre ao alcance de boa parte da população. Considerando, ainda, que nem todos dispõem de recursos para frequentar academias de ginástica e tampouco para utilizar os dermocosméticos ou ter acesso aos serviços estéticos no cuidado pessoal do dia a dia, pode-se conjecturar que se trata de um movimento consumista acessível basicamente a partir das classes medianas.

Ainda assim, o fato é que atualmente (quase) ninguém parece não se incomodar com a aparência, em maior ou menor grau. Logo, cuidar-se e demonstrar-se saudável, ou de bem consigo mesmo, torna-se uma verdadeira estratégia de sobrevivência nas selvas urbanas das sociedades contemporâneas. O melhor modo, todavia, de não ser estigmatizado ou despertar a “atenção negativa” passa a buscar “ser como todos”, paradoxalmente ao incitamento do discurso publicitário, em especial, de que deveríamos “ser diferentes de todos”, únicos. Lembrando, porém, que nem todos têm acesso financeiro para “ser como todos”...

Não se pode deixar de tecer uma última consideração sobre o tema. Neste princípio do século XXI, tão importante quanto se conservar jovem na aparência e/ou no aspecto é manter-se jovem no “espírito”. Isto é, comportar-se de maneira irreverente, inovadora, surpreendente, por vezes rebelde, buscando a intermitente e constante renovação de si mesmo. A “tirania da juventude”, portanto, exige um pouco mais além dos cuidados com a forma física e com a beleza estética. Determina, outrossim, um permanente comprometimento com as adaptações socioculturais presenciadas, com a adesão às ideias do momento e o acompanhamento dos modismos e costumes considerados “descolados”: “ter a mente aberta”.

Conclusão

... ao fazer do corpo um alter ego, a afirmação de uma identidade provisória, corremos um risco enorme. Na nossa cultura somática, a aparência virou essência, os “condenados da aparência” são privados da capacidade de fingir, de dissimular, de esconder os sentimentos, as intenções, os segredos, uma capacidade presente na cultura da intimidade que se tornou obsoleta. Hoje, sou o que aparento e estou, portanto, exposto ao olhar do outro, sem lugar para me esconder, me refugiar; estou totalmente à mercê do outro, já que o que existe (o corpo que é também o *self*) está à mostra. Somos vulneráveis ao olhar do outro, mas ao mesmo tempo precisamos do seu olhar, precisamos ser percebidos, senão não existimos. (Ortega, 2008, p. 43)

Nestes anos que abrem o século XXI, *somos o que parecemos ser?* Talvez, seja essa a lógica suprema da cultura espetacular em que nos encontramos imersos, uma cultura que fez da aparência *essência*, do corpo *espelho do eu* e de ambos uma *marca*: o eu de cada um vê-se convertido em mercadoria, a qual, como quaisquer outras mercadorias expostas e à venda, necessita ser vista e, melhor ainda, consumida para existir. Pois, se um produto ou serviço não é consumido, é de se esperar que saia das linhas industriais de produção ou do cardápio de opções dos prestadores de serviço. Afinal, por que insistir em algo que não é desejável e/ou demandável, que não é consumido ou requerido?

Com os indivíduos o nexos é mais ou menos similar: aquele que quiser manter-se atraente à captura e ao consumo pelo olhar do outro deve descobrir-se desejável e demandável. Se não, cairá na desprestigiada sina do anonimato. O mesmo vale quando ponderamos a respeito do mercado de trabalho, já que para ser absorvido pelo sistema é preciso ser visto como explorável, isto é, lucrativo ao capital. Do contrário, muito provavelmente é engordar as estatísticas do desemprego, algo que, infelizmente, vem se tornando cada vez mais regra que exceção, mais permanente que temporário.

Não é de hoje, porém, que a cultura espetacular impera no âmbito sociocultural. Impera, a propósito, não é expressão exagerada ou descabida. Basta mirarmos a quantidade de publicações que abordam a vida alheia, o montante de sujeitos que buscam o estrelato, seja no *YouTube* ou demais redes sociais, seja na televisão, no cinema, na música, nas outras artes, no esporte etc., havendo ainda a

possibilidade de sê-lo por meio de carreira política - não à toa a enxurrada de celebridades, sub-celebridades ou personalidades da mídia quaisquer correndo nas eleições. Muitos se veem perplexos com a diversidade, com o leque de opções e possibilidades proporcionados pelo mundo do espetáculo. O “suposto” homicida O. J. Simpson já era famoso na ocasião do “hipotético” crime, mas a parricida Susana von Richthofen e o traficante carioca Rogério 157, para citarmos apenas dois episódios do repertório nacional, volveram-se *personas* relativamente conhecidas e reconhecíveis em função de seus delitos – no caso do traficante, os policiais que o detiveram fizeram questão de posarem em sorridentes *selfies* ao seu lado, tendo sido as fotografias divulgadas em redes sociais, e, com alarido, noticiadas pela imprensa.

Ao longo deste trabalho, colocamos em diálogo dois diferentes momentos históricos, com suas distintas conjunturas: partimos principalmente do século XIX, período no qual a privacidade era resguardada ao máximo pelos sujeitos, num contexto em que se salientavam as “tirantias da intimidade” (Sennett, 1995), aos dias que nos contemporizam, quando a outrora sufocante vida íntima vê-se convertida em ferramenta de exposição de si e instrumento para a captura da atenção alheia, já dentro do cenário das “tirantias da visibilidade” (Sibilia, 2008). Para que essa transição ocorresse, porém, várias transformações de nível social, econômico, político, ideológico e cultural tiveram que se suceder. Por exemplo, o declínio da “disciplina” (Foucault, 1987) em favor do “controle” (Deleuze, 1992), na década de 1960, o desmantelamento do Estado do bem-estar social pelo neoliberalismo, nos anos 1970, e a consolidação da “sociedade do espetáculo” (Debord, 2008), na segunda metade do século passado, dentre outras já elencadas nas páginas antecedentes.

Ao confrontarmos os períodos ponderados – as transições entre os séculos XIX-XX e XX-XXI -, percebemos que a exteriorização atuou de maneira diferenciada em cada um d’eles. Analisando especialmente o panorama do Brasil, se num primeiro momento o outro costumava ser exposto pelos periódicos nacionais basicamente em função de “faltas” ou “deslizes” de comportamento – dentro dos preceitos daquilo que se convém chamar de “moral burguesa” -, muito em parte pelo clima provinciano e conservador ainda bastante arraigados nas cidades brasileiras, com o claro objetivo de constrangê-lo ou moralizá-lo,

atualmente parece prevalecer um movimento no qual é o próprio sujeito que se expõe, com o notório pretexto de atrair a atenção de outrem: a autoexposição.

