

CORPOS PLASTIFICADOS: autenticidade e reality shows de intervenção corporal

Cecília LEITE¹⁹

RESUMO: Este artigo focaliza a questão da autenticidade nos reality show de cirurgia plástica, sublinhando seus reflexos nos processos de produção das subjetividades contemporâneas. Por intermédio da análise de episódios do programa *Extreme Makeover*, pretende-se observar os indícios de alterações na noção de autenticidade contidas nos depoimentos dos participantes, que apontam para uma autenticidade associada ao artifício. Para efeito de análise, traçaremos um paralelo com o cinema, através da fala de uma personagem polêmica de um dos filmes de Almodóvar, que encarna com nitidez a proposta de autenticidade de uma sociedade tecnológica que vincula os corpos não mais (e apenas) à natureza, mas à história e à cultura.

PALAVRAS-CHAVES: Autenticidade. Reality Shows. Cirurgia plástica, Corpo, Tecnologia.

ABSTRACT: This article focuses on the issue of authenticity in plastic surgery reality shows, highlighting its impacts on the process of constitution of contemporary subjectivities. Through the analysis of *Extreme Makeover*'s episodes, we intend to observe indications of changes in the notion of authenticity that come out of the statements of its participants, pointing to an authenticity connected to artificiality. For analysis purposes, we draw a parallel with the cinema by choosing a character from one of Almodóvar's controversial films, which clearly embodies the proposition of authenticity in a technological society, the one that links the body, not to nature anymore, but to history and culture.

KEY-WORDS: Authenticity. Reality shows. Plastic Surgery. Body. Technology.

¹⁹Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ, professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão. E-mail: cecilialeite@elo.com.br

“(...) unicamente a representação manipulada tecnicamente pode reclamar ‘originalidade’.” (BORCK)

1.A TV e a construção do corpo-espetáculo

Observa-se, no cenário atual, uma tendência, cada vez mais acentuada, a se promover modificações no corpo (FEATHERSTONE, 1999), desde as mais sutis, obtidas a longo prazo, como a utilização de cosméticos e a prática de exercícios físicos, até as mais duradouras, como o *bodybuilding*, a tatuagem e o *piercing*, chegando às mais radicais, como as cirurgias plásticas, que promovem interferências profundas e irreversíveis.

Essas transformações corporais têm lugar no bojo de uma cultura na qual a tecnologia desempenha papel de extrema relevância e a temática do pós-orgânico torna-se recorrente, não apenas nas produções cinematográficas de ficção científica, mas também nas rotinas digitais de acesso à informação, trabalho e lazer, que permeiam o cotidiano do sujeito atual. Para os corpos midiáticos, tecnológicos, a indústria de cosméticos e a das cirurgias estéticas aperfeiçoa-se diuturnamente, lançando no mercado técnicas e produtos que prometem efeitos milagrosos, diluindo, assim, as fronteiras entre medicamentos e tratamentos de beleza, visto que ambos se interseccionam nos efeitos que produzem no corpo, sempre visando ao seu aperfeiçoamento. A beleza plastificada, tecnologicamente “editada”, desqualifica cada vez mais a organicidade do ser humano, face à perfeição prometida pelos artifícios técnicos e tecnológicos, onde tudo parece muito limpo, asséptico, artificial. Ao apresentar o corpo como substrato passível de toda sorte de intervenções, a televisão, bem como as demais tecnologias de informação e comunicação da atualidade, reforça, referenda e reafirma as noções de superação do orgânico em prol do tecnológico, do pós-orgânico, como denomina Sibilia (2002).

Por sua vez, a crescente atuação da mídia na formação de mentalidades mudou as formas básicas de definição do sujeito na história ocidental. Hoje em dia, a publicidade, além de apresentar cosméticos “inteligentes”, fórmulas, equipamentos e técnicas cirúrgicas para o aperfeiçoamento do corpo, promove a identificação de certos predicados corporais ao

sucesso social. A massa dos indivíduos é levada, dessa forma, a admirar e a querer imitar o estilo de vida dos célebres, poderosos e famosos. Todavia, um dos poucos itens desse mundo *glamouroso* que parece ao alcance do indivíduo comum é a imagem do corpo. Possuir um corpo como o dos bem-sucedidos é o meio que a maioria encontrou de ascender imaginariamente a uma condição social da qual está definitivamente excluída, salvo raríssimas exceções.

Na visão de Kehl (*apud* BUCCI e KEHL, 2004, p. 129), não é o predomínio da imagem sobre a personalidade, ou da aparência sobre a ‘essência’, que caracteriza a sociedade contemporânea. O que nos diferencia hoje de outros períodos da modernidade é a “espetacularização da imagem e seu efeito sobre a massa dos cidadãos indiferenciados, transformados em platéia, ou em uma multidão de consumidores da aparente subjetividade alheia”.

Nessa corrida para atingir o ideal de corpo glorificado pela mídia, o corpo-espetáculo, os indivíduos não medem esforços, submetendo-se a duras práticas e verdadeiros “sacrifícios” corporais no intuito de alcançar o padrão propagado pelos veículos de comunicação. E muitos não querem apenas consertar, disfarçar possíveis falhas físicas, querem mudar radicalmente, virar outra pessoa, deixar para trás o invólucro que consideram sem graça, feio ou fora dos padrões do que é considerado *sexy* ou atraente pela mídia. Por conta disso, lançam mão das novidades que a tecnologia se encarrega de produzir de forma vertiginosa no campo das cirurgias plásticas, propiciadoras dos “milagres” que arrancam expressões de espanto e admiração.

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 configura-se como um atuante mecanismo na propagação dessa moral do espetáculo, apresentando o corpo midiático como objeto de desejo e de consumo para milhares de telespectadores.

Recentemente, em uma oportuna associação com as novas tecnologias voltadas à medicina estética, a mídia televisiva encontrou um novo nicho nesse mercado promissor. Na

esteira do sucesso do formato dos polêmicos *reality shows*, a TV arrisca-se a invadir ainda mais a intimidade dos participantes, propondo-lhes transformações nas mais diversas esferas da vida privada, do guarda-roupa às formas do corpo, produzindo assim uma nova linhagem de programas: os *reality shows* de intervenção, nos quais as mudanças físicas são flagradas em todas as suas minúcias. Em 2002, com a estréia de *Extreme Makeover* na rede norte-americana ABC, os bisturis entram em cena e ganham destaque nas telas de TV, expondo ao grande público a intimidade dos procedimentos médicos, que antes tinham na preservação da privacidade dos pacientes um princípio ético profissional. Dois anos depois, o programa chega ao Brasil pela Sony Entertainment Television, trazendo a reboque uma série de produções do gênero - *The Swan* (Warner Channel), *I want a famous face* e *Missão MTV* (MTV), *Dr. 90210* (E! Entertainment), que posteriormente, na Rede TV!, recebeu o nome de *Dr. Hollywood*, só para citar alguns. Esses programas, além de exibirem, sem restrições, barrigas cortadas, jatos de sangue, postas de gordura retalhadas na tela da TV, expõem à apreciação dos telespectadores - o que se configura ainda mais inquietante - as mazelas psicológicas dos pacientes, levando a público suas feridas mais íntimas, relacionadas à insatisfação com o próprio corpo. Diante das câmeras, os participantes exibem abertamente o que tanto lutavam para disfarçar e esconder: as imperfeições físicas que os tornavam “inadequados” às expectativas sociais. Ao aliar-se à tecnologia voltada à medicina estética, para aplacar o sofrimento dos telespectadores dispostos a se entregar de corpo e alma aos seus cuidados, a todo-poderosa televisão parece oferecer-se ao imaginário do telespectador como a grande redentora, apresentando a cirurgia plástica estética como solução para todos os problemas. Contudo, tal como acontece no plano das religiões, onde a transformação ética só é válida mediante sacrifícios, o telespectador-paciente, antes da “redenção”, deve expiar suas culpas, sofrendo e submetendo-se a humilhações e ao escárnio público, para depois ressurgir como uma nova criatura, uma nova identidade, pronta para ser reverenciada pela sociedade do espetáculo.

