

“Antes e depois”:
***Reality shows* de intervenção, reformatação do corpo e produção de esquecimento¹**

Ilana Feldman Marzochi²
Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Federal Fluminense

Resumo:

Articulando-se à reconfiguração das subjetividades contemporâneas - exteriorizadas no corpo e transformadas em imagens com a possibilidade de permanente auto-construção -, o fenômeno dos *reality shows* vive um momento de transição. Apostando em modelos mais híbridos e flexíveis, os programas televisivos elegeram *o corpo*, a *casa* e a *imagem* de quem se “é” como o lugar de investimento seguro para suas intervenções e transformações. Seja através de intervenções extremas (cirúrgicas), seja através de brandas (transformação de ambientes e habitantes), o que está em jogo é uma verdadeira pedagogia e tecnologia de reformatação do corpo-imagem, de renovação de um “eu” sempre jovem e “jamais acabado” e de solicitação de esquecimento generalizado: é preciso apagar marcas do tempo, vestígios de cicatriz, impurezas da carne e superfícies de espelhos. Sobre as ruínas do “antes”, o “depois” é revelado.

Palavras-chave: *reality shows* de intervenção; corpo-imagem; esquecimento.

Primeira parte

O fenômeno dos *reality shows* em seus já clássicos modelos por confinamento parece viver uma mutação. As famosas “casas”, que mais se assemelham, em sua lógica de funcionamento, a empresas em dias de testes de recrutamento, “atividades vivenciais” ou “motivacionais”, têm dado lugar a ambientes híbridos e flexíveis. Se antes imperava a vigilância contínua e sua internalização, em uma disputa desesperada por recompensa financeira e reconhecimento visual-social, vê-se, agora, a intensificação da modulação

¹ Trabalho apresentado ao NP “Comunicação e culturas urbanas”, do V Encontro de Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Graduada em Cinema pela Universidade Federal Fluminense, período durante o qual participou de duas pesquisas de Iniciação Científica no campo da Imagem, Tecnologia e Subjetividade. Atualmente é mestranda do PPGCOM-UFF, sob orientação da Profa. Dra. Maria Cristina Franco Ferraz. Como atividade extra-acadêmica, é colaboradora da revista Trópico (UOL), editada pelo jornalista Alcino Leite Neto e pela Profa. Dra. Esther Hambúrguer. Também realizou o documentário em média-metragem “Se tu fores”, contemplado pelo prêmio Itaú Cultural para Novos Realizadores e “Almas Passantes”, premiado pelo Edital da RioFilme.

permanente, modulação de novas formas de ser, agir e sentir e, mais explicitamente, modulação de novas formas de se ter um corpo. *Reality shows* de intervenção são, assim, as audaciosas e frutíferas apostas da TV brasileira. Há hoje diversos programas em exibição, nas TVs aberta e a cabo. Seja importando programas norte-americanos, seja produzindo seus pares, as intervenções extremas (caso das cirúrgicas) ou brandas (transformação de ambientes e habitantes) apontam para questões cujas respostas não deveriam ser livradas ao acaso.

Paula Sibilia, autora de *O Homem Pós-Orgânico – Corpo, subjetividade e tecnologias digitais*, perguntaria: “O que estamos nos tomando? O que gostaríamos de nos tornar?”. Sob o domínio da tecnociência contemporânea, da engenharia genética e da inteligência artificial, “ainda é válido persistimos dentro das margens do conceito de homem? Ou, pelo contrário, seria preciso reformular essa noção herdada do humanismo liberal e inventar outras formas, capazes de conter as novas possibilidades que estão se abrindo?”, continua. Não seria exagero crer que esses *reality shows* de intervenção estejam, simultaneamente, apontando e respondendo a uma demanda de ultrapassagem do orgânico, demanda de reformatação de corpos, comportamentos, mentes e, até, de reprogramação da memória. Bem sabemos que não existe vida, muito menos programa de TV, inocente. Não existe intencionalidade a-política. Retomando a justificativa de Paula Sibilia para sua empreitada, “não se trata de digressão gratuita, pelo contrário, trata-se de uma questão extremamente atual, com sérias implicações éticas e políticas”.

E quais seriam as implicações de *Extreme Makeover* (Sony), *I want a famous face* (MTV), *Beleza Comprada* (GNT), *Queer eye for the straight guy* (Sony) e *Missão MTV* (MTV), para ficarmos em alguns títulos? O que há de aterrador e fascinante nessa materialização do sonho de autocriação humana, mesmo quando tal sonho nos traz gélidas lembranças dos projetos eugênicos da primeira metade do século XX? Desta vez, porém, o projeto de autoconstituição, reformatação ou reprogramação dos corpos e da vida são, além de tecnicamente viáveis, demandados pelos próprios indivíduos, que pedem, quando não imploram, para serem motivados, excitados, turbinados, “plastificados” e totalmente reconfigurados. Sob os programas de intervenção cirúrgica, ganham novos narizes, novos seios, novas barrigas, novos estômagos reduzidos, novas faces novas e novos sorrisos iguais a todos os demais. Fazem *lipos*, *liftings* e *peelings*. Sob os programas de

transformação do ambiente e da aparência, ganham novas casas, novos móveis, novos guarda-roupas, novos cortes de cabelo, novos hábitos de consumo e, até, de higiene pessoal. Uma verdadeira pedagogia e tecnologia de como ser aceito e parecer belo, seguro, confiante e bem-sucedido está disponível. “É preciso mudar para que nos aceitemos como somos”, ouvimos tantas vezes dos participantes/personagens, assim como escutamos, ao final de cada intervenção/transformação, o agradecimento pela nova vida, pelo novo corpo, pelo “renascimento” e “recomeço”. “Agora posso recomeçar, começar tudo de novo”, nos diz uma personagem negra de *Extreme Makeover* que ganhou plástica para afilar o nariz e os lábios, além dos básicos silicone tamanho C nos seios e *lipo* na barriga. Agora todos podem *esquecer* quem foram.