Eis a passagem do predomínio da *exteriorização passiva*, quando alguém, como a imprensa, exhibe terceiros, à *exteriorização ativa*, quando o próprio indivíduo exhibe a si mesmo, algo incomum durante o século XIX e primeira metade do XX. E não apenas por uma questão de inexistência de espaços para tanto, mas porque os juízos em voga pregavam precisamente um tipo de comportamento oposto, isto é, a interiorização e a discrição dos assuntos relacionados à vida íntima. Cabe ressaltar que embora hoje predomine a vertente ativa da exteriorização, as duas formas convivem lado a lado. Afinal, em concomitância com as autoexposições, a mídia segue impávida com seu árduo trabalho de mostrar (quando não escancarar) a vida alheia em seus discursos e difusões, mesmo sem o consentimento do indivíduo.

Por conseguinte, revistas e demais publicações da imprensa divulgam peripécias privadas da biografia alheia quais genuínos fatos jornalísticos. O diferencial é que, agora, o mais comum é que tais publicações tragam a público acontecimentos da vida não de pessoas comuns, conforme vimos no século XIX e parte do XX, e sim de indivíduos famosos, celebrizados em algum dos meios de comunicação. Em linhas gerais, ditas exposições, presentemente, já não costumam mais causar o constrangimento de outrora – dependendo, evidentemente, daquilo que está sendo alardeado; em vez disso, ascendem o sentimento de prestígio. Afinal, com tanta gente visando o mesmo desígnio de ser visto, não é qualquer um que logra ser matéria ou alcançar o *status* de destaque na mídia.

Nessa guinada da privacidade rumo aos olhares de tudo e de todos, condição praticamente indispensável para a escalada rumo ao Olimpo midiático, algumas estratégiasvolvem-se notórias, para não dizer essenciais. Dentre elas, quicá a mais recorrida seja a *confissão midiática*: artimanha empregada tanto por aqueles já famosos, quanto pelos que pretendem sê-lo. Como na reportagem de *Caras*: “Confissões de Ary Fontoura. Aos 80 e 15 casamentos, ele ensina que nunca é tarde para começar”²⁴¹. Ou, ainda, pela revelação de escândalos - a

²⁴¹ Confissões de Ary Fontoura: aos 80 e 15 casamentos, ele ensina que nunca é tarde para começar. *Caras*, n. 1015, 19 abr. 2013. Não paginado.

propósito, outra tática muito em alta aos desejosos por atenção: “Escândalo em família. Ex-cunhado de Britney Spears diz ser o pai do filho mais velho dela”²⁴².

Em concomitância, vemos, todavia, a vinda à tona das antanho protegidas e abrigadas *escritas de si*, dentre eles relatos, desabafos, cartas, narrativas de diários, ademais da própria privacidade do lar: *tudo* vem à tona para a satisfação da bisbilhotice alheia, e, em alguns casos, da sede de audiência dos próprios envolvidos. Nesse sentido, o diário íntimo de Thomas Mann e a carta de Mário de Andrade ao amigo e também poeta Manoel Bandeira são apenas e tão somente duas gotas ilustradoras desse furacão que vem escancarando a tudo e a todos, às vezes independentemente da vontade do sujeito.

Não obstante, nenhuma mídia proporcionou tanto espaço ou possibilidade de visibilidade em potencial *aos comuns* quanto a internet em sua fase de *Web 2.0*, em particular as redes sociais. Avaliando o Brasil, um dos indivíduos mais famosos (e bem-sucedidos) é o *youtuber* Felipe Neto: seus vídeos foram vistos por nada menos que 2,8 bilhões de vezes, tornando o jovem, nascido em 1988, milionário, muito em parte graças aos seus 19,3 milhões de seguidores²⁴³, número maior que a população do Chile, e praticamente o dobro do total de habitantes da Suécia! Em seu caso, o êxito parece vir em família: seu irmão, Luccas Neto, é outro *youtuber* de sucesso, com mais de 2 bilhões de visualizações e 13,1 milhões de inscritos em seu canal²⁴⁴.

Entretanto, para além do fenômeno de exposição de intimidades, o processo de formatação das subjetividades no contemporâneo se caracteriza pela cada vez maior preocupação dos indivíduos com a própria aparência, a ponto de o cuidado de si, quando em doses exageradas, vir a ser designado de *culto ao corpo*. Todavia, há uma diferença fundamental entre *cuidado pessoal* e *culto ao corpo*: enquanto o primeiro é algo observado desde tempos imemoriais, representando as atenções que o sujeito tem consigo mesmo - por exemplo, por meio de processos de assepsia e ascese -, o segundo trata-se de um fenômeno relativamente recente, marcado, em suma, pelo excesso, o exagero no cuidado para com o corpo e a aparência, a ponto de situá-los como centro nevrálgico da própria existência. Eis a imagem corporal como síntese do indivíduo, “denunciando”, “apontando” e/ou

²⁴² BOROWSKY, C. Escândalo em família: ex-cunhado de Britney Spears diz ser o pai do filho mais velho dela. *Contigo!*, São Paulo, n. 1946, p. 33, 3 jan. 2013.

²⁴³ <<https://www.youtube.com/user/felipeneto>>

²⁴⁴ <<https://www.youtube.com/user/luccasneto>>

“separando” o “responsável” do “irresponsável”, o “apto” do “inapto”, o “respeitável” do “irrespeitável”, o “bom exemplo” do “estulto” etc.

Assim, rugas, manchas, pelos, marcas de expressão, de acne, sinais e quaisquer outras “máculas” orgânicas que estejam à mostra, logo tornam-se um estigma: algo a ser eliminado, visando a ostentação da pele lisa, macia e sedosa. As camadas da epiderme, pois, vêm ocupando papel central em nossa cultura, sabendo que tanto a exibição da privacidade quanto o “culto ao corpo” são partes afins de um mesmo fenômeno: a saber, a escalada da exteriorização enquanto principal força atuante no modelamento subjetivo da atualidade, a qual nos conclama a acreditar que *todos nós* somos aquilo que exibimos ao outro.

No que concerne ao corpo, esse é um movimento que tem suas raízes, sobretudo, nos anos 1920, com a revolução da moda, e o crescimento dos campos da publicidade e do cinema. Todavia, sua nutrição e adubo vieram nas seguintes décadas de 1950, acompanhando a consolidação e expansão dos meios de comunicação de massa, com destaque à televisão, mas também com transformações no ambiente laboral, como a conquista do direito de férias, observando-se a respectiva busca pela exibição corporal ao ar livre e a procura pelo bronzeado “perfeito”, e, finalmente, 1980, com a crescente preocupação com a movimentação do corpo, ensejando, mais que nunca, os exercícios de ginástica, até alcançarmos as academias coevas e sua quase inesgotável variedade de exercícios em oferta (Castro, 2003).

O corpo “ideal” do século XXI, portanto, é aquele em que seu dono realiza pesados investimentos *nutricionais*, com alimentação balanceada e em horários rigorosos, *dermatológicos*, com o uso de produtos que prometem retardar ao máximo o envelhecimento e melhorar a natureza da própria pele, como controlar oleosidade, calvície, hidratação, depilação etc., e *exercícios físicos*, para a obtenção do porte tonificado ou musculoso, podendo-se, todavia, recorrer às *intervenções e cirurgias*, quando o “desvio” não puder ser solucionado apenas ou tão somente com a adoção das medidas anteriores – ou quando o indivíduo tiver pressa em ver-se “melhorado”.

