

CECÍLIA LEITE:
**A INVASÃO DO PRIVADO NA ESFERA PÚBLICA DA
TELEVISÃO: DA CONSTITUIÇÃO DO FORO INTERIOR AO
DISPOSITIVO DE EXPOSIÇÃO DA INTIMIDADE**

*Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Da ECO/UFRJ
e professora do Departamento de Comunicação Social da UFMA
cecilialeite@elo.com.br*

RESUMO: Este artigo analisa a reordenação das fronteiras entre o público e o privado e sua influência nas práticas de exposição da intimidade na televisão, em especial nos reality shows. Partindo-se de uma abordagem histórica sobre a constituição da noção de foro interior, enfoca-se a questão da imagem e da visibilidade, buscando compreender de que maneira as novas tecnologias de comunicação mobilizam a exposição do que até então se mantinha protegido do domínio público. Pretende-se assim analisar as implicações que essas práticas de exposição de intimidade suscitem na produção de subjetividades.

PALAVRAS-CHAVE: visibilidade, reality shows, intimidade, domínio público e privado

ABSTRACT: The following paper focus on the changes of boundaries between the public and the private and its influence on the practices of the exhibition of intimacy on television, specially on reality shows. Starting from a historical approach of the constitution of the idea of privacy, it focus on the issue of image and visibility, trying to understand how communication technologies mobilize the exhibition of what was so far unrevealed in the public level. Such analysis also tries to study the reflections of these practices of the exhibition of intimacy on the production of subjectivity.

KEY WORDS: visibility, reality shows, intimacy, public and private domain

As tecnologias de comunicação, enquanto “regimes de constituição de sujeitos e objetos” (Foucault, 1983), geram dispositivos de visibilidade que implicam diferentes reflexos na sociedade e no processo de produção das subjetividades. Do advento da televisão à era da internet, a história dessas tecnologias é marcada por claras inversões e deslocamentos na relação entre indivíduo e visibilidade, influenciando no modo como este constitui a si mesmo e a sua identidade.

Nos últimos anos, com o foco de visibilidade incidindo sobre o indivíduo comum, essa relação vem assumindo novos contornos, tanto na esfera televisiva, quanto nos demais dispositivos de visibilidade gerados pelas novas tecnologias de comunicação, tais como webcams, weblogs, fotologs, entre outros. Verifica-se, assim, uma reordenação da esfera pública e uma forte presença da esfera privada na cena midiática. Nesse contexto, pretende-se analisar essa nova forma de mediação entre os domínios público e privado, permeada pelas tecnologias de comunicação, em especial a mídia televisiva.

Recentemente, com o surgimento e a popularização dos programas de TV que abordam temáticas pessoais, em caráter confessional, a tela televisiva volta seus holofotes e microfones a pessoas ordinárias, que falam de sua vida privada, seus problemas familiares, psíquicos, conjugais, revelando múltiplos aspectos de sua intimidade ao público midiático. Espetáculos de realidade, essas emissões destacam-se no cenário televisivo nos formatos atuais dos reality shows, como Big Brother, Casa dos Artistas e, mais explicitamente, nos chamados reality shows de ‘intervenção’(1): programas que acompanham transformações individuais, que vão desde mudanças no modo de vestir e de decorar a casa, a modificações radicais na aparência física, com direito a implantes de silicone, lipoaspirações e toda sorte de cirurgias plásticas. Neste cenário, destaca-se uma das principais características desse novo campo de visibilidade: a exposição da vida íntima e privada na televisão, foco central de interesse deste trabalho.

A entrada do foro interior no reino televisivo acontece quando o deslocamento das fronteiras entre o público e o privado já se reflete em vários setores da sociedade, pois, como defende Sodré (2002), a cultura pública contemporânea mira-se no espelho televisivo, que refrata socialmente seus reflexos, produzindo novos tipos de comportamento, novas subjetividades. Atualmente, vivemos na era de uma televisão onde qualquer um pode aceder à cena para representar um papel - o próprio - e não mais para

fazer parte de uma claqué. Espaços de visibilidade privilegiada, os reality shows levam a público a intimidade daquele que quer, mais que se mostrar, ser visto. Nesse cenário, como interpretar esse interesse cada vez maior em expor o que outrora era mantido na esfera íntima? O que está em jogo nesse processo de publicização da intimidade? O que incitaria o indivíduo comum a expor sua vida privada para o grande público? Que implicações essas práticas de exposição da intimidade suscitam na produção de subjetividades? De que forma a reordenação das fronteiras entre público e privado afetam as noções de intimidade e foro interior? São questões que sem dúvida suscitam reflexões que certamente poderão contribuir para a compreensão de aspectos relevantes na constituição de subjetividades e identidades.