A questão da memória é talvez a mais séria implicação política. Além da produção de “eus” espetacularizados nas superfícies dos corpos e das imagens, da produção de subjetividades seriadas, como *kits-de-perfis* tirânicos adquiridos no atacado, o que está em jogo, em última instância, é uma produção de esquecimento generalizada. Em *Beleza Comprada*, o personagem Pedro, conversando com sua mãe sobre as dificuldades de manter o peso, diz que mesmo depois da *lipo* (nas costas, no peito e na barriga) continuará gostando de comidas gordas porque continuará com “espírito de gordo”. Ela então lhe responde: “Mas aí é questão de memória. Você pode apagar essa e implantar uma outra”. E Pedro rebate: “Existe cirurgia pra isso?”. Ainda não, pensamos. Mas se estivesse ao alcance das mãos, ele não hesitaria. A tematização, ainda que alegórica, da paixão pelo apagamento em *Brilho Eterno de uma Mente sem Lembranças* (EUA, 2004) nos mostra que não é preciso uma ficção mirabolante para imaginarmos o dia em que contrataremos serviços de “esquecimento a domicílio”. Basta ligarmos a TV e perceberemos que a apologia da reformatação dos corpos, e a desmaterialização dos mesmos em imagens, implica também abrir mão da memória passada de cada corpo para que este seja um novo, que no futuro, a partir de uma próxima intervenção, será um ainda outro, como se com um novo corpo, um novo “chip de memória” estivesse sendo demandado, porque, afinal, para quem faz uma *lipo*, é necessário também se reprogramar para parar de comer como antes, ou para quem emagrece 60 kilos, diz-se necessário esquecer quem foi e “começar do zero”. O adeus ao “antes” e a celebração de “depois” - recurso inaugurado pelas revistas femininas - é também a expressão de despedida mais evocada nesses programas. Diz-se adeus, desde a

narizes que vão embora até a sofás ou sapatos. “Nariz antigo? Nem me lembro mais!”, em *Beleza Comprada*, ou, “Eles dão adeus ao corpo pelo qual se apaixonaram”, em *Extreme Makeover*. Também não importa o possível valor afetivo de pertences pessoais, peças de roupa ou mobiliário. Se estiver fora de moda e não for um signo de alguém inserido e bem sucedido, alguém que represente sua categoria profissional e/ou social, os cinco gays de *Queer eye* ou a *top* Fernanda Tavares dirão “adeus!”. As fotografias antigas só não são completamente apagadas porque representam a prova cabal de quem se era, valor científico, portanto, para uso exclusivo dos profissionais da transformação.

Esses profissionais, em especial os cirurgiões plásticos, julgam-se artistas ou escultores em busca de uma forma perfeita, harmônica. Sob o paradigma da autocriação moderna, negam a aceitação resignada do legado da natureza e procuram constantemente recriá-la em seus “modelos”, arquitetando, graças ao instrumental da tecnociência, vidas e corpos. A beleza, de herança natural, transformou-se em direito e dever universal. Em *Extreme Makeover*, um dos cirurgiões plásticos explicita enquanto manipula o rosto de uma personagem: “A nova Ângela será uma criação renascentista, esculpida pela medicina, arte e arquitetura. Da Vinci dizia que um artista deveria ser um bom pintor, escultor e arquiteto. Na cirurgia plástica é igual.” Também o oftalmologista do programa parece estar imbuído desse espírito quando diz: “Eu mudo a maneira de meus pacientes verem o mundo”. A consciência do poder de intervenção e produção de corpos e pontos de vista é, assim, curiosamente tematizada e reivindicada pela equipe médica norte-americana. Também em *Beleza Comprada*, a personagem Margô, não aceitando seu código genético ou sua condição natural, acusa o pai, com um misto de rancor e carinho, de ter herdado seu nariz de “batata”. Recorre, então, à ciência para corrigir a natureza (além da “turbinada básica” nos mililitros de silicone). O renascentista Pico della Mirandola, em 1486, já havia descoberto que o homem se revelava uma criatura miraculosa, pois a sua natureza continha todos os elementos capazes de torná-lo seu próprio arquiteto. Contemporaneamente, com a proclamada morte de Deus apregoada desde os fins do século XIX, a tecnociência, encarnada nas figuras dos cirurgiões plásticos, neurocientistas e geneticistas, transformou-se no discurso dominante e no lugar da verdade soberana, Olimpo onde os ideais de performance do corpo e exibição da saúde na superfície da epiderme constituem o grande espetáculo.