Ao menos se nos deixarmos levar pelas inúmeras promessas vendidas pelos cirurgiões plásticos mundo afora – as “alegrias do marketing” denunciadas por Deleuze (1992), parece haver solução para todos os “males” que atingem a aparência: implante de cabelo, mudança no formato dos olhos, no nariz, no

queixo, nas orelhas, no abdômen, no tórax, até nas partes íntimas – parece não haver nada que não possa ser contornado nos consultórios médicos em se tratando da aparência!

E chegamos aqui, após atravessarmos essas várias dezenas de páginas cruzando nossa tese e hipóteses com outros argumentos teóricos e conceituais e um sem fim de exemplos, com o objetivo de tentar tornar a abordagem desse fenômeno tão complexo quanto instigante o mais compreensível e abrangente possível. Porém, esse é um fenômeno altamente contemporâneo, que *corre a toda velocidade* no exato instante em que escrevemos essas palavras, de maneira que esse trabalho já fecha sua conclusão defasado: já há um batalhão de minudências, ocorrências e possíveis discussões acerca da corrente exteriorizante, que leva intimidade e corpo ao topo das preocupações e exposições de muitos, de fora de nossa reflexão. Eis a importância da continuidade dos estudos acadêmicos, do surgimento de novos pesquisadores, curiosos, questionadores, inovadores, os quais darão continuidade a não apenas esse, mas a outros tantos temas de interesse à academia e à sociedade. Esperamos ter feito nossa parte.

Referências bibliográficas

ACHÔA, Y. Quer esta barriga? **Boa Forma**, São Paulo, n. 336, p. 78-81, out. 2014.

A CIÊNCIA comprova: iogurte emagrece. **Boa Forma**, São Paulo, n. 316, mar. 2013. Capa

A CIRURGIA á serviço da beleza. **Almanach Eu Sei Tudo**, Rio de Janeiro, p. 157, 1928.

ADORÁVEL PECADORA. Direção: George Cukor. Produção: Jerry Wald. EUA: 20th Century Fox, 1960, 1 DVD.

ADORÁVEL VAGABUNDO. Direção: Frank Capra. Produção: Frank Capra, George Stevens e Willian Wyler. EUA: Liberty Films, 1941, 1 DVD.

ADORNO, T.; HORKHEIMER, W. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (Brasil). **1º Relatório de Amostras Seminais para uso em Reprodução Humana Assistida**. Brasília, 2017. 19 p. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/documents/33840/3484451/1%C2%B0+Relat%C3%B3rio+de+Importa%C3%A7%C3%A3o+de+Amostras+Seminais+para+uso+em+Reprodu%C3%A7%C3%A3o+Humana+Assistida/33c91fcf-18bb-4825-b659-a8a45053113f>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

AGOSTINHO, Santo, Bispo de Hipona. **Confissões**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

A MAGISTRATURA e a politica representadas pelo Dr. Epitacio Pessoa e General Pires Perreira. **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 4, p. 7, 4 maio 1907. 1 fot., p&b, 25 cm x 24 cm. Os sabbados de “Fon-Fon”. Os nossos instantaneos.

A MERETRIZ Sylvia Tibau alvejou a bala em premeditada emboscada, levada a efeito na tarde de hontem nesta redacção, o nosso companheiro Roberto Rodrigues: attrahindo o nosso companheiro a um gabinete reservado, a criminosa, traiçoeiramente, baleou-o no ventre, com frieza sanguinaria sem nome. **Critica**, Rio de Janeiro, 27 dez. 1929, p. 8.

ANTELO, M. **Tour Pelo Meu Quarto 2013 (Parte 1)**. 2013. (10m24s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xPUhYLeKYsg>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

ANTELO, M; NOVITT, L. **Motivos para sorrir**: tudo e mais um pouco sobre a família mais divertida do Youtube. São Paulo: Única, 2016.

ANTUNES, E.; MORETTI, L. Acabou: Deborah Secco termina casamento de quase quatro anos com Roger Flores. **Contigo!**, São Paulo, n. 1962, p. 52-58, 25 abr. 2013.

AO DR. Chefe de Policia. **O Cara Dura**, Rio de Janeiro, 15 set. 1883, p. 2

AS CONFISSÕES e os desafios de Paloma Bernardi. **Caras**, São Paulo, n. 1014, 12 abr. 2013. Não paginado.

AS NOVAS pílulas naturais para emagrecer. **Boa Forma**, São Paulo, n. 315, fev. 2013. Capa.

A ROSA Púrpura do Cairo. Direção: Woody Allen. Produção: Robert Greenhut. EUA: Orion Pictures Corporation, 1985, 1 DVD.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ACADEMIAS (ACAD Brasil). **O Mercado**. Disponível em: <<http://www.acadbrasil.com.br/mercado.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

AUGÉ, M. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papius, 1994.

AUSTEN, J. **Orgulho e preconceito**. São Paulo: Martin Claret, 2009.

BARBOSA, M. **História cultural da imprensa**: Brasil 1800-1900. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

BARCINSKI, A. Sexo, drogas e mentiras: a saga de J.T. Leroy. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 24 abr. 2012. Disponível em: <<http://andrebarcinski.blogfolha.uol.com.br/2012/04/24/sexo-drogas-e-mentiras-a-saga-de-j-t-leroy/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

BARRIGA E bumbum dos sonhos. **Women's Health**, São Paulo, n. 56, jun. 2013. Capa.

BARRIGA SECA já! **Women's Health**, São Paulo, n. 316, mar. 2013. Capa.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BEACHY, S. Who is the real JT LeRoy?: a search for the true identity of a great literary hustler. **New York Magazine**, Nova Iorque, 17 out. 2015. Disponível em: <<http://nymag.com/nymetro/news/people/features/14718/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

BEAUTIFULPEOPLE.COM é lançado no Brasil e completa sua expansão global: pessoas feias são banidas da mais procurada rede de pessoas bonitas do mundo. **UOL**, Rio de Janeiro, 26 out. 2009. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultnot/economia/2009/10/26/ult8281u392.jhtm>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

BELEZA EM cápsulas: será que funciona? **Boa Forma**, São Paulo, n. 314, jan. 2013. Capa.

BELLE VERE. **Vogue Itália**, Milão, n. 3075, jun. 2011. Capa.

BEM SABEMOS que o venerando Senador Feliciano Penna, cujo excelente instantaneo damos aqui, detesta a indiscreção bisbilhoteira das Kodacks.

Perdôe-nos S. Exa.; mas não era possível furtarmo-nos á honra de apanhar, em flagrante, o vulto de S. Exa. que é, para nossa dignificação, uma das figuras mais eminentes do Senado actual.

Assim o nosso instantaneo não representa apenas a simples curiosidade banal de uma photographia, mas tambem a dignificadora satisfação da nossa modesta homenagem ao eminente mineiro, que é S. Exa.