A onipresença do olho sedutor da televisão no centro da vida cotidiana dos brasileiros, com o pretense poder de tudo mostrar e tudo ver, vem provocando intrigantes modificações nas relações entre o público e o privado. Durante pelo menos dois séculos, o bom gosto burguês nos aconselhou a não falar, não mostrar e a não fazer certas coisas em público. Hoje, essas mesmas coisas, até então restritas à esfera da vida privada, são expostas abertamente na tela da TV.

Diante disso, pretende-se buscar entender esse movimento de publicização da vida privada, partindo de uma abordagem histórica sobre a configuração dos domínios público e privado, seguida de uma análise da relação entre indivíduo e visibilidade em sua relação com o olhar do outro, para, posteriormente, observarmos essas práticas de exposição da intimidade na televisão, em especial nos reality shows.

A história nos mostra que a diferenciação entre as esferas pública e privada data do século XIX. Para o homem da sociedade de corte – no senso lato do termo – dos séculos XVII e XVIII, essa divisão entre público e privado ainda não existia. Isto porque o controle social se exercia diretamente sobre todas as esferas da atividade e sobre todos os comportamentos.

Philippe Ariès (1987) distingue três processos na constituição do domínio privado como esfera autônoma. O primeiro relaciona-se à conquista da intimidade individual, verificada entre os séculos XVI e XVII, quando se estabelece um certo individualismo dos costumes. O segundo, que abrange o século XVI ao XVIII, acompanha o desenvolvimento da conversação. Formam-se grupos de convívio em meios que não pertenciam nem à nobreza nem

ao povo; surgem pequenas sociedades dedicadas à discussão, à correspondência e à leitura em voz alta. Alain Corbin (apud Mehl, 1996,p.149) destaca nesse período alguns fatores que contribuem progressivamente para a demarcação do território do indivíduo: o encantamento pela auto-contemplação, observado na proliferação dos auto-retratos e depois no sucesso da fotografia, a aparição das tumbas individuais, a valorização do corpo - sinalizada pelo surgimento da cama e depois dos quartos individuais - a separação dos banheiros e das roupas íntimas, o aperfeiçoamento da higiene pessoal, entre outros. Segundo Ariès, a terceira etapa desse processo de ascensão do privado, entre os séculos XIX e XX, exprime-se por um retorno à família. A partir de 1860, com o início da história moderna da sexualidade, reinventa-se a noção de sentimento e “os indivíduos tendem a escapar da influência do clero, ao instituir em torno de sua vida afetiva uma aura de segredo” (idem,p.149). A família muda de sentido: passa a ser um lugar de afetividade onde se estabelecem as relações de sentimento entre o casal e os filhos, um lugar de atenção à infância. Desenvolvendo essas novas funções, a família se separa mais notadamente do espaço público. “A casa e a noite demarcam um espaço-tempo da privacidade em torno do corpo onde admitimos a dignidade e a liberdade” (Perrot apud Ariès,p.152). Assim se opera, segundo Michelle Perrot “a prodigiosa descoberta de si por si mesmo”.

O século XX, a partir da primeira guerra mundial, desencadeia um processo inverso, de ressocialização de várias funções privadas. Atividades circunscritas à esfera familiar, como a educação e a saúde, são progressivamente transferidas à coletividade e ao Estado. Cada vez mais, a sociedade é levada a gerenciar questões ligadas ao indivíduo. Por sua vez, a mídia começa a difundir informações e conselhos de vida sobre temas ligados à alimentação, higiene, bem-estar, sexualidade, reprodução, e tantas outras questões que antes ficavam restritas a escolhas individuais ou opções morais. E assim se amplia a esfera das atividades coletivas.