Antes de entrarmos nas especificidades dos programas, seria interessante tentar compreender quais são os mecanismos que fazem com que pessoas com problemas de insegurança, baixa auto-estima e vergonha de si consigam se expor para as câmeras com tanta facilidade, confessando traumas, angústias e mesmo exibindo, para milhões de espectadores, as partes do corpo que tanto rejeitam. Personagens que se escondem da vida social, mas não têm pudores em exhibir para a audiência internacional um corpo completamente flácido, depois de mais de 50 Kg perdidos, em *Extreme Makeover*, por exemplo. O que os motiva, além do prêmio adquirido - no caso, a cirurgia? De fato, os personagens têm consciência de que quando essas imagens forem ao ar, elas já dirão respeito ao passado daquele corpo, funcionando como as fotografias antigas: prova “científica” de quem se era. Também sabem que a “humilhação” de terem exibido suas partes “vergonhosas” será redimida por sua exibição, pela própria imagem, configurando uma espécie de redenção pelo constrangimento midiático. Há aí um tipo de pacto no qual o tornar-se celebridade efêmera dignifica, e justifica, qualquer tipo de “embaraço”, afinal, ter imagem, independente do papel que se desempenhe, é fazer parte de uma rede de inseridos e publicamente legitimados; ter imagem, diz-se, é o primeiro passo para a aceitação social.

Extreme Makeover, o modelo norte-americano produzido pela ABC e exibido pela Sony, é vendido, nas palavras de Paulo Vaz, um dos comentaristas de *Beleza Comprada*, como “um sonho de Cinderela”. Extremamente emotivo e sensacionalista, coloca-se como o bem-feitor, aquele que trará a felicidade prometida a quem participar. Patrocinando cirurgias plásticas e transformações visuais dos selecionados, o programa trabalha com uma média de três casos por episódio: um que envolva, além da questão estética, cirurgias reparadoras para sanar problemas de saúde; um que lide apenas com cirurgias para a extinção da insatisfação física e outro que, através de procedimentos mais suaves, resolva o problema da “má aparência”. Mostra-se tudo. Cortes, bisturis, cicatrizações e retiradas de pontos, enquanto o narrador nos diz que os personagens “descobriram que seus sonhos podem se realizar”. A beleza é vendida como condição *sine-qua-non* para aceitação social e aquisição de confiança e segurança. Uma certa personagem, professora de escola primária, que rejeita seu rosto e seu corpo, ensina aos alunos em sala que “é preciso tolerar o diferente”. Mas quando é selecionada para o programa, os alunos reagem histericamente,

como se celebrassem o fim da necessidade de tolerar a “desarmonia” da professora e sua diferença. Agora ela será uma igual, igual às imagens consumidas, igual a todas as suas colegas de *E.M. Fará*, além das plásticas do rosto e nariz, o que todas fazem: implante de silicone nos seios, lipoaspiração na barriga e “correção” de sorriso com o ajuste de 17 jaquetas de porcelana. Todas (e neste caso, todos) saem sorrindo azul. As cirurgias plásticas também são encaradas como possibilidade de ascensão social. Uma personagem negra que fará uma cirurgia para afilar as feições, fala às câmeras para justificar sua necessidade: “Se eu tivesse uma aparência melhor, um visual diferente, sei que iria longe na vida, teria opções melhores”. Já em relação às cirurgias reparadoras para sanar problemas de saúde, o programa financia correção de problemas de visão e compra de aparelho auditivo. Além da felicidade geral e mobilidade social, *Extreme Makeover* vende-se também como uma espécie de serviço, ao preencher uma lacuna deixada pelo desmantelamento do Estado de Bem Estar Social, oferecendo aquilo que seria função da rede (pública) de saúde. Neste sentido, a mesma rede ABC, percebendo a demanda, resolveu tornar explícita a proposta do oferecimento de tratamento médico e, agora em 2005, colocará no ar *Miracle Workers* (ou Operadores de Milagres), *reality* destinado às cirurgias exclusivamente corretivas para pessoas que não dispõem de recursos. Ganha-se uma ponte de safena, por exemplo, em troca da publicização dos conflitos familiares do safenado.

I want a famous face, produzido e exibido pela MTV, é marcado pelo sarcasmo e pela ironia. Com uma edição ágil, alucinada, com momentos construídos para causar aflição e tensão, muitas vezes se aproxima de um filme aterrorizante. Durante as cirurgias, exibidas sem pudores, toca-se um rock pesado. Ao contrário de *Extreme Makeover*, a MTV não patrocina as plásticas, apenas pede para documentar e acompanhar os personagens eleitos, os quais são ridicularizados em suas obsessões de se tornarem seus ídolos. Mas não se trata de uma visão “crítica”. Ao mesmo tempo em que o narrador questiona a conduta de um determinado personagem - “será que vale a pena ‘entrar na faca’?” -, e a visão sobre as intervenções é extremamente moralizante, tem-se a cirurgia e as mazelas do pós-operatório transformadas em espetáculo e humor perverso. Há assim um ponto de vista explícito do programa, sensacionalista, porém não emotivo, que além da voz *off* e do julgamento dos personagens, ainda utiliza-se de elementos gráficos para ilustrar os “casos”. Também é o

único programa que dentre as ironias com os candidatos a celebridade, embute uma questão social: o preço das cirurgias.