Neste início do século XXI, o projeto de reconfiguração dos corpos é não apenas tecnicamente viável, mas também demandado pelos próprios indivíduos. Nos programas de intervenção cirúrgica, os participantes imploram por novos narizes, novos seios, novos rostos, novos sorrisos e terminam “plastificados”, iguais a todos os demais. Esses *realities*

oferecem, assim, uma verdadeira pedagogia e tecnologia de como ser aceito e parecer belo e seguro, produzindo subjetividades em série como “kits-de-perfis tirânicos adquiridos no mercado” (FELDMAN, 2004, p. 7). Ao entronizarem padrões de beleza sintéticos, essas produções atestam que o corpo ingressa definitivamente na esfera da produção artificial tecnológica.

2. A questão da autenticidade nos reality shows de cirurgia plástica

É possível que os *reality shows* de intervenção corporal estejam apontando para uma radicalização na produção dos corpos da contemporaneidade? Quais os indícios de alterações significativas na noção de autenticidade presente nos depoimentos, nas palavras, gestos e confissões dos participantes? Suas falas sobre o próprio corpo, como uma narrativa de vida, estariam assinalando uma autenticidade desvinculada da origem – nascimento, biologia, personalidade – e remetida a um vir-a-ser – desejos, técnica, imagem?

A partir dos depoimentos dos participantes, suas queixas e seus posicionamentos nos programas, pretende-se analisar aspectos relacionados ao corpo-imagem desses sujeitos em sua relação com o conceito de autenticidade. Como ponto de partida da análise, tomaremos a curta e interessante seqüência cinematográfica em que a personagem Agrado²⁰, travesti do filme de Almodóvar, conta sua história. Seu relato sobre o próprio corpo transformado expressa claramente a noção de autenticidade em um mundo perpassado pela técnica e pela tecnologia.

No palco, substituindo uma peça de teatro que não pôde ser apresentada porque as duas atrizes não compareceram, Agrado inicia sua fala irônica, reforçada por um gestual ambíguo: *“Me chamam Agrado, porque toda minha vida, só fiz agradar às pessoas. E, além disso, sou muito autêntica. Olhem que corpo! Feito à perfeição!”*. Após uma pequena pausa, a personagem começa a apontar as partes de seu corpo que passaram pelas transformações com que sempre sonhou, graças a múltiplas intervenções cirúrgicas. A cada parte que exhibe,

²⁰ Agrado é personagem do filme *Tudo sobre minha mãe* de Pedro Almodóvar (Espanha, 1999).

Agrado revela o valor da respectiva cirurgia: *“Olhos amendoados: 80 mil. Nariz: 200 mil (...) Peitos. Dois, porque não sou nenhum monstro. Oitenta mil cada... mas já bastante amortizados.”Silicone... “– Onde?”* [Grita um homem da platéia]. *Lábios, testa, nas maçãs do rosto, quadris e bunda. O litro custa 100 mil. Calculem vocês, pois eu perdi a conta” (...).* A cena termina com esta intrigante afirmação da personagem: *“Não devemos economizar, pois se é mais autêntica quanto mais se parece com o que se sonhou para si mesma.”*

Ora, a fala de Agrado resume com perfeição a questão que nos propomos a analisar: as demandas de autenticidade nos *reality shows* de intervenção corporal e seus reflexos nas formas de ser, estar e de se ter um corpo na atualidade. Optamos por esta personagem porque ela associa a si mesma, ao seu corpo transformado, um conceito que em nossa tradição cultural estaria no seu extremo oposto: o de autenticidade.

Em nossa cultura, como bem ressalta Oliveira Jr.(2005), a noção de autenticidade encontra-se associada à ideia de persistência das nossas origens – biológicas e psicológicas – ao longo da vida. Essa ideia relaciona-se, em grande parte, à proposição de que devemos ser coerentes. Ao considerarmos nossas origens como parâmetro, tal coerência seria alcançada.

Sabe-se que a autenticidade é uma questão-chave nos programas de telerrealidade, abrangendo desde o que se refere à postura e ao posicionamento dos participantes nos programas de confinamento, no estilo Big Brother, à autenticidade voltada à problemática do corpo e suas transformações, intermediadas pelas tecnologias biomédicas. De modo geral, nos *reality shows*, entra em cena a noção de autenticidade ligada ao que é verdadeiro. Nos programas, uma pessoa comum é percebida como autêntica, se podemos pensar que ela é verdadeira à essência de alguma coisa, a uma verdade revelada, a um sentimento que mantém lá no fundo (VAN LEEUWEE, 2001 *apud* HILL, 2004, p. 58). Nesse caso, a própria fala é tida como autêntica porque parece verdadeira para capturar ou apresentar a experiência do participante. Por outro lado, os integrantes dos programas - escolhidos para serem ficcionalizados - representam a si mesmos, o que aponta para o aspecto da falsidade dos *reality shows*, visto que prometem o que lhes é mais próprio e constitutivo: a realidade.

Nos *realities* de cirurgia plástica, emerge a questão da autenticidade ligada ao

confessional. Em geral, as práticas confessionais se baseiam numa cultura da exposição que tem história *psi*: “você é tão mais verdadeiro quanto mais expõe suas mazelas”. Na construção da beleza artificial, onde o autêntico se vincula ao artifício, o transformado, mesmo artificializado, é tido como autêntico porque isto corresponde a sua vontade, ao seu desejo de ser belo. É como se a autenticidade não fosse ligada a uma verdade da sua história, mas sim a algo que se constrói a partir do que se apresenta. É a autenticidade à altura do seu desejo, capturado pelo formato televisivo. Vejamos este trecho do programa *Extreme Makeover*,²¹:

“Oh, Deus! Ela está maravilhosa! Ela saiu de dentro para fora! Parece tão autêntica, tão genuína!”, exclama com admiração a sobrinha de Kenna, ao vê-la na cerimônia de Revelação, depois da série de intervenções cirúrgicas a que se submeteu²². Ressalte-se que na própria fala dos participantes do programa, fica clara a noção de autenticidade ligada ao corpo reconstruído cirurgicamente. E, como reforço, a recém-transformada Kenna declara-se radiante com a aquisição do corpo dos sonhos:

Kenna – “Estou maravilhada!” Minha aparência está melhor do que nunca! Sempre sonhei com isso! Eu quero que todo mundo saiba o quanto estou feliz agora!”.