Com o Senador Penna, tivemos a satisfação de apanhar tambem um excelente instantaneo do distincto e sympathico Senador Virgilio Damazio, da Bahia, uma das mais gloriosas tradições da propaganda Republicana. **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 19, p. 13, 17 ago. 1907. 1 fot., p&b, 26 cm x 21 cm. Rio em flagrante. Os nossos instantâneos.

BENJAMIN, W. **Obras Escolhidas, 1**: magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BESSA, P. Khloe Kardashian faz “belfie” e deixa seguidores babando: a socialite publicou a imagem no Instagram nesta quarta, 9, e brincou: “Selfie sem vergonha no banheiro”. **Ego**, Rio de Janeiro, 9 dez. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/12/khloe-kardashian-faz-belfie-e-deixa-seguidores-babando.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

BEZERRA JR., B. “O acaso da interioridade e suas repercussões sobre a clínica”. In: PLASTINO, C. (Org.). **Transgressões**. Rio de Janeiro: Contracapa, 2002. P. 229-239.

BIRMAN, J. **Mal-estar na atualidade**: a psicanálise e as novas formas de subjetivização. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

BOA NOITE, Roberto! **Critica**, Rio de Janeiro, 31 dez. 1929, p. 1.

BOROWSKY, C. Escândalo em família: ex-cunhado de Britney Spears diz ser o pai do filho mais velho dela. **Contigo!**, São Paulo, n. 1946, p. 33, 3 jan. 2013.

BRANCO, G. Grávida, Kim Kardashian deixa restaurante dirigindo carrão: socialite usou um vestido justinho que realçava seu barrigão na noite desta segunda-feira, 9, em Los Angeles, nos Estados Unidos. **Ego**, Rio de Janeiro, 10 nov. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/gravidez/noticia/2015/11/gravida-kim-kardashian-deixa-restaurante-dirigindo-carrao.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

_____. Kim Kardashian divulga foto em que aparece com toda a família: socialite passou o feriado do Dia de Ação de Graças com o marido, Kanye West, com a filha, North West, com a mãe, Kris Jenner, e com as irmãs. **Ego**, Rio de Janeiro, 27 nov. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/11/kim-kardashian-divulga-foto-em-que-aparece-com-toda-familia.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

_____. Kim Kardashian usa decotão e provoca fãs: 'Olá': socialite, que está na reta final de sua segunda gravidez, divulgou fotos em rede social em que aparece exibindo toda a sua fatura. **Ego**, Rio de Janeiro, 16 nov. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/gravidez/noticia/2015/11/kim-kardashian-usa-decota-e-provoca-fas-ola.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

BURKE, P. **A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

CAFIERO, H. [página pessoal]. Disponível em: <<http://haleymorriscafiere.com/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

CAMPOS, M. Fama digital, sucesso real: do YouTube ao papel. Com milhões de seguidores na internet, Christian Figueiredo e Kéfera Buchmann lançam livros na feira literária e causam histeria por onde passam. **O Globo**, Rio de Janeiro, 7 set. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/livros/fama-digital-sucesso-real-do-youtube-ao-papel-17419965>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

CASTRO, A. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilo de vida e cultura de consumo**. São Paulo: Annablume, 2003.

CENTOFANTI, M; ROTCHFORD, L. De volta ao corpo sarado. **Women's Health**, São Paulo, n. 63, p. 64, fev. 2013.

CHARLE, C. **A gênese da sociedade do espetáculo: teatro em Paris, Berlim, Londres e Viena**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

CLEÓPATRA. Direção: Joseph L Mankiewicz. Produção: Walter Wanger. EUA: 20th Century Fox, 1963, 1 DVD.

COLINETTE. **Revista da Semana**, Rio de Janeiro, n. 32, p. 255, 23 dez. 1900. Chronica da elegância.

COMECE O ano em formal!: 5 treinos curtos para ficar sarado em 1 mês. **Men's Health**, São Paulo, n. 81, jan. 2013. Capa.

COMO AGARRAR um milionário. Direção: Jean Negulesco. Produção: Nunnally Johnson. EUA: 20th Century Fox, 1953, 1 DVD.

CONCURSO NA Hungria vai coroar a Miss Plástica: só podem concorrer ao título mulheres que já passaram por intervenções cirúrgicas. **R7**, 23 nov. 2010. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/moda-e-beleza/noticias/concurso-na-hungria-vai-coroar-a-miss-plastica-20101123.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

CONFISSÕES DE Ary Fontoura: aos 80 e 15 casamentos, ele ensina que nunca é tarde para começar. **Caras**, n. 1015, 19 abr. 2013. Não paginado.

CONTIGO!, São Paulo, n. 1957, p. 108, 21 mar. 2013. Frases.

CORPO QUE você quer no tempo que você tem. **Women's Health**, São Paulo, n. 55, maio 2013. Capa.

CORPO SARADO em 1 mês!: treino de atleta e menu nota 10 para você ganhar 6 kg de músculo a jato. **Men's Health**, São Paulo, n. 85, maio 2013. Capa.

COSTA, J. F. **O vestígio e a aura**: corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

COURTINE, J. J. “Os stakhanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura do corpo”. In: **Revista Communications**, n. 56, p. 81-105, 1993.

CURY, G. O que você vai escolher? **Women's Health**, São Paulo, n. 59, p. 8, set. 2013. Carta à leitora.

DÁ PRA ficar magra num mundo gordo? **Women's Health**, São Paulo, n. 56, jun. 2013. Capa.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

DELEUZE, G. “Post-Scriptum sobre as sociedades de controle”. In: **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992. P. 219-226.

DELUMEAU, J. **História do medo no Ocidente 1300 – 1800**: uma cidade sitiada. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

DENTRO DA casa. Direção: François Ozon. Produção: Eric Altmayer. França: Califórnia Filmes, 2012, 1 DVD.

DE PASSAGEM pela Avenida Central, Mme. Rasteiro e sua gentilíssima filha, Mlle. Sarita, cuja belíssima voz e apurada escola de canto, tem feito as delícias dos nossos ‘dilettanti’ e o encanto dos frequentadores da igreja de São João Baptista. **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 2, p. 31, 20 abr. 1907. 1 fot., p&b, 24 cm x 26 cm. Os sabbados de “Fon-Fon” (os nossos instantaneos).

DEPOIS DE terem examinado a 'vitrine' do Bazin, encaminham-se para a estação do Jardim Botânico, Mme. Lima Castro e a sua interessante filha D. Bébé Lima Castro, exímia amadora, cujas canções têm feito delirante sucesso nos salões 'smarts' da nossa Capital. Rio de Janeiro, n. 2, p. 25, 20 abr. 1907. 1 fot., p&b, 25 cm x 23 cm. Os sabbados de "Fon-Fon" (os nossos instantaneos).

DESAFIO DA corrida: derreta 8 kg e vire fera na pista. **Boa Forma**, São Paulo, n. 318, maio 2013. Capa.

DEZ MOVIMENTOS que derretem a gordura. **Women's Health**, São Paulo, n. 56, jun. 2013. Capa.