A articulação entre vida privada e vida pública revela-se então mutante e fluida. Nesse movimento de vai-e-vem entre público e privado nas questões relativas aos costumes e à vida cotidiana, os meios de comunicação desempenham um papel de destaque.

As alterações na esfera privada que apareceram a partir do fim dos anos 50, com a melhoria do conforto doméstico, uma nova consciência de mobilidade social e a liberação

dos costumes, fizeram emergir a questão da responsabilidade de si e da afirmação de si. Esse movimento abriu um espaço para a realidade psíquica e moldou as formas de subjetividade. E se nos anos 60, a busca do bem-estar estava ligada ao conforto e à abundância dos objetos-signos do mercado de consumo, durante os dez anos seguintes, a politização do privado e a cultura psicológica desenham um novo paradigma que passa pela busca de relação consigo e com o outro. A imprensa feminina se encarrega de mostrar em manuais de auto-ajuda, receitas de como melhorar a si mesmo e atingir o bem estar, que não consiste mais em aceitar seu destino, mas em construir a própria história. Essas publicações abriram as fronteiras do foro interior, com uma ampliação do terreno do psíquico. (Ehrenberg,1995)

O final da década de setenta inaugura uma fase em que as dificuldades psicológicas passam a ser expostas na esfera pública, com o auxílio das câmeras e dos microfones. As queixas até então restritas ao universo familiar, mostram-se abertamente para o público da TV; os indivíduos divulgam seus segredos nos meios de comunicação de massa. As relações pessoais viram então objeto de publicidade, tornando-se o espaço público cada vez mais habitado pelo espaço privado.

Dessa forma, as mídias aceleram o processo de privatização da vida pública. Ao lado da “vida privada pública” coexiste a “vida pública privada”, sendo que uma e outra se interpenetram e se entrelaçam ao ponto tornar ilegíveis as fronteiras entre as duas esferas (Mehl, 1996,p.154).

Sabe-se que as alterações nas fronteiras entre os domínios público e privado têm sido uma característica da Atualidade, constituindo-se num dos aspectos que a diferenciam da Modernidade (Habermas, 1984; Sennet, 1988). As tecnologias de comunicação, por sua vez, têm desempenhado um papel fundamental nesse processo, tendo a esfera pública midiática firmado-se como o médium por excelência que conecta o público e o privado. (Bruno, 2005)

Com a mídia televisiva cada vez mais interativa, o indivíduo comum é chamado a participar, a fazer parte do espetáculo midiático. A esfera privada (do segredo) encontra, assim, seu lugar privilegiado nesse espaço onde se faz visível ao outro. Acontece então a avalanche do privado na televisão. Os reality shows garantem visibilidade a quem estiver disposto a se mostrar, a revelar sua intimidade em público. Esses programas, em suas versões mais recentes, não se contentam apenas em flagrar detalhes íntimos da vida dos participantes, mas a propor

transformações no seu modo de agir, de vestir e, principalmente, de ter e moldar um corpo, como no caso dos já mencionados reality shows de intervenção. Programas como *Extreme Make Over* (Sony Entertainment) e *Beleza Comprada* (GNT), nos quais mudanças físicas são exibidas em todas as suas minúcias, a invasão do privado no espaço público e do público no domínio privado assume proporções sem precedentes. Nesse cenário, cabe refletir sobre os mecanismos que levam pessoas com problemas de insegurança, vergonha do próprio corpo e baixa auto-estima a se expor diante das câmeras com tamanha facilidade, confessando traumas, angústias e mesmo exibindo, para milhões de espectadores, as partes do corpo que tanto rejeitavam e lutavam para esconder. Pessoas que se escondem da vida social, mas que não têm pudores ao exibir um corpo completamente disforme depois de mais de 50 quilos perdidos, em *Extreme Makeover*, por exemplo. O que os motiva, além do prêmio (no caso a cirurgia plástica)? Nota-se 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-se visível; é fazer parte de uma rede de inseridos e publicamente legitimados; ter imagem, diz-se, é o primeiro passo para a aceitação social.