Beleza Comprada, primeira produção nacional do GNT no formato, assim como *I want a famous face*, não financia as intervenções cirúrgicas, apenas acompanha personagens em sua busca, como eles mesmos dizem, de auto-estima e aprovação dos outros. Ao evitar a espetacularização das cirurgias e sendo desprovido de um narrador que julga implacavelmente seus personagens, o programa coloca-se de maneira mais respeitosa e com algum distanciamento crítico. Aponta a câmera, menos para os casos isolados e mais para uma produção de sintoma social. Quando elege um personagem, também privilegia seu entorno familiar e afetivo. Também incorporou, reelaborando para melhor uma herança de *Zoológico Humano* (exibido pelo GNT), um time de intelectuais que funcionam como analistas dos “casos”. Paulo Vaz, filósofo, professor da Escola de Comunicação da UFRJ e um dos participantes, diz - sobre a contribuição crítica do grupo - que o sentido seria “se esforçar para entender porque alguém recorre a uma cirurgia plástica e em que medida esse recurso revela alguma coisa sobre cada um de nós, articulando o específico e o genérico”. O problema que se coloca quanto à participação do grupo é que a crítica acaba sendo neutralizada, quando não esvaziada, pela edição veloz, que transforma pensamento reflexivo em pensatas e frases desconexas, ao privilegiar apenas dois a três minutos de uma discussão de mais de trinta. Um problema de formato e, sem dúvida, político. Os intelectuais também são, curiosamente, filmados em preto-e-branco. A justificativa técnica é que ausência de cor neutralizaria as roupas dos participantes, o que facilitaria a não-percepção de que três episódios são debatidos de uma só vez. A consequência visual, e novamente política, é que o pensamento, além de desconexo, aparece como o lugar arcaico e desvitalizado por excelência. Porém, como contraponto à falta de vitalidade, *Beleza Comparada*, em seu melhor momento, parece ter se inspirado nas meta-narrativas inauguradas por Jean Rouch e Edgar Morin em *Crônica de um Verão* (FR, 1960). Reunindo todos os participantes ao redor de uma mesa de restaurante e os colocando para assistir a trechos do programa, os personagens se puseram a conversar sobre suas opções de vida e estéticas. Como não poderia deixar de ser, o momento mais interessante foi aquele no qual os comentários sobre os intelectuais foram tecidos. É como se, com o conflito instaurado na comunicação, os intelectuais tivessem adquirido novamente a cor.

Queer eye for the straight guy, produzido pela norte-americana Scout e exibido pela Sony, acompanha cinco gays em suas tarefas de transformação de uma casa e de seu proprietário (um *hetero*). Os cinco estão sempre correndo, literalmente, como se estivessem participando de uma gincana. Entram nas casas apressados e ansiosos, colocando abaixo o que puderem – mobiliário, objetos pessoais, guarda-roupa - enquanto fazem uso de seu repertório de comentários ferinos, por vezes cruéis. Cada um é responsável por um segmento: “aparência”, “gastronomia e vinhos”, “cultura”, “moda” e “decoração de interiores”. Os “Fab 5”, como gostam de ser chamados, são os super-heróis da contemporaneidade. Sintonizados com um segmento da ficção audiovisual norte-americana, liderado por uma nova geração marcada pelo sarcasmo, manipulam seus personagens como marionetes, submetendo-os a constrangimentos variados e manifestando desprezo pela aparência e mediocridade deles. Mas, é claro, para os “Fab 5”, não há desprezo que se sustente sem algum carinho (talvez para não romper com o consenso mínimo de um tratamento politicamente correto). Em retribuição, ao final das intervenções, os *heteros* dizem que amam os gays, que estão muito agradecidos, transformados. Uma situação exemplar foi a de um personagem careca que, após a entrada em cena dos cinco, passou a se aceitar como tal e aposentou definitivamente a peruca. Mas, para se aceitar como era, careca, precisou mudar todo o seu visual, seus hábitos e a decoração de sua casa. Adotou o *look* moderninho imposto pelo grupo, para parecer “um advogado poderoso” e ser “capaz de tomar decisões”. Como ele era muito inseguro (assunto tematizado constantemente pelos gays) precisava, primeiro, criar o visual de vencedor para, depois, passar a agir como um. “Nada de errado em ser 100% você”, proclamava o responsável pelo segmento “aparência”. “Nós vamos te ensinar a gastar mais, a comer comidas caras”, enfatizava o responsável por “gastronomia e vinhos”. Os “Fab 5”, assim como a modelo Fernanda Tavares, interventora de *Missão MTV*, não fazem nada que não seja a promoção de ajuste social, enquadramento de pessoas em categorias profissionais e produção de subjetividades seriadas. Não importa o que façam de fato, não importam seus méritos, muito menos suas singularidades, os transformados têm de, acima de tudo, parecer com rótulos já definidos *a priori* e “sair bem na fita”. Os transformados têm de ser iguais para serem consumíveis e ser diferentes para serem tornados consumidores. Parodiando o *Queer eye*, o canal GNT produziu o seu inverso: *Straight Plan for the Gay Man*, no qual quatro “machões” fazem de tudo para

camuflar temporariamente trejeitos e gestos estereotipados de voluntários gays, como se estes pudessem se “curar”, se converter em héteros, confundindo virilidade com machismo. Os dois programas primam pelo preconceito subjacente às tão aprisionantes categorias identitárias.