A autenticidade, na visão de Charles Taylor (1994), é um conceito que implica uma afirmação de subjetividade, que não se esgota no escapismo nem no hedonismo, mas que tem, pelo contrário, um significado de realização pessoal que se identifica com a afirmação do sujeito num horizonte social que admite a existência do Outro, enquanto realidade próxima geradora de enormes potencialidades éticas. Para ele, por detrás da aparente generalização do hedonismo, esconde-se uma ideia de autenticidade susceptível de ser considerada como um ideal moral ou ético e que tem implícita a ideia “de uma existência melhor e mais elevada, onde a própria ideia de melhor e de mais elevado não se definiria em função dos nossos desejos e necessidades, mas com vista a um ideal ao qual devíamos

²¹*Extreme Makeover* foi o programa pioneiro nesse formato (de intervenção cirúrgica), além de ser o mais longo e considerado o mais popular dentro e fora dos EUA. O reality da ABC estreou naquele país em dezembro de 2002, vendendo-se como “um sonho de Cinderela”, segundo o seu site oficial. A partir do sucesso da atração, surgiram outras produções do gênero em vários países, através de seus “clones” ou “adaptações”. Propondo transformações extremadas, o programa é extremamente emotivo e sensacionalista, vendendo-se como aquele que trará a felicidade aos participantes

²²No episódio 6 da temporada 2 de *Extreme Makeover*.

aspirar" (Op.cit.: 23-24).

“Quero mudar o meu rosto porque preciso de uma aparência melhor para ter uma vida melhor. Vocês não sabem o que é ser feia”, diz Lori, em Extreme Makeover.

Como se pode notar, na ótica dos programas de cirurgia plástica, esse ideal de “ser melhor” e de “ter uma existência melhor” resume-se, basicamente, ao fato de se construir um corpo melhor. E a satisfação pessoal passa necessariamente pela modificação corporal. Um ideal que passa a ser corporificado por meio da cirurgia plástica, que assim modela subjetividades.

Sabe-se que as subjetividades contemporâneas têm na imagem do corpo um de seus pontos centrais, senão o seu eixo principal. E é este corpo que a televisão (e o cinema) nos mostra exaustivamente. No cinema, todavia, “esse corpo é exibido de maneira segmentada (mãos num momento, pés em outro, músculos em outro, face em outro...), deixando aos espectadores a tarefa de reagrupar, juntar, organizar esses fragmentos corporais em seu imaginário” (OLIVEIRA Jr., 2005, p. 57). Ao inscrever na tela parcelas da realidade, o cinema traz para aí o inconcluso, a ambigüidade, a mistura, o conflito, os intervalos imbricados no real. A televisão, por sua vez, não dá espaço para o inconcluso ou para dúvidas, em vez disso oferece respostas, nomeia o desejo do telespectador, apresentando o corpo como imagem-objeto, um corpo-imagem pronto para ser consumido, notadamente a serviço de interesses comerciais. A TV está sempre nos propondo algo, através de uma produção contínua de visibilidade e de imagens, que funciona para o sujeito como oferta incessante de objetos de desejo, sendo o ideal do corpo perfeito um elemento sedutor nessa vitrine especular.

Mas, voltemos à fala de Agrado. Depois de apontar as várias cirurgias que transformaram o seu corpo - que antes era próximo da imagem do masculino – em um corpo ligado à imagem do feminino, a personagem afirma que as intervenções corporais foram feitas para que ela se apresentasse como uma imagem autêntica. Ora, Agrado sugere uma idéia de autenticidade cada vez mais exeqüível em nossa sociedade, cujos recursos tecnológicos possibilitam toda sorte de modificações corporais. Nessa perspectiva, teríamos uma autenticidade própria do ambiente técnico que permeia o cotidiano atual. Uma

autenticidade que vincula os corpos não mais (e somente) à natureza, mas principalmente à história e à cultura.

Na via oposta do desejo de agravo, Michelle é uma mulher com aparência masculina que busca a transformação total em *Extreme Makeover*, alegando querer se parecer com a mulher que sabe que é (ou pelo menos pensa que sabe), mas que não aparenta ser:²³

A câmera enquadra uma pessoa caminhando vigorosamente numa fazenda. Seu andar e seus gestos são bastante masculinizados. [Entra a voz do locutor em *off*]:

Locutor – “Ela veio ao *Extreme Makeover* com um único problema: quer mudar sua aparência masculina e se parecer mais com uma mulher!”

Michelle (36 anos) – “Fico chateada quando certas pessoas me chamam de “senhor”, ou... você sabe. Eu sei que sou uma garota. Eu gosto de ser mulher. Mas a primeira impressão que as pessoas têm de mim é... Elas me vêem como andrógina, eu acho. Eu tenho um problema de identificação com meu gênero. Isso me fez buscar essa possibilidade de transformação. E estou querendo completar esse processo de ser o que quero ser”, confessa.

Locutor – “Michelle sente que sua aparência a tem impedido de atrair os homens”.

Michelle – “Algumas vezes, quando saio com as minhas amigas, sinto que elas chamam a atenção dos homens e eu não. Eu quero essa transformação porque eu sei que tenho um grande potencial. Talvez eu queira ter um filho, talvez eu queira um marido. Poder mostrar o que sou significaria muito para mim. [Ela chora, respira fundo] Isso é muito, muito difícil... E poder mostrar o que sou da maneira mais honesta e real possível... É tudo que quero. Para mim, levar esta vida de “rapazinho”, não representa quem eu realmente sou.”

O depoimento de Michelle, como os da maioria dos participantes de *Extreme Makeover*, reivindica basicamente a possibilidade de remodelar o exterior para se adequar ao que seria, para ela, uma verdade interna. De forma recorrente, as falas dos personagens atestam esse desejo e reforçam a autenticação dessa verdade após a transformação.

Depois da cirurgia, Michelle se olha no espelho:

²³Episódio 6, temporada 2.

Michelle – “Uau! Não era apenas mais um desejo! É agora realidade! Estou tão entusiasmada! Oh, meu Deus! É um visual completamente diferente! Mesmo essa dor que sinto agora para mim é uma prova de honra. Eu agradeço a mim mesma. Eu consegui fazer! E agora vou continuar e partir para uma nova etapa na minha vida”.

Michelle aparece para os amigos na cerimônia de revelação, depois de sete semanas e sete radicais procedimentos estéticos(rinoplastia, lifting de rosto, pálpebras e sobrelanceiras, remoção de gordura da face, implante de queixo, lipoaspiração na barriga, correção e plaquetas de porcelana nos dentes). Face à reação efusiva da família e dos amigos, a nova Michelle ressurge 15 quilos mais magra, visivelmente desconfortável num colado vestido azul, a se equilibrar num salto alto. A família chora de emoção. Michelle se orgulha:

Michelle – “Antes da cirurgia, eu me via no espelho e via uma pessoa totalmente diferente de mim mesma. Eu fecho os meus olhos e ainda eu vejo a pessoa que era. Mas agora, olho no espelho, meus olhos estão bem abertos e eu vejo a pessoa que eu sabia que estava lá dentro”.