Em *L'individu incertain*, Alain Ehrenberg (1995) explica a invasão do privado na esfera pública da televisão, afirmando que “ir para a TV, exibindo sua vida privada torna-se um meio de aceder a uma condição de dignidade humana mediante o seu reconhecimento pelo outro, que escuta sua palavra e vê a sua imagem” (idem, p.187). Dessa forma, dramas e conflitos íntimos, segredos e corpos expostos publicamente nos reality shows, garantiriam essa conversão do sujeito, da condição de anônimo para a condição de célebre, de invisível a visível, de mediano a extraordinário. A televisão reafirma assim o imaginário de que todos têm acesso à visibilidade, que passa a ser um direito requerido por indivíduos ou grupos.

Ehrenberg destaca ainda o fato de que a própria subjetivação da experiência de pertencer ao mundo implica necessariamente uma confirmação pelo outro: a palavra que demanda, afirma ou conta é o meio, mas a condição de ser autenticado, legitimado, é conferida pela imagem. E complementa: “Talvez, a falta de pudor ao mostrar-se para as câmeras seja uma conseqüência e não uma causa, porque uma dose mínima de narcisismo é condição para ação individual, sendo necessário que essa dose implique um mínimo de reconhecimento de si por um outro – um vizinho, um parente, um público midiático” (idem, p.190).

Torna-se indispensável então uma referência à Psicanálise, retomando Lacan (1987), cujo conceito de estágio do espelho nos diz que a imagem é a forma mais primitiva de identificação, o que nos coloca na dependência absoluta do olhar do outro. Segundo ele, o olhar do Outro Primordial(2) origina o eu, concedendo-lhe uma imagem unificada e testemunhando a visibilidade que atesta sua existência. Freud, por sua vez, já havia ressaltado a importância do olhar materno na constituição do corpo narcísico do bebê, consolidando um primeiro sentido do eu (Freud, 1980). Ora, se em qualquer forma de vida humana, a primeira certeza de nossa existência se forma a partir da constatação de que o outro nos vê, a visibilidade e o cuidado com o olhar do outro constituem certamente importantes referenciais na produção de subjetividades e identidades.

As próprias análises de Foucault sobre Modernidade mostram como a subjetividade é estritamente ligada aos dispositivos de visibilidade (Foucault, 1983). O poder disciplinar, que encontra o seu modelo ideal no Panóptico(3), vincula a produção de individualidades e subjetividades a uma rede de olhares e de “uma arte obscura da luz e do visível” (Foucault, 1983, p. 154), presentes nos diversos dispositivos e tecnologias, mais ou menos materiais que constituem o mecanismo disciplinar (apud, Bruno, 2004, p.58). Para Foucault, o Panóptico aparece como uma lógica tecnológica que, distribuindo espaços e olhares, produz um sistema capaz de organizar os princípios de vigilância, já que o olhar do outro, sendo sempre possível enquanto vigilância, geraria um sistema de interiorização de regras e das normas, fazendo surgir os chamados corpos dóceis (Tucherman, 2004, pp.5,6). Tais dispositivos instituem um regime de visibilidade que é atrelado à própria constituição da subjetividade e do indivíduo moderno.

Como se sabe, é na Modernidade que as fronteiras entre o público e o privado se firmam. Valores como interioridade e profundidade passam a ser foco de investimento e cuidado, sendo considerados abrigos da verdade e do desejo do sujeito, tornando-se nítido então o domínio do que pertence a uma interioridade (que não se revela) e o que é da ordem do externo.

Todavia, como bem analisa Fernanda Bruno(2005), se a Modernidade produziu uma topologia da subjetividade e do cotidiano que abrangia o espaço privado e seus diversos níveis de vida interior – casa, família, intimidade, psiquismo – a Atualidade inverte esta topologia, voltando a subjetividade para o espaço aberto dos meios de comunicação e seus variados níveis de vida exterior – tela, imagem, interatividade. Com a esfera privada requisitando cada vez maior visibilidade, a subjetividade encontra-se cada vez mais exteriorizada, tendo seu

acento no próprio movimento de exteriorização, na demanda pelo olhar do outro: o olho que testemunha e avalia a imagem. Assim, diferentemente da Modernidade, a constituição da subjetividade atual não seria mais um mergulho em camadas profundas, mas ao contrário, um movimento de exibição, de conversão de um *eu* em imagem. Nessa perspectiva, as tecnologias de informação e de comunicação constituem-se, ao mesmo tempo, testemunhas e agentes de produção dessa subjetividade exteriorizada (Bruno,2005,p.64).