DEZOITO JEITOS de ficar mais atraente. **Men's Health**, São Paulo, n. 88, ago. 2013. Capa.

DIABRETE, Rio de Janeiro, 5 mar. 1883, p. 2.

_____. Rio de Janeiro, 5 mar. 1883. Caldeirão publico, p. 4.

_____. Rio de Janeiro, 12 mar. 1883. Papiotes infernaes, p. 4.

_____. Rio de Janeiro, 19 mar. 1883. Papiotes infernaes, p. 4.

_____. Rio de Janeiro, 25 abr. 1883, p. 1.

_____. Rio de Janeiro, 29 abr. 1883. Caldeirão publico, p. 3.

_____. Rio de Janeiro, 14 maio 1883, p. 2.

_____. Rio de Janeiro, 19 maio 1883. Caldeirão publico, p. 4.

_____. Rio de Janeiro, 23 ago. 1883. Cocadinhas, p. 2.

DISCURSO. **Gazeta de Notícias**, Rio de Janeiro, 26 nov. 1876, p. 2.

DURKHEIM, É. **As regras do método sociológico**. Rio de Janeiro: Nacional, 2001.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

EHRENBERG, A. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2010.

_____. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ELEGANTÍSSIMA NA sua 'toilette' de rendas brancas, admiravelmente 'chapeauté', passa Mme. Van Erven, acompanhada de uma galante amiguinha. **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 2, p. 8, 20 abr. 1907. 1 fot., p&b, 18 cm x 18 cm. Os sabbados de "Fon-Fon" (os nossos instantaneos).

ELIAS, N. **O processo civilizador**: uma história dos costumes. Volume I. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

_____. **O processo civilizador**: formação do Estado e civilização. Volume II. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

EMBARQUE DO Sr. Dr. Francisco de Paula Rodrigues Alves para a Europa com sua Exmas. **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 6, p. 18, 18 maio 1907. 1 fot., p&b, 23 cm x 39 cm. Rio em flagrante. Os nossos instantâneos.

ENNE, A.; SOUZA, B. O caso Capistrano e o romance Casa de Pensão, de Aluísio Azevedo: algumas reflexões sobre ficção literária e ficção jornalística. **Galáxia**, São Paulo, n.18, p. 204-216, 2009.

ENTENDA AS fases das investigações da operação Lava Jato. Polícia Federal começou a revelar o escândalo de corrupção há 529 dias. JN preparou reportagem que resume essa novela de jeito claro e objetivo. **Jornal Nacional**, 28 maio 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/08/entenda-fases-das-investigacoes-da-operacao-lava-jato.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

EXCLUSIVO. CASTELO de Caras: Ana Maria Braga sozinha e em nova fase. “Escolhi guardar só as coisas boas da vida. Odiar, não odeio, simplesmente esqueço”. **Caras**, São Paulo, n. 1038, 27 set. 2013. Não paginado.

EXERCÍCIOS TOP para bumbum perfeito (ao ar livre, na academia, em casa). **Boa Forma**, São Paulo, n. 316, mar. 2013. Capa.

FIGUEIREDO, C. [perfil em rede social]. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/euficoloko>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

_____. **Eu fico loko 2**: as histórias que tive medo de contar. Ribeirão Preto, SP: Novas Páginas, 2015.

FIGUEIREDO, V. **Narrativas migrantes**: literatura, roteiro e cinema. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: 7Letras, 2010.

FISCHBERG, J. Quem são os jovens que hipnotizam milhões de adolescentes na internet: novos ídolos teen são construídos com uma câmera na mão, uma ideia na cabeça e o YouTube. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 jul. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/quem-sao-os-jovens-que-hipnotizam-milhoes-de-adolescentes-na-internet-16726790>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

FLAUBERT, G. **Madame Bovary**. Porto Alegre: L&PM, 2003.

FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade**: curso no Collège de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes, 1999.

_____. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

_____. **Vigiar e punir**: história da violência nas prisões. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

FRANCO, L; COZER, R. Em carta, Mário de Andrade cita sua “tão falada” homossexualidade. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 18 jun. 2015. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/06/1644470-em-carta-mario-de-andrade-cita-sua-tao-falada-homossexualidade.shtml>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

GABLER, N. **Vida, o filme**: como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GEERTZ, C. **Negara**: o estado teatro no século XIX. Lisboa: Difel, 1991.

GEISY ARRUDA "A Fazenda 3" Apresentação da Empresária. 2010. (43s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=L7towEI4AWI>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

GIDDENS, A. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Editora Unesp, 1993.

GISELE APRESENTA ao mundo a fofa Vivian: filha da *übermodel* com Tom Brady já esbanja carisma com apenas dois meses. **Caras**, n. 1006, São Paulo, 15 fev. 2013. Não paginado.

GUIDORIZZI, G. Apresentador se recusa a falar dos Kardashian e abandona programa ao vivo. **Purepeople**, 12 ago. 2015. Disponível em: <http://www.purepeople.com.br/noticia/apresentador-se-recusa-a-falar-dos-kardashian-e-abandona-programa-ao-vivo_a70280/1>. Acesso em: 25 jun. 2018.

HA UMA grande ansiedade publica em conhecer os motivos da separação do casal doutor Tibau Junior. **Crítica**, Rio de Janeiro, 26 dez. 1929, p. 1.

INSTAGRAM. About us. Disponível em: <<https://instagram.com/about/us/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

JORNAL DO BRASIL, Rio de Janeiro, 1º jan. 1908. Palcos e salões, p. 6.

_____. Rio de Janeiro, 19 maio 1908. Palcos e salões, p. 11.

_____. Rio de Janeiro, 19 ago. 1908. Palcos e salões, p. 12.

_____. Rio de Janeiro, 29 set. 1908. Palcos e salões, p. 12.

JULIANA PAES na Ilha de Caras: ela diz que está mais manhosa e carente com segunda gravidez. **Caras**, São Paulo, n. 1007, 22 fev. 2013. Não paginado.

JUVENTUDE TRANSVIADA. Direção: Nicholas Ray. Produção: David Weisbart. EUA: Warner Bros., 1955, 1 DVD.

KARDASHIAN, K. **Selfish**: more me! New selfies. Universe: Nova Iorque, 2016.

KATE HOLMES e a fofa Suri: dupla dribla o inverno em NY. **Caras**, São Paulo, n. 1007, 22 fev. 2013. Não paginado.

KEDOUK, M. Quantos anos será que elas têm? **Boa Forma**, São Paulo, n. 324, p. 106-109, nov. 2013.

KIM KARDASHIAN divulga na web o nome do segundo filho: nome foi divulgado nesta segunda-feira, 7, no site da socialite. **Ego**, Rio de Janeiro, 7 dez. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/12/kim-kardashian-divulga-o-nome-do-segundo-filho-saint-west.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

KURTZWEIL, R. Ser humano versão 2.0. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 23 mar. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs2303200304.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

LASCH, C. **A cultura do narcisismo**: a vida americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LASSWELL, H. "A estrutura e a função da comunicação na sociedade". In: COHN, G. (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978. P. 105-117.