Neste caso, essa “imagem interior” não mais seria aquela engendrada pelos processos psicológicos próprios da subjetivação. A imagem interior em especial seria, nesse contexto, aquela considerada pragmaticamente como a melhor, ou seja, a imagem mais habilitada, por sua eficácia, a se tornar pública – exteriorizada. Portanto, será essa a imagem construída por cada um dos participantes do programa, gravitando em torno dos ideais de normalidade, aceitação e dos padrões instituídos de gênero, beleza e sedução. Este ponto encontra forte convergência com a concepção foucaultiana de controle social como controle sobre os corpos, sendo a docilização dos corpos dos subordinados o objeto da busca de um sistema de disciplinamento do campo social.

Para Le Breton (2003), práticas como *body building* e cirurgias estéticas demonstram o primeiro grau de suspeita direcionada ao corpo, pois a pessoa só se reconhece em seu corpo após uma segunda etapa, após ter realizado nele alguma interferência. A pessoa passa assim por uma reinvenção e resignificação de si mesma. O autor apresenta “o corpo vivido como acessório da pessoa, artefato da presença, implicando em uma encenação de si que

alimenta uma vontade de se reapropriar de sua existência, de criar uma identidade provisória mais favorável” (LE BRETON, 2003, p. 22).

No depoimento de Michelle, mais um aspecto merece nossa atenção: ela encara a dor como uma espécie de auto-martírio, auto-purificação, como se através dela, conseguisse autenticar o processo de transformação, isto é, como passou por uma prova de força, fez jus à recompensa do corpo transformado. *“Mesmo essa dor que sinto agora para mim é uma questão de honra”. Eu agradeço a mim mesma. Eu consegui fazer!“.* Sabe-se que na perspectiva da cultura somática, o sofrimento é legitimado em prol dos resultados, ou seja, a própria dor que o sujeito enfrenta é encarada como uma “honraria”. Como se o candidato fosse valorizado, adquirisse uma espécie de insígnia, um valor associado, por ter sido capaz de abrir mão de um corpo “ruim” por um corpo “bom” e por isso passasse a ser digno de admiração. No período de recuperação, Michelle aparece inchada, deformada, toda enfaixada e cheia de hematomas, como um monstro de um *freak show* contemporâneo. Mas, na lógica da cultura somática estas seriam apenas práticas ascéticas para a “redenção” do corpo. Note-se que ela própria agradece a si mesma o seu esforço pessoal por empenhar-se em cuidar de si, atribuindo a isso uma espécie de conquista moral, dentro do imperativo do cuidado, da vigilância e da ascese de si, imposto pela ideologia do corpo perfeito, dentro do processo de somatização da subjetividade.

Sabe-se que a construção de corpos-imagens se processa tanto nos acessórios que colocamos sobre o corpo, quanto naqueles que introduzimos dentro dele, sendo a pele o limite e a interface entre o que está fora e o que está dentro. Aquilo que é colocado no “dentro”, por passar a ser considerado conteúdo interno, deixa de ser pensado como acessório. Na visão de Oliveira Jr. (2005), isso se dá porque acreditamos que os acessórios externos têm uma temporalidade de convivência (e atuação sobre nós mesmos) pequena, enquanto aqueles que introduzimos sob a pele (como uma prótese de silicone, por exemplo) possuem uma temporalidade mais longa, contínua. Com as sofisticadas tecnologias de intervenção no corpo, essas temporalidades ficam mais tensionadas, já que é possível colocar e retirar gordura, carne ou próteses com quase tanta facilidade quanto se pode alongar os cabelos com o *megahair*. No Brasil, considerado o “país da cirurgias plásticas”,

pode-se inferir que a nossa cultura seja propensa a aceitar uma autenticidade corporal (subjativa) diferente daquela vinculada às origens, à natureza. Dessa forma, a proposição da personagem Agrado – a autenticidade adquirida na subversão do natural – pode ter boa aceitação por aqui.

Como atesta o discurso de Agrado, a autenticidade desse corpo, sua ‘natureza’, estaria no processo que o construiu. Ao dizer que o que tem de mais autêntico é o silicone, Agrado defende que o ‘autêntico’ nela é justamente produto de sua criação, da intervenção de seu desejo. Ao romper com a oposição entre o falso e o verdadeiro, ela também rompe com outra oposição tradicional: natureza e artifício.

Todavia, como ressalta Oliveira Jr.(Op.Cit., p.62), “Agrado não fala do seu corpo-intimidade, não fala do seu sexo. Agrado traz seu corpo-imagem como exemplo de autenticidade”. Por sua vez, nos programas de intervenção corporal, os participantes não apenas transformam o seu corpo e a sua imagem, como também levam a público importantes aspectos da sua intimidade, tanto física quanto psíquica, numa possível tentativa de justificar a necessidade da transformação cirúrgica e garantir legitimidade ao processo. Vejamos, agora em detalhes, a história que Kenna nos revela em *Extreme Makeover*, antes da transformação:²⁴

Locutor – “Desde a época da escola, Kenna tem uma paixão pelo tênis [imagens dela na quadra, numa partida]. Mas depois de anos e anos jogando sob o sol, ela está parecendo décadas mais velha do que seus 45 anos”, anuncia o locutor em off apresentando imagens em close do rosto enrugado.

Kenna – “Eu cresci nos anos 70, quando a gente se expunha ao sol para se bronzear e ninguém falava dos danos que os raios solares poderiam causar. Estou pagando por isso agora. [música triste de fundo]. Quando estava dando aula de tênis há um tempo atrás, ouvi as garotas mais novas me chamarem de ‘treinadora-uva-passa’, por eu ser baixinha e toda enrugada. Isso foi como uma flecha no meu coração. Eu fiquei, sabe com...[suspiro]. O que eu sinto no meu interior não é o que mostro no exterior. Porque eu me sinto como uma moça de 20 anos e aparento ter 70. Isso não é justo”.

O cirurgião (Dr. Garth Fisher) comenta para a câmera:

²⁴Episódio 6 da temporada 2.

Dr Fisher – “Quando olhei para ela, pensei que ela tivesse 20 anos a mais do que ela realmente tem”.

Na próxima cena, o médico simula, no computador, os resultados das futuras intervenções. Kenna acompanha tudo:

Kenna – “É assim que eu me sinto por dentro. Essa sou eu! Estou definitivamente pronta para a mudança”.

Note-se que os participantes vêm à cena televisiva contar sua história, exibem a sua intimidade, seus dramas psicológicos, suas frustrações mais pungentes, responsabilizando o corpo (que rejeitam) pelas mazelas e injustiças que sofreram. Esperam do novo corpo, a possibilidade de se ver como acham que deveriam ser. Almejam um corpo que irá colocá-los no rol das pessoas desejáveis, um corpo que vai trazer à superfície, o seu *self* verdadeiro. Duas semanas depois da cirurgia, o médico pergunta:

Dr Fisher – “Você está feliz com o que você fez por você mesma? [Kenna chora]

Kenna – “Estou, responde a paciente, meneando afirmativamente a cabeça”.

Quatro semanas depois, Kenna entra na limusine para ir à cerimônia de revelação:

Kenna – “Quando eu me olhei no espelho pela primeira vez, depois da retirada das ataduras e dos pontos, eu vi a Kenna que estava dentro de mim todo esse tempo. Eu me sinto um pouquinho como a Cinderela indo para o baile. Eu sei que isso soa brega, mas é realmente assim que me sinto”.