Os veículos de comunicação de massa, que se apresentam como mediação necessária da realidade sócio-cultural, instituíram a existência de uma realidade intimamente vinculada a sua visibilidade midiática. Dessa forma, a esfera pública torna-se cada vez mais privatizada e ordenada segundo as lógicas do consumo e do espetáculo (Debord, 1998; Bucci &Kehl, 2004).

Débord (apud COSTA, 2004) considera que a inversão na relação entre público e privado notada hoje na sociedade atual seja consequência do fato de estarmos vivendo em uma sociedade regulada majoritariamente não pela política ou pela religião, mas pelo espetáculo. E nesse meio social, em que o espaço da mídia é substituído pela visibilidade instantânea do show e da publicidade, a fama torna-se mais importante que a cidadania, e a exibição produz mais efeitos sobre o laço social do que a participação ativa dos sujeitos nos assuntos da sociedade.

Bucci (Bucci & Kehl, 2004) afirma que a televisão substituiu o espaço público pelo espaço virtual do espetáculo. Maria Rita Kehl (Bucci& Kehl, 2004), por sua vez, vincula a visibilidade na sociedade do espetáculo à aparição da imagem corporal no campo do outro, imaginariamente representado pela televisão. Na sociedade do espetáculo, explica a autora, o mecanismo que garante ao sujeito a visibilidade necessária para que ele exista socialmente (no campo do Outro) é a tentativa de produção de identidades. E a identificação do sujeito não se faz mais com a imagem do Outro, mas com a imagem de si mesmo apresentada pela televisão como uma imagem corporal. O Outro é encarado neste contexto como uma instância pública, simbólica, que no imaginário do sujeito pode encarnar todas as figuras que oferecem mediação entre ele e o espaço público, tais como professores, autoridades, líderes, ídolos, que detenham algum tipo de poder ou saber. Segundo Kehl (idem, p149), é diante dessas figuras - no espaço de ligação entre o público e o privado, na fronteira entre a vida íntima e o poder - que o sujeito é tentado a “aparecer”, exibir o brilho fálico da imagem, que atesta: “eu sou” (porque o Outro me vê).

A exteriorização de si é assim o motor do espetáculo de realidade. O indivíduo não existe se é incapaz de fazer saber que ele existe. Contudo, é preciso considerar também o cenário de individualização da existência e a radicalização da responsabilidade por si mesmo

nos diversos setores da vida privada e pública contemporâneas, com a progressiva privatização das trajetórias individuais e o declínio do encargo coletivo dos destinos individuais, antes atribuído a instituições e atores sociais organizados (Bauman,1999 e Ehrenberg,1995).

Com a crescente individualização, a vida social exige que o indivíduo dê provas de iniciativa, encarregando-se pelo trabalho e por sua aparência corporal e psicológica, num mundo de mobilidade permanente onde o futuro profissional, afetivo e familiar é instável. Com essa aposta cultural na privatização das trajetórias individuais, tudo passa a ser uma responsabilidade e uma conquista do indivíduo. Isso o coloca na condição de ‘moratória ilimitada’(reciclagem permanente, formação profissional, necessidade de crescer, de aumentar suas capacidades individuais). Assim, o sujeito atual é levado a não aceitar limites, e sim a superá-los. Não é à toa que hoje as figuras de destaque social são as que representam a superação dos limites – esporte, beleza, sucesso profissional.

O futuro, situado num lugar de incerteza, vira símbolo de angústia, mais do que de realização. Com isso, o primeiro investimento do sujeito passa a ser na imagem, na auto-estima. Comprando a idéia vendida nos livros e manuais de auto-ajuda de que “é preciso parecer algo para depois ser e agir como tal” (Feldman, 2004), o indivíduo supervaloriza o corpo e todos aspectos voltados à aparência pessoal. Em consequência, verifica-se um superinvestimento na estética e nas tecnologias a ela associadas.