LEJEUNE, P. **O pacto autobiográfico**: de Rousseau à internet. Belo Horizonte: UFMG, 2014.

LENHARO, M. Cai número de plásticas no Brasil, mas país ainda é 2º no ranking, diz estudo: dados são da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica e Estética (Isaps). Em 2015, Brasil registrou 1.224.300 de cirurgias, atrás somente dos EUA. **G1**, São Paulo, 27 ago. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2016/08/cai-numero-de-plasticas-no-brasil-mas-pais-ainda-e-2-no-ranking-diz-estudo.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

LENT, R. Não é mais ficção. **Veja**, São Paulo, 27 set. 2006. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/270906/entrevista.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018. Entrevista.

LEROY, JT. **Maldito coração**. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

_____. **Sarah**. São Paulo: Geração Editorial, 2005.

LINNING, S. 'Human Ken doll' spends \$21,000 on new procedure to replace the WING implants in his back with a smaller set -bringing his total plastic surgery costs to an eye-watering \$560,000. **Mail Online**, 20 out. 2017. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-5000156/Human-Ken-doll-spends-21-000-new-implants.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

LYOTARD, J. F. **O pós-moderno**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

MAIS 15 MIN de malhação = resultado em dobro! **Boa Forma**, São Paulo, n. 318, maio 2013. Capa.

MALABAR, C. Último adeus: á João Capistrano da Cunha, a beira do túmulo. **O Globo**, Rio de Janeiro, 22 nov. 1876, p. 3.

MANN, T. **A montanha mágica**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

_____. **Morte em Veneza**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010.

MARQUES, C. Reforma na fachada: descubra como a cirurgia plástica pode ajudar você a ter um aspecto mais jovem, se destacar com as garotas e não perder espaço na firma. **Men's Health**, São Paulo, n. 84, p. 50-52, abr. 2013.

MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. Volume I. Livro Primeiro: O processo de produção do capital. Tomo I. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do Partido Comunista**. Porto Alegre: L&PM, 2010.

MENDONÇA, L. Um martyr da honra. **Província de S. Paulo**, São Paulo, 16 dez. 1876, p. 1.

MENOS 6KG em 1 mês com a dieta da proteína magra. **Boa Forma**, São Paulo, n. 316, mar. 2013. Capa.

MERA COINCIDÊNCIA. Direção: Barry Levinson. Produção: Barry Levinson, Jane Rosenthal e Robert de Niro. EUA: Baltimore pictures, New Line Cinema, Punch Productions e Tribeca Productions, 1998, 1 DVD.

MICHELLE OBAMA. Exercício por boa causa: primeira-dama no combate à obesidade infantil. **Caras**, São Paulo, n. 1009, 8 mar. 2013. Não paginado.

MORAES, D. "Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial". In: MORAES, D. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013.

MORAES, S. **Depois do escorpião**: uma história de amor, sexo e traição. São Paulo: Seoman, 2006. Quarta capa.

MOREIRA, F. "Ken humano": cirurgia sai mais barato que frequentar academia. **O Globo**, 13 fev. 2013. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/pagenotfound/post/ken-humano-cirurgia-sai-mais-barato-que-frequentar-academia-486190.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

MORETTI, L.; D'ALMEIDA, E. Segredos de uma musa: em biografia, Luisa Brunet fala de seus abortos, da experiência sexual com uma mulher, do ataque de um vizinho quando trabalhava como empregada doméstica e do convite de Pelé, antes de namorar Xuxa. **Contigo!**, São Paulo, n. 1995, p. 10, 12 dez. 2013.

MORIN, E. **Cultura de Massa no Século XX, 1**: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

NA CAMA com Madonna. Direção: Alek Keshishian. Produção: Madonna. EUA: Boy Toy Inc., Propaganda Films, 1991, 1 DVD.

“NÃO TENHO mais medo de entalar na catraca do ônibus”. **Boa Forma**, São Paulo, n. 323, p. 121-122, out. 2013. Eu consegui.

NAZARETH, M. **Theatro**, Rio de Janeiro, 25 nov. 1911. A proposito, p. 6.

NETO, F. [perfil em rede social]. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/felipeneto>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

NETO, L. [perfil em rede social]. **YouTube**. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/luccasneto>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

NEVES, M. Gabriela Pugliesi se diz pioneira no Instagram: “Quando comecei, ninguém publicava rotina. Só tinha paisagens”. Influenciadora digital analisa mudança de posts, que rendem cifras como 3,5 milhões de seguidores e ganhos de até R\$ 200 mil por mês. **G1**, 1º ago. 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/gabriela-pugliesi-se-diz-pioneira-no-instagram-quando-comecei-ninguem-publicava-rotina-so-tinha-paisagens.ghtml>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

NIETZSCHE, F. W. **Ecce Homo**: de como a gente se torna o que é. Porto Alegre: L&PM, 2013.

NOTÍCIAS DA semana. **Contigo!**, São Paulo, n. 1956, p. 72, 14 mar. 2013.

NOVOS ROMANCES no ar: Deborah Secco assume namoro com o cantor religioso Allyson Castro e Roger é visto com Betina Schmidt. **Contigo!**, n. 1962, São Paulo, 9 maio 2013. Capa.

NUNCA FUI santa. Direção: Joshua Logan. Produção: Buddy Adler. EUA: 20th Century Fox, Marilyn Monroe Productions, 1956, 1 DVD.

O ABELHUDO, São Luís, 22 jan. 1899. Implicação, p. 4.

_____. São Luís, 29 jan. 1899. Implicação, p. 4.

_____. São Luís, 19 fev. 1899. Corre, p. 2.

O APERITIVO dos intellectuaes – Machado de Assis, José Verissimo, Euclides Cunha e Walfrido Ribeiro, na ‘terrace’ do Castellões. **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 4, p. 28, 4 maio 1907. 1 fot., p&b, 30 cm x 28 cm. Os sabbados de “Fon-Fon”. Os nossos instantaneos.

O ATTENTADO covarde da meretriz Sylvia Tibau contra Roberto Rodrigues indignou a população. **Critica**, Rio de Janeiro, 29 dez. 1929, p. 8.

O BOM humor de Barack Obama: ele brinca com a franja de sua Michelle. **Caras**, São Paulo, n. 1017, 3 maio 2013. Não paginado.

O'BRIEN, L. **Madonna**: 50 anos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

O CARA dura, Rio de Janeiro, 23 ago. 1883. Pastéis de nata, p. 2.

_____. Rio de Janeiro, 15 set. 1883, p. 4.

_____. Rio de Janeiro, 30 ago. 1883. Watter cloose, p. 4.

_____. Rio de Janeiro, 1º set. 1883. Watter cloose, p. 4.

O DIABRETE, Rio de Janeiro, 14 maio 1883. Vão para o inferno, p. 3.