A câmera enquadra a ansiedade dos amigos e parentes, ilustrada por depoimentos sobre a expectativa para conhecer a “nova Kenna”. Os telespectadores também ainda não conhecem a sua imagem remodelada.

Locutor – “Este é o grande momento!” [a silhueta da transformada aparece por trás de uma cortina] “Kenna está a um passo de por os pés de volta na sua vida”. [música orquestral, aplausos, gritos e lágrimas].

Kenna – “Oh, meu Deus!” [mais lágrimas, aplausos, exclamações, olhares atônitos, bocas entreabertas. Kenna, em êxtase, abraça o filho e recebe flores].

Filho – “Estou completamente atônito, extasiado com sua nova aparência,

com o resultado dessa transformação! Eu não poderia estar mais feliz por ela. Minha mãe está realmente maravilhosa!”

Irmã mais nova - “Ninguém vai mais dizer que ela aparenta ser mais velha do que eu. De jeito nenhum”.

Filho - “Ela já é uma grande mulher. Mas sua personalidade e sua autoestima vão vir à tona com maior intensidade. Estou certo de que agora muitos rapazes vão fazer fila para convidá-la para sair. Por mim tudo bem, desde que sejam rapazes legais”.

Dito de maneira mais incisiva, o que foi indicado por Kenna e Michelle - e reforçado pela fala da personagem Agrado – é que o parâmetro de construção de nossa imagem vem sendo o de nos tornar reserva de mercado, disponíveis para consumo, ou seja, construídos para ‘agradar’. Como bem resume Oliveira (Op.Cit., p.63), “uma vez que a ‘imagem interna’ tem a potencialidade técnica de se desdobrar sobre nossa pele e exteriorizar-se em nosso corpo, a construção de si-mesmo, de nossos corpos, se daria como imagem-corpo para ‘agradar’ a um outro. Esse outro, por sua vez, é pensado como consumidor, portanto um outro percebido em quantidade e indiferenciação”. Não importa quem, importa quantos.

Vejamos o depoimento de Sandra, a viúva de 53 anos, dois episódios depois da sua transformação em *Extreme Makeover*:²⁵

Sandra - “Agora, quando eu vou à mercearia, os rapazes me olham, se aproximam, perguntam se eu quero ajuda, perguntam se já achei o que estava procurando...[dá um sorriso sapeca]. E eles nem trabalham lá!”, gaba-se. “Estou mais confiante, me sinto mais atraente. Agora sou mais feliz.”

Voltando à cena na qual Agrado está no palco a contar sua história. Na sua fala, a idéia de autenticidade – “sou muito autêntica” – vem seguida da palavra corpo – “olhem que corpo!”. Note-se também que a autenticidade aparece conectada à imagem e ao futuro: “se é mais autêntica quanto mais se parece com o que sonhou de si mesma”. Ou seja, nem o corpo original, nem o passado são mais referências para a autenticidade. Em seu lugar está um “vir-a-ser”, a possibilidade de trazer à tona, à superfície da pele, uma imagem que até então existia somente no interior.

²⁵Temporada 1, episódio 5.

Vale aqui lembrarmos as reflexões de Suely Rolnik (1997, p.2), em sua *Insólita Viagem à Subjetividade*:

Um tanto perplexos, nos damos conta que o dentro, aqui, nada mais é do que o interior de uma dobra da pele. E reciprocamente, a pele, por sua vez, nada mais é do que o fora do dentro. A cada vez que um novo diagrama se compõe na pele, a figura que até então ela circunscrevia é como que puxada para fora de si mesma, a ponto de acabar se formando uma outra figura. É só neste sentido que podemos falar num dentro e num fora da subjetividade: o movimento de forças é o fora de todo e qualquer dentro, pois ele faz com que cada figura saia de si mesma e se torne outra. O fora é um “sempre outro do dentro”, seu devir.

Mas retornemos à televisão, agora com a fala de Monika: ²⁶

Monika – “Eu me sinto como uma Cinderela se arrumando para ir ao baile. E nada desse negócio de virar abóbora à meia-noite! Tenho o espírito de uma garota de vinte anos e agora o corpo de uma garota de vinte anos! Então, segure-se querido, aí vou eu!”, exulta Monika, de 54 anos, depois de perder 50 quilos e passar por sete radicais intervenções cirúrgicas em *Extreme Makeover*”..

Antes da transformação, ela enfrentava uma obesidade mórbida, que se refletia na sua qualidade de vida, causando sofrimento psíquico e dificuldades no convívio social. No caso de Monika e de vários participantes de *Extreme Makeover*, o corpo, território onde se opera a transformação, apresenta-se depois como o espaço de reterritorialização desses sujeitos que, de certa forma, eram marginalizados, rejeitados ou prejudicados por seu corpo e sua imagem inadequados. Por um lado, realiza-se algo que é da ordem de um desejo que parece dado previamente (ser o mais próximo do que se sonhou para si mesma, como diz Agrado). Por outro lado, o processo de transformação, de tornar-se outro, é o que constitui, o que dá corporalidade a esse desejo. O corpo é, nessa experiência, desejo e objeto ao mesmo tempo. Através dele e nele, constrói-se uma nova pessoa.

Vejamos também o depoimento de Karen, candidata à transformação:

Karen – “Eu sempre me senti diminuída quando olhava para outras mulheres que eu achava mais bonitas que eu. A primeira coisa que penso

²⁶ Episódio 22, temporada 2 de *Extreme Makeover*.

quando me olham é: estão reparando no meu nariz! Eu também já fiz muitas cirurgias de seios e elas os deixaram desiguais e ainda menores. Eu acho que eu poderia ter uma aparência melhor e eu gostaria muito que isso acontecesse”. Eu gostaria de ser uma noiva bonita. Adoraria entrar no altar aparentando dez anos a menos. Eu realmente quero isso”.

Locutor – “E o sonho de Karen está prestes a se tornar realidade!”, anuncia, com entusiasmo, o locutor de *Extreme Makeover*.²⁷

Note-se que a televisão aí se apresenta como instância mágica, oferecendo a possibilidade de realização de sonhos, e atuando ela própria como vendedora de “sonhos”- *kits de identidades prêt-à-porter* - que alimentam o desejo de realização pessoal que, na ótica do capitalismo pós-industrial, passa pelo consumo de bens, de estilos de vida, de modelos de corpo, enfim, de modos de ser e estar na atualidade. Nesses programas, o modo de ser que se oferece como exemplar para o espectador é nada mais que uma subjetividade totalmente entregue à sua reconfiguração segundo padrões estabelecidos e a intimidade exposta dos bastidores dessa entrega.

Na sistemática dos *realities* de intervenção, os transformados são considerados tão mais autênticos quanto mais assumem a sua “feiúra” em público, mostrando o seu sofrimento e assumindo para as câmeras o seu desejo (que assim se faz necessidade) de mudança para um corpo melhor. São considerados autênticos porque são fiéis ao seu desejo de serem melhores, mais belos. Assim, o corpo deixa de ser uma substância previamente dada (o reino da natureza) e passa a ser a superfície na qual irá se inscrever o que é da ordem da cultura, se apresentando como corporalidade ou corporificação.