O Brasil, segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, é o segundo país do mundo em número de cirurgias realizadas, só perdendo para os Estados Unidos. Sem dúvida, destino certo para os *shows* que querem, conforme a chamada de *Extreme Makeover* (com aquela locução sensacionalista), “mostrar o *interior* das pessoas, desafiando a genética para a bem da nossa audiência”. A audiência do programa, sem ambigüidades. O canal E! Entertainment Television, seguindo o mesmo percurso, estreou uma *reality* série estrelada por um médico brasileiro que é um dos maiores cirurgiões plásticos de Hollywood, cuja chamada, ainda mais sofisticada, diz: “Em Beverly Hills ser bonito é vantagem”. Também a FOX lançou no último ano a série *Nip/Tuck*, “ninguém é perfeito”, sobre dois bonitões cirurgiões plásticos, fundindo ficção e realidade, em um modelo que aqui conhecemos através da novela *Metamorphoses* (Record). A diferença é que a novela, talvez seja esse um dos motivos de seu fracasso, não exibia operações com ânus a mostra, nem possuía uma dramaturgia tão cheia de sobressaltos, na qual as cirurgias são mais excitantes que as cenas de sexo. Mas é bom sabermos que a exibição de vísceras, cirurgias plásticas, vômitos, consultas médicas, exames e o recurso de falar com a câmera antes de dormir não é exclusividade dos *realities*. *Super size me* (EUA, 2004), o engajado documentário de Morgan Spurlock contra a maior cadeia de *fast food* do planeta, o McDonald’s, utiliza-se dos mesmos recursos em voga nos *shows* da TV, além de adotar um tratamento jocoso que trata os obesos, e/ou viciados em hambúrgueres e *super sizes*, como aberrações passíveis de serem ridicularizadas. O único são e salvo é ele, Morgan, e seu filme foi curiosamente sub-titulado no Brasil como “a dieta do palhaço”. Parece que essa dramaturgia contemporânea não conhece muitas opções em relação ao pior do espetáculo circense, espetáculo que através da “superexcitação fisicalista” faz da pornografia sua lógica de funcionamento, agregando o fluxo do capital ao fluido libidinal. Não por acaso, o inescrupuloso cirurgião de *Nip /Tuck*, disse em um dos episódios: “A cirurgia plástica não está muito longe da indústria pornográfica. Nós também vendemos fantasias”, fala

surpreendentemente lúcida e que se articula com o que escreveu o filósofo argentino Christian Ferrer no ensaio “La curva pornográfica – El sufrimiento sin sentido y la tecnologia” (2003): “A essência da pornografia não se encontra tanto no primeiro plano anatômico, mas em sua promessa de felicidade subjetiva perfeita”.

Segunda parte

Inicialmente, seria interessante tentar compreender em que bases culturais e históricas se alicerça a força incomum dos contemporâneos imperativos de beleza, magreza, saúde e juventude, os quais vêm ganhando cada vez mais importância no mercado das aparências³. Cada vez mais, a subjetividade parece se ancorar na *exterioridade*, nos sinais visíveis emitidos por um corpo que apela constantemente à captação dos olhares alheios em um mundo saturado de estímulos e signos visuais. Essa tendência reflete um certo esvaziamento da *interioridade*, no sentido de um espaço íntimo e privado localizado “dentro” de cada indivíduo; uma esfera interior que, ao longo da Modernidade, constituíra o eixo em torno do qual as subjetividades eram definidas, alicerçadas e edificadas. Atualmente, porém, estaríamos vivenciando certas transformações na maneira com que os indivíduos configuram e vivenciam as suas experiências subjetivas. Acompanhando as fortes mudanças que estão ocorrendo em todos os âmbitos – compassadas por tendências como a aceleração, a compressão do espaço-tempo, a sensação de fragmentação, a globalização dos fluxos comunicacionais e financeiros, a digitalização e a “virtualização” – estaríamos atravessando mutações igualmente profundas na definição da subjetividade individual. O psicanalista Benilton Bezerra cunhou para esta tendência a expressão “ocaso da interioridade”. O apagamento do magma interior que costumava dar consistência ao homem psicológico freudiano está, assim, cedendo terreno a outras construções identitárias, baseadas em novos regimes de conformação das imagens do corpo e do próprio eu.

Respondendo à expansão das explicações fisicalistas do comportamento físico e da vida mental, hoje é possível perceber uma passagem gradativa do mundo abissal dos

³ Na Alta Modernidade, os ideais normatizadores da população eram Beleza, Pureza e Ordem, os quais geriam, através de políticas racistas e higienistas, o âmbito privado da vida dos indivíduos no interior das famílias – cf. Bauman, em *O mal estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998. A esse respeito ver o interessante documentário *Arquitetura da Destruição*, de Peter Cohen (Suécia, 1992).

sentimentos e do conflito inerente ao sentido trágico da vida (com seu tecido de regras interiorizadas, transgressões e desejos reprimidos; isto é, o arcabouço da psicanálise clássica), para uma preeminência da *sensorialidade* e da *visibilidade* instantâneas.⁴ Em uma cultura que suspendeu – ou, no mínimo, relegou para um segundo plano – as indagações sobre as causas profundas e os fundamentos, na qual até mesmo as idéias de *real* e de *verdade* sofreram sérios abalos, a eficiência e a eficácia (isto é, a capacidade de produzir efeitos) se tornam argumentos inquestionáveis. Assim, tendências exibicionistas e performáticas alimentam os novos mecanismos de construção e consumo identitário, em uma “espetacularização do eu” que visa à obtenção de um efeito: o reconhecimento nos olhos do outro e, sobretudo, o cobiçado fato de ser visto. Nesse contexto, a subjetividade é estruturada em função do corpo, que se torna um espaço de criação epidérmica e um campo propício para a expressão do eu, mais do que um mero suporte para acolher aquele enigmático espaço interior que, outrora, deveria ser interpretado por meio de complexas técnicas introspectivas.