O DR. Barbosa Lima, no cães Pharoux, em companhia do Dr. Alfredo Pinto. Senador Lauro Sodré e Lindolpho Azevedo, nosso collega do 'Paiz'. Também lá está a velha Genoveva, que foi ama de leite de S. Ex. e que foi levar as suas saudosas despedidas, as mais sinceras, talvez, de quantas recebeu S. Ex. naquele momento. **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 5, p. 8, 11 maio 1907. 1 fot., p&b, 19 cm x 26 cm. Rio em flagrante. Os nossos instantâneos.

O EMINENTE Dr. Joaquim Murtinho, senador por Matto Grosso em pose de quem vae ser... fotografado. **Fon-Fon**, Rio de Janeiro, n. 9, p. 3, 8 jun. 1907. 1 fot., p&b, 28 cm x 21 cm. Rio em flagrante. Os nossos instantâneos.

O ESCÂNDALO, Sabará, MG, 8 ago. 1891. Correspondencia, p. 1.

_____. Sabará, MG, 8 ago. 1891. Consta-nos, p. 3.

O GLOBO, Rio de Janeiro, 23 abr. 1876. Jury da Côrte, p. 1.

_____. Rio de Janeiro, 7 maio 1876. Jury da Côrte, p. 2.

OITENTA E CINCO produtos de beleza que você precisa conhecer. **Boa Forma**, São Paulo, n. 317, abr. 2013. Capa.

OLÍMPIO, D. **Luzia-Homem**. São Paulo: Martin Claret, 2003.

O MALHO, Rio de Janeiro, n. 4, p. 18, 11 out. 1902. PANTHEON DOS satrapinhas.

O'NEILL, E. [página pessoal]. Disponível em: <<http://essenaoneill.com>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

_____. [perfil em rede social]. **Instagram**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/essenaoneill/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

O NOSSO concurso. **Pathé**, Manaus, 22 maio 1915, p. 1.

O PATAQUEIRO Vianna. **O Cara Dura**, Rio de Janeiro, 15 set. 1883, p. 2.

O PECADO mora do lado. Direção: Billy Wilder. Produção: Charles K. Feldman. EUA: 20th Century Fox, 1955, 1 DVD.

O PREDADOR. Direção: John McTiernan. Produção: Joel Silver e John Davis. EUA: 20th Century Fox, 1987, 1 DVD.

ORTEGA, F. **O corpo incerto**: corporeidade, tecnologias médicas e cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

OS HOMENS preferem as loiras. Direção: Howard Hawks. Produção: Sol C. Siegel. EUA: 20th Century Fox, 1953, 1 DVD.

O SHOW de Truman: o show da vida. Direção: Peter Weir. Produção: Adam Schroeder, Andrew Niccol, Edward S. Feldman e Scott Rudin. EUA: Paramount Pictures, Scott Rudin Productions, 1998, 1 DVD.

OS METROSSEXUAIS. **Isto É**, 20 ago. 2003. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/negocios/20030820/metrossexuais/20172>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

O TERMINADOR. Direção: James Cameron. Produção: Gale Anne Hurd. EUA: Cinema '84, Hemdale Film Corporation, Pacific Western Productions, 1984, 1 DVD.

O VINGADOR do futuro. Direção: Paul Verhoeven. Produção: Buzz Feitshans e Ronald Shusett. EUA: Caracol International N.V., Caracol Pictures, Tri Star Pictures, 1990, 1 DVD.

PATHÉ, Manaus, 30 jun. 1913. Diz-se, p. 4.

____. Manaus, 5 jul. 1913. Diz-se, p. 2.

____. Manaus, 12 jul. 1913. Quem é?, p. 4.

____. Manaus, 12 jul. 1913. É difícil, p. 3.

____. Manaus, 26 jul. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 3.

____. Manaus, 26 jul. 1913. Telegrapho, p. 4.

____. Manaus, 2 ago. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 4.

____. Manaus, 9 ago. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 4.

____. Manaus, 30 ago. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 4.

____. Manaus, 30 ago. 1913. Perfil, p. 2.

____. Manaus, 16 set. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 2.

____. Manaus, 16 set. 1913. Perfil, p. 1.

____. Manaus, 27 set. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 3.

____. Manaus, 12 out. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 2.

____. Manaus, n. 14, out. 1913. Bigodinho vae dizer, p. 2.

____. Manaus, 11 jan. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 2.

____. Manaus, 25 jan. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 2.

____. Manaus, 8 fev. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 3.

_____. Manaus, 15 fev. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 2-3.

_____. Manaus, 15 fev. 1914. É difficil, p. 2.

_____. Manaus, 1º mar. 1914. É difficil, p. 2.

_____. Manaus, 5 abr. 1914. Bigodinho vae dizer, p. 3.

_____. Manaus, 28 maio 1915. De S. Raymundo, p. 2.

PERCA OS últimos 3 kg com a dieta queima-gordura. **Boa Forma**, São Paulo, n. 318, maio 2013. Capa.

PEREIRA, E. Um dia para lembrar de Sylvia Seraphim. **Tribuna do Paraná**, 8 mar. 2014. Disponível em: <<https://www.tribunapr.com.br/blogs/pelas-ruas-da-cidade/um-dia-para-se-lembrar-de-sylvia-seraphim/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

PEREIRA, G. Os dez mandamentos do cabelo perfeito. **Women's Health**, São Paulo, n. 59, p. 65-69, set. 2013.

PERROT, M. "A família triunfante". In: PERROT, M. (Org.). **História da Vida Privada, 4: da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. P. 79-90.

POLLILLO, A. Kim Kardashian deixa o sutiã de renda à mostra em passeio: socialite estava na Califórnia na manhã desta sexta-feira, 6. **Ego**, Rio de Janeiro, 6 nov. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/11/kim-kardashian-deixa-o-sutia-de-renda-mostra-em-passeio.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

POR QUE Deborah se separou: atriz decide terminar o casamento de quatro anos e Roger Flores sai de casa. **Contigo!**, São Paulo, n. 1962, 25 abr. 2013. Capa.

PRATER, D. **Thomas Mann**: uma biografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

PREPARADOS Pharmaceuticos: as maravilhas das descobertas. **Pathé**, Manaus, 5 jul. 1913, p. 2.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. Sustentar o progresso humano: reduzir as vulnerabilidades e reforçar a resiliência. Relatório das Nações Unidas para o Desenvolvimento: 2014. Nova Iorque, 2014. 246 p. Disponível em: <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2014_pt_web.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2018.

PROPAGANDA ELEITORAL do Tiririca. 2010. (1m53s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=myWRb0IWPFY>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

PROST, A. “Fronteiras e espaços do privado”. In: PROST, A; VINCENT, G. (Orgs.). **História da Vida Privada, 5**: da Primeira Guerra aos nossos dias. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. P. 13-136.

PUGLIESI, P. [página pessoal]. Disponível em: <<http://gabrielapugliesi.com>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

_____. [perfil em rede social]. **Instagram**. Disponível em: <https://www.instagram.com/gabrielapugliesi/?hl=pt-br>. Acesso em: 25 jun. 2018.