Karen – “Eu vou me casar com o homem dos meus sonhos! Isso mesmo, eu consegui! E tenho um rosto e um corpo bonitos, como sempre quis. E eu posso entrar na igreja sabendo que estou com a melhor aparência que poderia ter. [...] Consertando o meu nariz, eles (o “*Extreme Team*”) consertaram toda a minha vida”, revela, depois da transformação.

Um dos argumentos mais marcantes de *Extreme Makeover* é o de que a transformação é feita para que as pessoas possam se tornar seus *selves* verdadeiros, o que não deixa de ser uma proposição perturbadora, uma vez que aos participantes é passada a

²⁷No episódio 5 da temporada 1.

idéia de que, para se tornarem quem verdadeiramente são, têm que mudar seus corpos de maneira radical (“*extreme*”). E, assim, os candidatos à transformação entregam seus corpos à cirurgia plástica dispostos a trazer à tona o *self* autêntico que jazia no antigo corpo (HEYES, 2007, p. 57). Em outras palavras, os programas defendem que lutar por uma aparência melhor, por um corpo mais bonito, implica em se tornar mais feliz e mais autêntico. Tal proposição, amplificada pela voz da TV (“as pessoas podem recriar a si próprias, indefinidamente, por meio de múltiplas intervenções”), acaba contribuindo para o aumento da onda de insatisfação corporal na sociedade, alimentando, conseqüentemente, o desejo de transformação.

Agrado transformou sua imagem corporal por meio de várias cirurgias plásticas. Prostituta de profissão, ela reconstrói e recria o seu corpo como um bem de produção e consumo. É por isso que ela diz que seus seios podem ser “amortizados”, visto que o montante investido neles tem sido recuperado com o seu uso na produção de prazeres e na geração de renda para si própria. Por sua vez, nos *realities* de cirurgia plástica, os esforços e o sofrimento enfrentados para transformar o corpo em consonância com essa “imagem interior” podem ser igualmente pensados em termos econômicos de amortização, desde que sejam contabilizadas suas novas conquistas sociais - olhares, aplausos, paqueras, relacionamentos, aceitação (sabendo-se, no caso, que os custos da cirurgia em si são bancados pelo programa). Os participantes, assim, vendem seu corpo e sua intimidade por um ideal de autenticidade, de aceitação social, de visibilidade.

E é justamente por conta dessa demanda de visibilidade (garantia de aceitação social), que assistimos a esse espetáculo superlativo da exposição da vida íntima e privada na TV.

Em sua interessante análise sobre os *reality shows*, Ehrenberg (1995) defende que a visibilidade se transformou numa espécie de direito requerido e de imaginário igualitário, considerando-se que a cena midiática volta agora seus holofotes para indivíduo comum, dando espaço para as confissões de sua vida privada num cenário que autentifica seus problemas. Nesse sentido, a televisão torna-se, ela própria, um dispositivo de autenticidade.

Dessa forma, a exposição da intimidade, a confissão de dramas pessoais, conflitos íntimos e segredos no cenário público da tevê ganham legitimidade, garantindo a conversão do sujeito da condição de anônimo para a condição de célebre, de invisível a visível. A televisão reafirma, assim, o imaginário de que todos têm acesso à visibilidade. Ao exporem o corpo e sua dor na tevê, os candidatos à cirurgia legitimam, autenticam seus problemas em relação a sua imagem corporal, o que além de justificar e cancelar a necessidade da intervenção cirúrgica, garante a aprovação e a empatia por parte do público, por conta da visibilidade midiática. Todavia, sabe-se que nos *realities* de intervenção essa visibilidade tem o preço alto da exposição da intimidade psíquica e física dos participantes, que passa pela exibição completa do corpo, da superfície da pele aos seus órgãos internos, suas entranhas, prática que, aliada à tecnologia televisiva, certamente exerce influência nos processos de constituição de sujeitos na cultura contemporânea.

Ortega (2008, p. 148) nos lembra que o nosso corpo é reconstruído a partir do modelo do corpo fornecido pela medicina e pela mídia, como “um corpo objetivado e fragmentado, privado de sua dimensão subjetiva, o corpo como algo que temos e não algo que somos”.

Para os recém-transformados, contudo, a nova aparência do corpo veio representar “a nossa liberdade pessoal, o melhor de nós”. Ora, trata-se de um corpo reinventado como objeto de visão. Com a transformação, corpo e *self* tornam-se idênticos: o mundo interno parece ser transmutado na “carne externa” (EDGLEY e BRISSET, 1990), o que nos remete novamente ao conceito de cultura somática.

Hanna Arendt (1987 *apud* ORTEGA, 2000, p. 45) nos lembra que para os antigos, a ação e o discurso eram as únicas formas de que os indivíduos dispunham para “mostrar quem são”, para expressar ativamente suas identidades pessoais e singulares. A identidade se construía publicamente na ação e no discurso, como aparência, máscara, um papel a ser representado. Na visão da autora, à procura da autenticidade os românticos tornaram-se inartísticos, perderam e ganharam a interioridade, provocando uma decomposição progressiva da vida pública; ao passo que nós, na atualidade, abolimos a interioridade sem

recuperar o fingimento dos antigos. Recuperamos a aparência, marca da civilidade dos antigos, mas como hoje a aparência é ao mesmo tempo a essência, somos privados mais uma vez da possibilidade do fingimento, da distinção entre o que aparento e o que sou, condição de uma sociabilidade sadia. Dessa forma, o refúgio do *eu* que fez de sua aparência a essência é a adaptação, a obediência e a identificação com a norma. A superficialidade, assim, é correlata do homem somático: “um indivíduo frágil, inseguro e insensível ao outro, e para quem o controle e a regulação relevam a reciprocidade e a transformação” (COSTA, 2004, p. 47).

Nessa perspectiva, verifica-se que os participantes dos *realities* de intervenção após a transformação encarnam o “*self* superficial”, o *self* que tem na conformação à norma, aos padrões estabelecidos, a única maneira de escapar da tirania da aparência, pois, como nos aponta Ortega (2005, p. 45) “somente sendo idênticos à norma podemos nos esconder. Ou somos idênticos, ou nos denunciemos”. A própria “vontade” dos participantes que se submetem à prática ascética da cirurgia plástica não estaria a serviço da liberdade, pois se trata de uma vontade serva da mídia, da ciência, da previsibilidade e da necessidade criada, o que acaba por constranger a liberdade de criação e anular a espontaneidade. Os transformados são assim consumidores e novos portadores de subjetividades fabricadas.

Por sua vez, Agrado, encarnando a própria subversão, não se apresenta em conformidade com a norma. Ao contrário, transgride o que se espera da normalidade e apresenta seu corpo siliconado como autêntico, a altura do desejo da sua imagem interna. Agrado exerce sua liberdade na fabricação do seu corpo-imagem. Sua proposição de autenticidade, como afirma Oliveira (2005, p.64), “liberta-nos das limitações de origem que a linguagem da natureza apresenta, colocando nossos corpos sob as possibilidades da linguagem humana, onde as informações são também exemplos e, as temporalidades, mais fluidas e flexíveis”. Afinal, essa personagem encarna com clareza a proposta de autenticidade de uma sociedade que já dispõe de tecnologia para pensar os corpos como partes integrantes da cultura - e não apenas da natureza.