O excessivo interesse pelo corpo, todavia, aumentou a atenção dos indivíduos para com a sensorialidade, e essa experiência vem sendo acompanhada de efeitos físicos, mentais e sócio-culturais preocupantes. No caso de indivíduos psicologicamente frágeis, a seqüência dos maus tratos auto-impostos em nome da estética resulta muitas vezes em graves distúrbios da imagem corporal. Como destaca Costa (2004, p. 172), “o fisiculturismo compulsivo, as bulimias, as anorexias, as compulsões por próteses ou cirurgias plásticas repetidas e arriscadas são seqüelas da tentativa malograda de tomar posse do corpo-espetáculo”.

Interferindo no plano do imaginário e do desejo, criando e propagando um aumento das expectativas de felicidade através da construção de um corpo ideal, a televisão constitui-se um dispositivo importante na propagação de imagens beleza e de sucesso social

atreladas ao corpo e à aparência física, o que se observa de forma explícita e extrema nos reality shows de intervenção. A idéia vendida nesses programas é a de que a beleza está agora ao alcance de todos: só não é bonito (leia-se magro, lipoaspirado, siliconado, “plastificado”, de boca carnuda, plaqueta dentária etc,etc,etc.) quem não quer! A televisão, com o auxílio da tecnologia aplicada à ciência médica, coloca-se à disposição do indivíduo, prometendo fazer dele um corpo “ideal”, e com isso, uma pessoa bem sucedida e feliz. A TV mostra com detalhes essa transformação física do indivíduo comum para o ‘extraordinário-corpo-imagem’ tecnologicamente produzido, que é exibido de modo triunfal na tela, face aos aplausos e exclamações admiradas da família, dos amigos, da sociedade.

Com a idéia de *eu* vinculada à imagem, a vida privada cada vez mais se exterioriza. As tecnologias de comunicação notadamente difundem e multiplicam a cultura do aparecer, do fazer-se visto, que caracteriza a sociedade atual. O foro interior invade massivamente o mundo das aparências. E a TV de realidade gera relações entre o espaço público e o espaço privado cujos conteúdos e limites são imprecisos.

Diante disso, verifica-se que a tensão entre as esferas pública e privada, característica da Modernidade, continua na Atualidade, mesmo com as fronteiras agora quase invisíveis. Essa tensão estaria na base dos conflitos do indivíduo atual. Como vimos, na tentativa de recalcar a insegurança e o medo do fracasso (afetos característicos da atualidade) - por ter que ser sempre mais e sempre melhor do que é -, o sujeito volta-se para sua imagem, e mais recentemente para a publicização e espetacularização dessa imagem. Para isso, reivindica um espaço de visibilidade nos meios de comunicação, pois com ela garante reconhecimento e legitimação pelo olhar do outro.

Partindo-se da análise de Kehl (2004), que propõe que o Outro estaria simbolizado nessa produção imaginária da qual a TV é o principal veículo, arriscamos considerar então que o olho televisivo encarna o grande Outro materno Lacaniano, que olha e ao mesmo tempo fornece a sensação de que pode tudo, tudo sabe e que é capaz de fazer o indivíduo se sentir completo, como se sentem os bebês em relação à figura materna. De certa forma onipresente e onisciente, a TV oferece uma contínua produção de imagens e de visibilidade, funcionando para o sujeito como oferta incessante de objetos para o desejo – e, portanto, como suposição de um saber sobre o seu desejo. É exatamente assim, na visão psicanalítica, que a mãe age com o bebê: ela oferece objetos de satisfação para o filho, supondo saber o que ele quer. Mas, a certa altura, é

necessário que tal funcionamento cesse, para advir daí o tal sujeito do desejo. Como, na televisão, a produção de imagens é contínua e abundante, o desejo (esvaziado) confunde-se com o próprio movimento de exteriorização de si, desse ‘eu-imagem’ do sujeito que, ao encarnar o Outro, torna-se visível para os outros. Com isso, a subjetividade se exterioriza. A Televisão, ao conferir visibilidade instantânea ao indivíduo, legitima-o socialmente, e isto apenas pelo fato de estar nela, de aparecer, de se fazer existir como imagem na sua tela. Assim, no seio tecnológico da TV, o indivíduo passa a se sentir pleno, reconhecido e (por que não?) amado.