A imposição de um ideal de beleza corporal cada vez mais rígido implica, também, a propagação de novos tipos de condenação moral, que envolvem a acusação de “negligência” àqueles que não conseguem se enquadrar nesse padrão. Emergem, assim, tendências como o imperativo da prevenção e do *fitness* compulsório, uma obsessão cada vez mais generalizada pela saúde, juventude e beleza física. Intimidados a assumirem seus papéis de consumidores e gestores de si, os sujeitos são cotidianamente impelidos a administrarem seus capitais vitais para mostrar um bom desempenho, em um mundo articulado pelas leis impiedosas do mercado universalizado. Considerado responsável (e culpado) por sua aparência, que não mais se difere da espetacularização da saúde, cada indivíduo deve buscar em si as imperfeições que podem (e devem!) ser corrigidas. O corpo “em forma” se apresenta como um sucesso pessoal, ao qual qualquer um pode aspirar, se realmente se dedicar a isso. Pois, como escreveu a antropóloga Mirian Goldenberg, “não existem indivíduos gordos e feios, apenas indivíduos preguiçosos”⁵, o que poderia ser o *slogan* deste mercado moralizador do corpo, onde até as noções do que é decente e indecente passaram por mudanças, já que um corpo “trabalhado”, cuidado, sem marcas

⁴ Cf. BEZERRA Jr., Benilton. “O ocaso da interioridade”. In: PLASTINO, C. A. (Org.). *Transgressões*. Rio de Janeiro: Contracapa, 2002.

⁵ Citado por GOLDENBERG, Mirian, no prefácio a *O nu e o Vestido*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

indesejáveis (rugos, manchas, celulites, estrias) e sem excessos (gorduras, flacidez) é o único que, mesmo sem roupas, está decentemente vestido.

O corpo-imagem é, assim, objetivado, convertido em objeto de *design* para consumo próprio e alheio, em objeto privilegiado do amor-próprio de cada um: a tão propalada autoestima, a que se reduziram, segundo a psicanalista Maria Rita Kehl, todas as questões subjetivas na cultura do narcisismo. A epiderme do corpo, assim como a superfície da imagem, também é tomada o mais fiel indicador da verdade do indivíduo, da qual depende sua aceitação e inclusão social. Sob o declínio do paradigma da interioridade, a verdade de quem se é, através do desvelamento da intimidade (considerada a única fonte possível de autenticidade), transfere-se dos discursos, outrora engendrados pela secular estratégia da confissão, para a superfície das imagens, imagens televisivas, de revistas de “gente” ou, ainda, imagens capturadas e difundidas pelas *webcams*. Desse modo, aquilo que é desprovido de imagem, também se torna desprovido de existência, assim como quem não possui visibilidade, também não adquire cidadania. Nossa *videosfera* é marcada, segundo Regis Debray, pela seguinte equação: Visível = Real = Verdadeiro.

Seria interessante também articular essa “ontologia da exterioridade” aos estudos sobre a estética do vídeo implementados pelo crítico Philippe Dubois (2004). Segundo o autor, ao contrário do cinema, o vídeo é o lugar da fragmentação, da edição, da velocidade, do descentramento e da dissolução do sujeito, opondo a noção mais videográfica de *espessura* da imagem à clássica noção cinematográfica de *profundidade* de campo. Arriscaria fazer, assim, um paralelo entre a derrocada do paradigma da interioridade e a ascensão das tecnologias videográficas e digitalizantes que, cada vez mais, contribuem para a “virtualização” dos corpos e para a adoção de modelos de beleza inspirados nos ideais de leveza descarnada, de assepsia e perfeição dos “habitantes” do ciberespaço, um modelo, sem dúvida, ainda no rastro de Paula Sibília, “pós-orgânico”.⁶

Segundo tal modelo de beleza inspirado no ideal de “pureza digital”⁷, nossos mortais corpos estariam ficando obsoletos, “sujos”, “impuros”, poluídos pelas gorduras, marcas do tempo e imperfeições físicas que, de agora em diante, para sermos felizes, realizados e atendermos às exigências dos competitivos ambientes contemporâneos, precisam ser

⁶ Cf. SIBILIA, Paula. *Homem Pós-Orgânico*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

⁷ Cf. SIBILIA, Paula. “Sonhos anoréxicos e fantasmas orgânicos – Algumas reflexões sobre o horror ao corpo impuro na sociedade contemporânea”, IMSRJ, 2004, inédito.