Diante disso, neste nosso olhar sobre a questão da autenticidade nos *reality shows*

de intervenção, Agrado merece os aplausos, pois, no colorido da afirmação de sua autenticidade siliconada, certamente roubou a cena, face à subjetividade previsível e desbotada dos personagens dos *reality shows*.

3. Considerações Finais

A nossa intenção, com este artigo, foi propor reflexões sobre os processos de constituição do sujeito na contemporaneidade, focalizando-se os mecanismos e dispositivos utilizados pela televisão, ainda um dos mais influentes veículos de comunicação da atualidade, para propor modos de ser, agir, estar e, principalmente, de se ter um corpo na nossa cultura, afirmando, nesse contexto, a materialidade dos corpos modelados pela tecnociência.

Verificamos que os *reality shows* de intervenção, ao difundirem e popularizarem a cirurgia plástica por meio da publicização desta prática, autorizam e legitimam os ideais de beleza sintética, entronizando os padrões corporais artificializados, apresentando-os como ideais e sedutores, o que contribui para a criação de um imaginário no qual o bem-estar e a felicidade estão associados ao consumo dessa tecnologia.

Talvez uma das características mais relevantes dos programas de telerrealidade programada seja a de fazer da vida, um espetáculo. Um espetáculo marcado por corpos rejuvenescidos e belos, embalados por sonoridades harmônicas, trilhas sonoras emotivas, calorosas vozes humanas e enunciados sobre consumo. Nesse espetáculo, há também, e principalmente, o governo das nossas vontades e desejos mais íntimos, mais privados. Conceitos, como o de escolha, neste caso, recebem um sentido unidimensional: saber escolher o corpo “perfeito”, a roupa da moda, o *look* do momento. Uma pessoa triste “escolhe” mudar o corpo e a partir daí passa a “viver feliz para sempre”. E a televisão? Ela narra, tece essas histórias, seleciona estratégias de linguagem, editando vidas, apontando caminhos a seguir, ensinando modos de ser, de estar e de ter um corpo, espetacularizando o humano, a qualquer preço.

Nessa conjuntura, mais que apontar a superficialidade ou a banal vulgaridade dos

reality shows de intervenção corporal, devemos nos interrogar sobre a alta demanda de sentido e de reconhecimento pessoal que permeia a sociedade contemporânea, uma demanda menos narcísica que um apelo por reconhecimento e aceitação por parte do outro, quem quer que ele seja. Os programas de telerrealidade programada respondem, assim, a uma demanda de sentido, de ajuda ou de reconhecimento, uma forma de tentar escapar do destino de não ser ninguém, um risco que cresce à medida que descemos na escala social. Essas pessoas comuns, uma maioria silenciosa, encontram na televisão um dispositivo de comunicação que pretende reconhecê-los e lhes permite passar à ação (EHRENBURG, 2002).

Mostrar no palco televisivo sua história ou seus sentimentos pessoais, como defende Mehl (1996), contribui para assegurá-los, para assumir-se a si mesmo e reivindicar uma identidade atestada, porque a definição de uma personalidade e de um lugar no mundo exige uma certa visibilidade. Aqueles que não possuem reconhecimento ou legitimidade em sua inserção profissional, ou não acham lugar no debate público, encontram na TV, um espaço público onde podem tentar se construir. E, no caso dos *reality shows* de cirurgia plástica, essa construção passa, tanto pelas confissões íntimas, quanto pela reformatação do corpo e a conseqüente apresentação de uma nova imagem social.

Dessa forma, esses programas, além de se oferecerem como espaço “democratizado” de visibilidade e reconhecimento social, respondem a uma demanda de superação do orgânico, operando como agentes de uma intervenção midiática e biotecnológica no processo de constituição dos sujeitos da contemporaneidade.

A partir da confissão das “verdades íntimas” e do anseio pela transformação corporal, observou-se, nos programas analisados, a busca por um tipo muito particular de “autenticidade”. Em *Extreme Makeover*, esta noção de autenticidade aparece associada ao artifício, ao corpo tecnologicamente construído, que traria à tona o verdadeiro *self*. Como vimos, o corpo verdadeiro, autêntico, seria o corpo reivindicado pelo indivíduo. E, no programa, o acesso a essa autenticidade se dá, primeiramente, pela confissão de aspectos da intimidade dos participantes.

Com efeito, aprendemos com a TV e, seguramente, não apenas através dela, que

“falar tudo” é em si bom e desejável, e que o direito ao segredo ou ao silêncio começa a ser encarado negativamente com ocultação, talvez até como hipocrisia ou mentira (COSTA, 1999, p. 69-76). Na análise do material, vimos alguns modos de a televisão fazer falar mulheres e homens. Contudo, de modo geral, os participantes, em menor ou maior grau, sempre expõem suas dores e sofrimentos psíquicos relativos à insatisfação com o corpo. Além de indicar uma afirmação cultural da materialidade dos corpos artificializados, isso talvez signifique a confirmação de uma norma que estamos aprendendo em nossa cultura – a de que se tornou impossível dizer não “à ordem cultural de confessar”, como afirma Jurandir Freire Costa (*ibidem*), o que certamente gera conseqüências para o meio social. Sabe-se que a TV faz circular discursos que ecoam amplamente na sociedade, mas que nesse lugar (na televisão) ganham um tipo de tratamento de linguagem específico. Assim, seguindo Costa, enunciados como, “confessar a intimidade sentimental significa expor algo até então dissimulado, acedendo assim a um tipo de verdade escondida” (*ibidem*, p. 70-71), reforçam um “tipo de mito racionalista e um tipo de individualismo que talvez mereçam maior atenção” (FISHER, 2002, p. 48). Emerge então uma discussão de grande relevância: a questão relativa ao respeito às diferenças - o reconhecimento e acolhimento das diversidades, a crítica às discriminações, as exclusões e inclusões de todas as ordens.

Dessa forma, ao realçarmos sua sofisticada inserção na rede de discursos que modelam a história do presente, mostramos como a televisão apresenta-se como uma poderosa fonte de produção e reprodução de subjetividades. E apesar da avalanche de críticas que os reality show de intervenção corporal têm recebido, principalmente quando começaram a ser exibidos, acusados de gerar expectativas falsas em relação à cirurgia plástica - glorificando padrões de beleza inatingíveis e trazendo à cena televisiva o escatológico das entranhas humanas - não seria infundado o prognóstico de que os programas de transformação, mais que as injeções de botox no rosto de suas pacientes, continuem a preencher lacunas na programação da televisão atual.

REFERÊNCIAS

ANDREJEVIC, M. **Reality TV: The work of being watched**. Maryland: Rowman and Littlefield, 2003.

ARENDT, H. **A condição humana**. Rio de Janeiro, Forense, 1987.

BANET-WEISER, S.; PORTWOOD-STACER. 'I just want to be me again!': Beauty pageants, reality television and post-feminism [Electronic version]. **Feminist Theory**, 7(2), 255-272, 2006.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de Consumo**. Lisboa, Edições 70. 1995.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001..

BORDO, S. 'Bringing the body to Theory". In: WELTON, Donn (Org.) **Body and Flesh**. A Philosophical Reader. Malden, Massachussetes, Blackwell Publishers, Ltd. p: 84-97.