Por outro lado, essa íntima relação entre a técnica e a subjetividade desfoca as fronteiras entre o natural e o artificial. O acelerado progresso tecnológico vem transformando a nossa cultura, e a nossa própria natureza, numa espécie de linha de produção de seres protéticos, híbridos. Como ressalta Tucherman (2005, p.6), estamos vivenciando um movimento de “artificialização da vida”. Cabe ressaltar aqui o instigante questionamento da pesquisadora: “Não haverá um caráter de absoluta artificialização no conjunto dos nossos atuais valores estéticos? A magreza, a juventude, os corpos trabalhados de músculos definidos, não são absolutamente vinculados a esta intervenção artificializante?”(idem,p.6). Bem, se, na Modernidade, a natureza era uma limitação, um destino, na Atualidade tudo pode ser moldado, construído. Isto é, hoje, tudo é artifício. O próprio corpo entra na esfera da produção artificial tecnológica. As cirurgias plásticas, as neurociências, os nanocosméticos, os psicofármacos oferecem soluções “milagrosas”. A beleza, a saúde, o bem estar psíquico apresentam-se no mercado como bens de consumo ao alcance de todos. É a artificialidade moldando as novas formas de subjetividade.

Ora, num mundo tecnologicamente assistido, onde quase tudo é possível, o limite é encarado como insuficiência individual. E é para esse sujeito, em constante moratória em relação a esse ideal, que se dirigem os produtos de consumo voltados para o corpo, a saúde e a vida psíquica (Bruno, 2005, p.67). Tais mecanismos aparecem explicitamente nos reality shows de intervenção. Propondo modificações na esfera das aparências (do exterior, do corpo, da pele, da roupa, do estilo), esses programas “parecem assumir que a verdade está na superfície e que a autenticidade reside na possibilidade de parecer outro” (idem, p.67), isto é, na imagem adquirida após a ‘transformação’. E interessante é observar que, se antes as cirurgias plásticas eram feitas em sigilo e quase nunca assumidas, hoje, ao contrário, são publicizadas, e o próprio o processo de mudança

corporal é convertido em imagem midiática, exposta ao grande olhar do Outro (instância pública).

Diferente da Modernidade, onde o sujeito era incentivado a refletir, analisar e aprofundar-se em questionamentos, o sujeito da sociedade atual é levado a agir, em resposta a uma demanda do olhar do Outro. Para existir diante desse olhar do outro, para não desvanecer como uma imagem quando deixa de ser vista, ele é compelido a fazer-se notar. Isso explicaria não apenas a busca por alcançar os disputados 15 minutos de fama, prenunciados por Andy Warhool, mas também essa corrida desenfreada das práticas de exposição de si na esfera midiática: exposição do corpo, da vida privada, da intimidade enfim. Nessa perspectiva, os reality shows, assim como os weblogs e fotologs, destacam-se como dispositivos artificiais de produção da intimidade e da subjetividade, alterando os limites entre o público e o privado, entre o natural e o artificial, e redefinindo a própria noção de foro íntimo, pois, nos dias atuais, a interioridade só pode ser pensada em sua relação com a exterioridade. A linha imprecisa entre exibição e segredo talvez não suprima as zonas de sombra e do “não-dito”, mas certamente as remodela. A intimidade torna-se hoje uma idéia fluida, mutante, cujos limites flexíveis são traçados, não mais por uma autoridade social, política, jurídica, religiosa ou moral, mas por cada indivíduo.

Notas:

(1) Os reality shows exibidos na televisão brasileira que acompanham trajetórias de transformações em aspectos como vestuário, decoração, aparência e estilo pessoais, incluem, por exemplo, *Esquadrão da Moda (Pelople + Arts)*, *Antes e Depois (People + Arts)*, *Missão MTV (MTV)*, *Minha casa, sua casa (Pelople + Arts)*, *Queer eye for the straight guy (Sony)*. Entre as produções que documentam cirurgias plásticas, correções odontológicas e implantes de silicone estão *Extreme Make Over (Sony)*, *Beleza Comprada (GNT)*, e *I want a famous face(MTV)*.