reparadas, corrigidas, *apagadas*. Seja através dos retoques por meio das ferramentas digitais de edição de imagens, como o popularizado programa *PhotoShop*, seja através de intervenções extremas (caso das cirúrgicas), ou brandas (transformação de ambientes e habitantes), o que está em jogo é uma verdadeira “paixão pelo apagamento” (Felinto, 2000) aliada à eternização da juventude ou “juvenilismo”⁸, espécie de imperativo categórico da cultura contemporânea, marcada pela obsolescência programada e atualização permanente. Ser jovem não seria mais o que foi para as gerações hoje mais velhas, aquele estágio preparatório para a vida adulta, mas o estágio final do pleno desenvolvimento. A juventude é, assim, o lugar de chegada, para onde as crianças são impelidas a ir, cada vez mais cedo, e onde os adolescentes são incitados a permanecer. A figura do homem adulto e realizado, dono de si e da natureza, que dominou a Modernidade, é substituída pelo “multívíduo”⁹, um indivíduo não mais unitário, mas múltiplo, dotado de visão fragmentada, em contínua produção e com liberdade para multiplicar seu próprio ser através de modismos temporários. Segundo Massimo Canevacci, o antropólogo inventor do conceito, “o mundo adulto usa a memória como tormento, crueldade, dizendo que você tem que lembrar do passado. Temos que reconstruir tudo isso sem o passado”. Tal visão, instauradora de um presente fragmentado e flutuante, descomprometido com os tempos findos e desprovido de vestígios, tem como contraponto o pensamento de Zygmunt Bauman¹⁰, que identifica que a ausência de uma instância totalizadora, de leis severas e de instituições de regulação social, deixa ao indivíduo a tarefa intransferível e incessante de autoconstituição e auto-realização. Nesse panorama de um eterno presente e de um “eu jamais acabado”, o hiperconsumo se transfigura em uma recusa ao tempo exaurido e repetitivo, em um combate contra o *envelhecimento* das sensações que acompanha a rotina diária, em uma negação ao medo de “ficar para trás”, defasado e não mais sentir. Segundo o filósofo Gilles Lipovetsky (2004), a hipermodernidade caracterizaria-se por um “desejo de perpétua *renovação* do eu e do presente”¹¹, uma “pulsão neófito” que, se exorciza continuamente o medo do envelhecimento, não se acanha em, paradoxalmente, transformar o passado em nicho de mercado: modas *retrô*, museus e parques temáticos.

⁸ Cf. MAFFESOLI, Michel. *O Instante Eterno – o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*. São Paulo: Zouk, 2003. O autor utiliza a expressão “juvenescimento”.

⁹ Conceito tematizado em entrevista dada ao Jornal da Tarde, em 16/04/2000.

¹⁰ Em BAUMAN, Zygmunt. *O Mal-estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

¹¹ Em LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos Hipermodernos*. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

Sobre os “passados presentes”, esses passados tornados consumíveis, Andreas Huyssen publicou importantes trabalhos¹², assim como diversas tradições filosóficas e sociológicas discorreram sobre o problema da memória, porém, nos interessa aqui perceber que assim como ocorre com a idéia de interioridade, também está sofrendo alterações o valor atribuído a outro fator primordial na constituição da identidade individual: o *estatuto do passado* como alicerce fundamental do eu. Para o *homo psychologicus*, aquele que protagonizou as sociedades industriais do Ocidente dos últimos dois séculos, o passado tinha um sentido importantíssimo na definição do presente e de tudo quanto é. Por isso, impunha-se mergulhar, através das reminiscências ou da própria psicanálise, na interioridade subjetiva de cada indivíduo à procura do significado do presente e do próprio “eu”. Contemporaneamente, vivemos numa época em que o passado parece ter perdido boa parte do seu sentido como “causa” do presente, mais ainda, hoje a questão do sentido não parece estar em discussão, pois a sociedade atual se projeta apenas nos efeitos, enquanto desdenha das causas e dos fundamentos. O sujeito atual ou, ainda, personagem de algum *reality show*, ao esvaziar todo o peso normativo que o passado já teve, demanda a tão propalada liberdade de escolha e de consumo, solicitando um esquecimento permanente – necessidade vital em face à efemeridade dos bens não-duráveis e aos modelos de ser e de corpo. Este corpo efêmero em breve se tornará “obsoleto” e “ultrapassado”, devendo ser sempre recriado ou aprimorado, atualizado com novos recursos, técnicas e cosméticos, novos saberes especializados em longevidade, rejuvenescimento e bem-estar. Afinal, a vaidade é vista hoje como auto-aprimoramento, necessidade vital e social, equiparada à própria imagem da saúde, enquanto o envelhecimento, neste processo crescente de medicalização da vida, é encarado como doença. Nos EUA, segundo informação do documentário *Em Busca da Juventude* (GNT, 2004), os *liftings* faciais cresceram nos últimos dois anos 84% e as cirurgias ao redor dos olhos 91%. A justificativa dada por algumas candidatas às plásticas faciais é que as rugas ao redor do rosto dão uma “expressão de cansaço e estresse”, de “corpo doente”, denunciando, portanto, o excesso de trabalho, trabalho que paradoxalmente irá financiar o apagamento de suas próprias evidências na pele. Também Alexander Edmonds, em seu artigo “No universo da beleza: notas de campo

¹² Ver HUYSEN, Andreas. *Seduzidos pela Memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000 e *Memórias do Modernismo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1996.

sobre cirurgia plástica no Rio de Janeiro”¹³, entrevista uma “personagem” de 59 anos que fará na Santa Casa, depois de dez meses de espera, a segunda cirurgia de rejuvenescimento facial. Ao que ela diz: “Não é vaidade (...), não considero a minha cirurgia estética – é reparadora mesmo, ela vai reparar o efeito do tempo, o que o tempo está destruindo. O corpo é igual à casa, perde o valor e tem que reformar”.