QUANTO MAIS quente melhor. Direção: Billy Wilder. Produção: Billy Wilder. EUA, 20th Century Fox, 1959, 1 DVD.

QUEIRÓZ, E. **O primo Basílio**. Porto Alegre: L&PM, 2008.

RIESMAN, D. **A multidão solitária**: um estudo da mudança do caráter americano. São Paulo: Perspectiva, 1995.

ROBERTO Rodrigues, vítima do histerismo sadico da barregã Sylvia Tibau, guarda o leito, cercado da solidariedade e do conforto de seus amigos. **Crítica**, Rio de Janeiro, 28 dez. 1929, p. 8.

ROLNIK, S. “Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização”. In: LINS, D. (Org.). **Cultura e subjetividade**: saberes nômades. Campinas: Papirus, 1997. P. 19-24.

RUA DA Alfandega n. 463. **Diabrete**, Rio de Janeiro, 23,25 mar. 1883, p. 4.

RUA DO Conde D’Eu 892. **Diabrete**, Rio de Janeiro, 5 mar. 1883, p. 4.

SANDY. “É POSSÍVEL ter prazer anal”. **Playboy**. São Paulo, n. 435, ago. 2011. Capa. Entrevista.

_____. “Estou melhor que há dez anos”: a cantora fala sobre sexo, maternidade, casamento e carreira. **Contigo!**, São Paulo, n. 1949, p. 56-63, 24 jan. 2013. Entrevista.

SANTOS, C; MURPHY, M. Menos pança, mais testosterona: ajuste alimentação, treino e rotina e evite que o excesso de gordura baixe o nível de hormônio de seu corpo. **Men’s Health**, São Paulo, n. 83, p. 52-53, mar. 2013.

SCHUSTER, D. Instagram star has an anviabile rear – and 1.3M followers. **New York Post**, Nova Iorque, 2 jan. 2014. Disponível em: <<http://nypost.com/2014/01/02/instagram-star-jen-selter/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

SCHWARTZ, V. “O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto do público pela realidade na Paris fim de século”. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (Orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naif, 200. P. 337-360.

SCHWARZ, R. **Ao vencedor as batatas**: forma literária e processo social nos inícios do romance brasileiro. São Paulo: Editora 34, 2000.

SEBRAE. Moda fitness. Mercado em ascensão no Brasil. Vestuário. Boletim de Tendências. jan. 2015. Disponível em: <http://sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/01/BO_janeiro_ModaFitness.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2018.

SELIGMAN, A. O passado te condena. **Men’s Health**, São Paulo, n. 83, mar. 2013, p. 10. Carta do editor.

SELTNER, J. [perfil em rede social]. Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/jenseltner/?hl=pt-b>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

_____. Eleven ways to look cute while working out. **New York Post**, Nova Iorque, 20 ago. 2014. Disponível em: <<http://nypost.com/2014/08/20/11-ways-to-look-cute-while-working-out/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

_____. Five easy outdoor moves to keep your beach body. **New York Post**. Nova Iorque, 16 jul. 2014. Disponível em: <<http://nypost.com/2014/07/16/take-your-workout-to-the-park-with-these-5-outdoor-moves/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

SENNETT, R. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

_____. **Respeito**: a formação do caráter em um mundo desigual. Rio de Janeiro: Record, 2004.

SEQUE 4 KG e desinche com a dieta do suco verde. **Boa Forma**, São Paulo, n. 317, abr. 2013. Capa.

SIBILIA, P. **O homem pós-orgânico**: corpo, subjetividade e tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. **Show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, D. **De onde vêm as palavras**. São Paulo: A Girafa, 2004.

SIMMEL, G. “A metrópole e a vida mental”. In: VELHO, O. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987. P. 11-25.

_____. “O indivíduo e a liberdade”. In: SOUZA, J.; OËTZE, B. (Orgs.). **Simmel e a modernidade**. Brasília: UnB, 1998. P. 109-117.

SIMPSON, O. **If I Did it**: confessions of the killer. Nova Iorque: Beaufort Books, 2007.

SINGER, B. “Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular”. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (Orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naift, 2004. P. 95-123.

SOARES, R. Khloe Kardashian exibe bumbum em foto na academia: irmã de Kim Kardashian compartilhou imagem nesta quinta-feira, 17 durante treino. **Ego**, São Paulo, 17 dez. 2015. Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/12/khloe-kardashian-exibe-bumbum-em-foto-na-academia.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

ST. JOHN, W. The unmasking of JT Leroy: in public, he's a she. **New York Times**, Nova Iorque, 9 jan. 2006. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2006/01/09/books/09book.html?pagewanted=2&_r=1>. Acesso em: 25 jun. 2018.

SURFISTINHA, B. **O doce veneno do escorpião**: o diário de uma garota de programa. São Paulo: Panda Books, 2005. Quarta capa.

_____. **Na cama com Bruna Surfistinha**. São Paulo: Panda Books, 2007. Quarta capa.

TAMBORRELLI, J. **Madonna**: uma biografia íntima. São Paulo: Globo, 2003.

_____. **Michael Jackson**: a magia e a loucura. Globo: São Paulo, 2009.

TRAGICO DESENLACE. **O Globo**, Rio de Janeiro, 20 nov. 1876, p. 2.

TUAN, Yu-Fu. **Paisagens do medo**. São Paulo: Unesp, 2005.

TURBINAS PODEM substituir coração humano: médicos americanos trocam órgão que falhava por dispositivo durável. **O Globo**, Rio de Janeiro, 27 mar. 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/saude/turbinas-podem-substituir-coracao-humano-4420302>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

UMA CARTA. **Pathé**, Manaus, n. 15, out. 1913, p. 3.

UM BARBEIRO arvorado a gerico. **Pathé**, Manaus, 5 jul. 1913, p. 3.

VELHO, G. **Individualismo e cultura**: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

VILELLA, L. Volta por cima!: desmotivado com a vida, ele ganhou 17 kg de banha em 14 meses. Mas retomou o controle com gana: em 6 meses, limou 15 kg. **Men's Health**, São Paulo, n. 94, p. 20, fev. 2014.

VINTE E QUATRO horas pra ficar mais jovem e saudável. **Women's Health**, São Paulo, n. 315, fev. 2013. Capa.

VIRILIO, P. **Guerra e Cinema**. São Paulo: Editora Página Aberta, 1993.

VLADIMIR PUTIN relaxa na neve com pets: brincadeiras do presidente russo com Buffy e Yume. **Caras**, São Paulo, n. 1015, 19 abr. 2013. Não paginado.

YOUTUBE. Imprensa. Disponível em: <<https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WILDE, O. **O retrato de Dorian Gray**. Porto Alegre: L&PM, 2001.

WOOLF, V. **Um teto todo seu**. São Paulo: Tordesilhas, 2014.

WORKOUT. Intérprete: Jane Fonda. EUA: Sony Pictures Home Entertainment, 2015, 1 DVD.

ZALUAR, P. O colete feminino. **Revista da Semana**, Rio de Janeiro, n. 6, p. 50, 24 jun. 1900.