(2) O Outro em psicanálise é testemunha da visibilidade do sujeito, portanto de sua existência presentificada em uma imagem; a posição do sujeito na imagem é chamada de Eu ideal. Lacan sugere que o olhar deste Outro primordial não apenas devolve ao filhote de homem a imagem unificada de seu corpo no tempo presente, como inaugura a permanência do mesmo sujeito numa temporalidade futura, projetando a criança na direção de um ideal narcísico sempre por alcançar, sempre além da imperfeição confirmada pela experiência. Por sua vez, o Outro é também portador imaginário da esperança de que ele estará mais perto do Eu Ideal quanto mais se parecer consigo mesmo. Ou melhor: quanto mais se parecer com aquele que ele supõe que o outro veja.(Kehl,2005,p.94)

(3) A imagem do panóptico tem sido umas das mais fortes metáforas para explicar o significado teórico e social de vigilância e controle na sociedade contemporânea. Jeremy Bentham, no séc. XIX, criou o modelo da prisão panóptica (1990,245). O modelo de Bentham contempla uma prisão com uma torre central de observação, ocupada por um observador que nunca é visto, mas que pode olhar, com riqueza de detalhes, o comportamento dos prisioneiros, alojados em celas transparentes. Segundo Foucault esse modelo serviria para “induzir no preso um estado de visibilidade consciente e permanente, que garante o funcionamento automático do poder”. (1977:201)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENTHAM, Jeremy. “O Panóptico ou a casa de inspeção”.In: Silva, T.T.(org). *O panóptico*. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

ARIES, Philipe, Duby Georges(org). *Histoire de la vie privée*. Paris: Editions du Seuil, 1987.

BRUNO, Fernanda. “Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e comunicação”. *Revista Famecos*, nº. 24, 2004.

_____. “Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows”. *Contemporânea*, vol.3, nº. 2, 2005.

- BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. *Videologias*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- COSTA, Jurandir Freire. *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1998.
- DELEUSE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.
- EHRENBERG, Alain. *L'individu incertain*. Paris: Vrin, 1995
- ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Ed. zahar, 1994.
- FELDMAN, Ilana. “Intervenções “artísticas”?”. Disponível em www.uol.com.br/tropico, 2004.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 1883.
_____. FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade. O cuidado de si*. Rio de Janeiro: Graal, 1985. v. III.
- FREUD, Sigmund. *Sobre o narcisismo: uma introdução*. Obras completas. Rio de Janeiro: Imago, 1980.
- HABERMANS, J. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- LACAN, Jacques. *O Seminário. Livro 2*, Rio de Janeiro: Zahar, 1987.
- MEHL, Dominique. *La télévision de l'intimité*. Paris. Éditions du Seuil, 1996.
- PROST, Alain. “frontiers et espaces du prive”. In: Ariès, P. Duby, G. (Org.) *Histoire de la vie privée 5: de la Première Guerre Mondiale à nos jours*. Paris, Seuil. 1987.
- SENNET, Richard. *O declínio do homem público: as tiranias da intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- SIBILIA, Paula. “Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica”. CD-Rom da XII Compôs, 2003.
- VIGARELLO, Georges. *O limpo e o sujo: uma história da higiene corporal*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- KEHL, Maria Rita; BUCCI, Eugênio. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004.

PAIVA, Raquel; SODRÉ, Muniz. *Cidade dos artistas: cartografia da televisão e fama no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 2003.

SIBILIA, Paula. *O homem pós-orgânico*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho. Uma teoria da comunicação linear em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

TUCHERMAN, Ieda. *Breve história do corpo e seus monstros*. Lisboa: Passagens, 1999.

_____. O corpo-propriedade. In: FAUTO NETO, Antonio; PINTO, Milton (Org.). *Mídia e cultura*. Rio de Janeiro: Diadorin, 1997.

_____. “Michel Foucault hoje, ou ainda: Do dispositivo de vigilância ao dispositivo de exposição da intimidade”. Texto apresentado na conferência Foucault e a comunicação possível, na Universidade Nova de Lisboa, Portugal, 2004.

_____. “Forever Young”, em A Juventude como valor contemporâneo. ECO/UFRJ, 2005

VILLAÇA, Nízia. *Em pauta: corpo, globalização e novas tecnologias*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.