BOURDIEU, Pierre. **Distinction: A social critique of the judgement of taste**. London: Routledge, 1986.

_____. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (org.) Bourdieu, **Coleção Grandes Cientistas Sociais**. n.39. Ática, São Paulo, 1993.

_____. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1997.

BRAUNSTEIN, F.; PÉPIN J. F. **O lugar do corpo na cultura ocidental**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001, p. 123-124.

CASTRO, Cossette. Big Brother e o uso de novas tecnologias na conquista das audiências. **Eco-Pós**, Publicação da Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, v.7, n.1, jan-jul., 2004, p.: 59-69.

_____. **Reality Show: a sedução das audiências**. 1. ed. São Paulo: Paulos, 2006. v. 1. 70 p.

COSTA, J. F. **O vestígio e a aura - corpo e consumismo na moral do espetáculo**.. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Garamond, 2004. v. 1. 244 p.

CRAWLEY, M. Making over the new Adam [Electronic version]. In: D. Heller (Ed.). **The Great American Makeover: Television, History, Nation** (p.:51-64). Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2006.

DAVIS, K. **Reshaping the Female Body: The Dilemma of Cosmetic Surgery**. London: Routledge, 1995.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

DELEUZE, Gilles. **¿Que és un dispositivo?** In: FOUCAULT, Michel. Barcelona: Gedisa, 1990.

EDMONDS, A. No universo da beleza: Notas de campo sobre cirurgia plástica no Rio de Janeiro. In GOLDENBERG, M. (org). **Nu & Vestido: Dez Antropólogos Revelam a Cultura do Corpo Carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

EGAN, Kathryn Smoot. Applying Paul Ricoeur's Spiral of Mimesis for authenticity as a moral standard - The Ethics of Entertainment Television - Critical Essay. **Journal of Popular Film and Television**, Winter, 2004.

EHRENBERG, A. **Le Cult de la performance**. Paris: Calmann- Levy, 1991.

_____. **L'individu incertain**. Paris: HACHETTE Litteratures, 2003 [1995].

_____. **La Fatigue d'être soi – dépression et société**. Odile Jacob: Paris, 1998.

EWEN, Stuart. **All consuming imagens: the politics style in contemporary culture**. USA: Basic books, 1999.

FEATHERSTONE, M.; HEPWORTH, M. Envelhecimento, tecnologia e o curso da vida incorporado. In: DEBERT, G.; GOLDSTEIN, D. M. (orgs.). **Políticas do corpo e o curso da vida**. São Paulo: Sumaré, 2000.

FELDMAN, Ilana. Antes e depois: *reality shows* de intervenção, reformatação do corpo e produção de esquecimento. In: **V Encontro de Núcleos de Pesquisa do XXVIII INTERCOM - NP 21 - Comunicação e Culturas Urbanas**, 2005, Rio de Janeiro - RJ. 2005. Disponível em: <http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2469,1.shl>. Acesso em 30 jan. 2009.

FOUCAULT, Michel. **Histoire de La Sexualité**. 1. La volonté de savoir, Paris, Gallimard, 1977.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca; BAKKER, A. O Espetáculo da Metamorfose Identitária nos *Reality shows* de Intervenção. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (Org.). **Comunicação, cultura e consumo: A (des)construção do espetáculo contemporâneo**. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

GIDDENS, A. **As Conseqüências da Modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

_____. A. **Transformation of intimacy: love, sexuality and eroticism in modern society**. Cambridge: Polity, 1992.

_____. Modernity and self-identity [Electronic version]. In: M. Waters (Ed.), **Modernity: Critical Concepts** (p.:175-190). London: Routledge, 1999.

HELLER, D. **The Great American Makeover**: Television, History, Nation [Electronic version]. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2006.

HEYES, C. Cosmetic Surgery and the Televisual Makeover: a foucauldian feminist reading. **Feminist Media Studies**, v.7, n.1, 2007a.

HILL, A. Big Brother: the real audience. **Television and New Media**, 3, 3: 323-40, 2002.

KILBORN, Richard. How real can you get?: Recent developments in 'reality' television. **European Journal of Communication**, vol.9, 1994, p.:421-39.

LE BRETON, D. **As paixões ordinárias: antropologia das emoções**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

_____. **Adeus ao corpo**. São Paulo: Papirus, 1999.

LECOURT, Dominique. **Humano e pós-humano**. Lisboa: Edições 70, 2003.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

McGRAW, P. **Seja você mesmo**: e construa a vida que realmente deseja. Rio de Janeiro: Best Seller, 2004.

MORGAN, K. P. **Women and the knife**: Cosmetic Surgery and the Colonization of women's Bodies. *Hypatia* 6: 25-53, 1991.

OLIVEIRA, Jr., W. **O exemplo de Agrado: imagem, técnica e autenticidade**. Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Laboratório de Estudos Audiovisuais-OLHO. *Educar*, Curitiba, n. 26, p. 53-65, 2005. Editora UFPR.

ORTEGA, F. **O corpo incerto**: corporeidade, tecnologias médicas e cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

RICÓN, Omar. Lutando por uma televisão melhor. *In: Eco-Pós*, Publicação da Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, v.7, n.1, jan-jul., 2004, p.:113-26.

ROLNIK, Suely. Identidade e projeto político. **Cadernos PUC SP**, São Paulo, v. 20, p. 27-37, 1985.

_____. O que é a subjetividade? **Cadernos de Subjetividade**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 205-209, 1995.

ROSE, N. Inventando nossos eus. *In: SILVA, T. T. (org.). Nunca Fomos Humanos - Nos Rastros do Sujeito*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. Cuidados de si e embelezamento feminino: Fragmentos para uma história do corpo no Brasil. In: SANT'ANNA, Denise (Org.). **Políticas do corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 126.

_____. **Corpos de Passagem**: ensaios sobre a subjetividade contemporânea. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. O homem e as máquina. In: **A arte no século XXI**: a humanização das tecnologias. Org. Diana Domingues. São Paulo: UNESP, 1997. p.: 33-44.

SELIGMAN, M. E. P. **Felicidade autêntica**: usando a nova psicologia positiva para a realização permanente. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

SERRES, M. **Variações sobre o corpo**. São Paulo, Bertrand Brasil, 2004.

SIBILIA, P. **O Homem Pós-Orgânico**: corpo, subjetividade e tecnologias digitais. 3. ed. Rio de Janeiro: Relume Dumará (coleção Conexões), 2002. v. 1. 232 p.

TAYLOR, Charles. **Hegel and modern society**. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.

_____. **As fontes do self**: a construção da identidade moderna. São Paulo: Loyola, 2005.

_____. The age of authenticity. In: **A secular age**. Cambridge, MA: Harvard University Press, p. 473-504, 2007.

TUCHERMAN, I. **Breve história do corpo e de seus monstros**. 1. ed. Lisboa: Editora Vega - Coleção Passagens, 1999. v. 1. 199 p.

VAN LEEUWEN, T. What is authenticity?' **Discourse Studies**, 3, 4: 392-7.

VIGARELLO, G. **A História da Beleza**. São Paulo. Ediouro, 2006.

VILLAÇA, N. M. S. **Que Corpo é Esse?** Novas Perspectivas. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad Consultoria e Planejamento Editorial Ltda., 1999c. 175 p.

WOLF, N. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Trad. Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.