O corpo, da morada cristã, à casa a ser posta à baixo. O corpo-casa: expressão síntese que faz o liame perfeito entre os *reality shows* de intervenção cirúrgica e aqueles de intervenção nas habitações e nos habitantes, ambos os “espaços”, físicos e epidérmicos, sofrendo operações, reformas, reconstruções. Edmonds também cita o caso de uma personagem que depois de “refeito” tudo - abdômen, seios, lipoaspiração e face - comprou um apartamento novo e deu uma festa, um tipo de *inauguração* para comemorar o novo corpo-casa, tendo, obviamente, o cirurgião plástico como convidado de honra. Esta personagem é apenas mais um exemplo, dentre milhares de pessoas, de alguém que teve em seu corpo o esquecimento inscrito. Ao apagar os vestígios visuais e corpóreos que nos vinculam ao tempo e, concomitantemente, ao aderirmos ao discurso da renovação perpétua do “eu jamais acabado”, sempre à espera da próxima intervenção, abrimos mão de uma narratividade que articule passado e presente e que projete futuro. E sem projeto de futuro, não há memória, não há ação possível, não há política. Mas é importante esclarecer que a memória não é vista aqui como algo já dado, baú trancafiado onde se guardam as cartas e fotografias de antanho. A memória, como para Bergson, é uma dimensão positiva, viva e potencialmente presentificável. A memória, assim como o tempo, constitui-se na duração. Já o esquecimento, embora seja o que torne vivível a vida, capacidade humana fundamental e sem a qual seria insuportável viver, foi, como o tudo que nos é vital, capitalizado, transformado no moto-contínuo da produção imaterial capitalista¹⁴. O esquecimento é o lugar onde as diferenças são apagadas, os conflitos apaziguados e as resistências minadas. O esquecimento é o lugar para onde as imagens televisivas, em sua grade maioria, são relegadas.

¹³ EDMONDS, Alexander. “No universo da beleza: Notas de campo sobre cirurgia plástica no Rio de Janeiro”. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). *Nu e Vestido – Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

¹⁴ Cf. HUYSEN, em *Seduzidos pela Memória* (pg. 25), o argumento padrão de Adorno é que “a mercadorização é o mesmo que esquecimento” e, ainda, “a comercialização de memórias gera apenas amnésia”. A perspectiva desenvolvida nesta pesquisa é mais complexa que as visões a respeito da Indústria Cultural, pois leva em consideração os deslocamentos ocorridos no próprio sistema capitalista – hoje, pós-industrial – e as transformações subjetivas implicadas.

Referências bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt. *O Mal-estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
.....*Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BEZERRA JR., Benilton. “O ocaso da interioridade e suas repercussões sobre a clínica”. In: PLASTINO, Carlos Alberto (org.). *Transgressões*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2002.
- BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita. *Videologias*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004;
- DEBRAY, Régis. *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no Ocidente*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- DUBOIS, Philippe. *Cinema, Vídeo, Godard*. São Paulo: CosacNaify, 2004.
- EDMONDS, Alexander. “No universo da beleza: Notas de campo sobre cirurgia plástica no Rio de Janeiro”. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). *Nu e Vestido – Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- FELINTO, Erick. “Obliscência: por uma teoria pós-moderna do esquecimento”. In: *Contracampo No.5 – Revista do Programa em Pós-Graduação em Comunicação da UFF*. Niterói: IACS, 2000.
- FERRAZ, Maria Cristina Franco. “Tecnologia, Imaginário e Pensamento: breve ensaio acerca da filosofia de Henri Bergson”, 2002, inédito.
- FERRER, Christian. “La curva pornográfica – El sufrimiento sin sentido y la tecnología”. In: *Artefacto # 5 – Pensamientos sobre la Técnica*, Buenos Aires, verano 2003-2004.
- GOLDENBERG, Mirian e RAMOS, Marcelo Silva. “A civilização das formas: O corpo como valor”. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). *Nu e Vestido – Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- HUYSSSEN, Andréas. *Seduzidos pela Memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos Hipermodernos*. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.
- MAFFESOLI, Michel. *O Instante Eterno – o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*. São Paulo: Zouk, 2003.
- MARZOCHI, Ilana Feldman. “Estilhaçando a onividência: perspectivas sobre os *Reality Shows* na contemporaneidade”. Projeto de conclusão da graduação em Cinema, UFF, 2004.
- RANCIÈRE, Jacques. “A lógica da amnésia”. In: Suplemento Mais!, FSP, 25/05/2003.
- ROLNIK, Suely. “Toxicômanos de Identidade – subjetividades em tempo de globalização”. In: Lins, Daniel (org.) *Cultura e Subjetividade - saberes nômades*. Campinas, São Paulo: Papirus, 2000.
- SIBILIA, Paula. *O Homem Pós-Orgânico*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
.....*Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica*. In: LEMOS, A; CUNHA, P. (org.) *Olhares para a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
.....“Sonhos anoréxicos e fantasmas orgânicos – Algumas reflexões sobre o horror ao “corpo impuro” na sociedade contemporânea”, IMS-UERJ, 2004, inédito.
.....“A vida como relato na era do *fast-forward* e do *real time*: algumas reflexões sobre o fenômenos dos blogs”, ECO-UFRJ, 2004, inédito