

APRENDER A DESAPARECER

Learning To Disappear

Preciosa, Rosane; Doutora, Universidade Federal de Juiz de Fora,
rosane_preciosa@yahoo.com.br
Reis, Henrique; Graduado, Universidade Federal de Juiz de Fora, henrique-
reis@live.com

Resumo

Partindo do contexto atual de celebração do eu e da diferença catalogada, fomentadas em parte pelos programas de captura de dados, a presente comunicação busca pensar uma poética do “desaparecimento de si” como um meio para a expansão criativa.

Palavras Chave: identidade, diferença, moda, redes sociais

Abstract

Based on the actual context where we have a massive celebration of the self and of the catalogued difference, partially boosted by massive data-monitoring programs, this communication aims to think the poetics of the “self-disappearing” as a means to creative expansion.

Keywords: identity, difference, fashion, social networks

Introdução: Aparecer

Neste mês de maio de 2015 a revista ELLE completou 27 anos, e comemorou essa efeméride alçando suas leitoras à condição de estrelas da vez. “Você na capa”, esse era o chamado da Revista que nesta edição ganhou uma superfície espelhada como capa. A ideia é de que cada mulher reflita-se nesse espelho e enxergue sua beleza, única e intransferível. Segundo a diretora de redação Susana Barbosa:

(...) mais do que um *case*, trata-se de uma causa que estamos defendendo de que toda mulher tem sua beleza e que, portanto, merece estar na capa. A ideia é realmente homenagear quem está no centro da moda: as mulheres.”(REVISTA PUBLICITTA, 2015)

São várias as estratégias de divulgação dessa edição: desde tirar uma foto numa instalação montada na Avenida Paulista, até o fato de que a pessoa ao tirar uma foto possa colocar um filtro com a capa da ELLE. Tudo isso para sublinhar o caráter interativo da Revista. Espera-se claro, que o destinatário final sejam as redes sociais. Juntamente com a capa espelhada, o frisson da edição de aniversário ganhou ainda mais proporção quando as capas para a versão *tablet* da mesma revista foram divulgadas, em especial a que estampava a jornalista e blogueira *plus-size* Juliana Romano. A mensagem era clara: a aceitação e inclusão das diferenças

Circulando por alguns sites da rede, não chegamos, no entanto, a encontrar tantas fotos de mulheres comuns, mulheres quaisquer, mas nos deparamos, sim, com um grande número de *selfies* de algumas recorrentes celebridades que habitam o cotidiano das mídias impressas, virtuais e televisivas, tais como Ana Hickerman e Carolina Dickerman, que comemoram sorridentes esta inovação, palavra empregada entusiasticamente na divulgação da Revista. E ainda que essa palavra seja invocada pela publicação, não foi apenas dessa vez que uma mídia impressa homenageia seus leitores dessa forma. No final de 2006, a Revista *Time* escolheu como personalidade do ano gente comum, como eu, como você:

“Um espelho brilhava na capa da publicação e convidava seus leitores a nele se contemplarem, como Narcisos satisfeitos de verem ‘personalidades’ cintilando no mais alto pódio da mídia” (SIBILLA, 2008, p.8)

Ainda que ressalvadas as diferenças, a Revista ELLE, por exemplo, desejou marcar sua posição diante de um compromisso com diversas manifestações de beleza feminina, buscando sustentar esse discurso. De todo modo estamos diante de um rito de celebração do eu, que não cabe mais em si e se derrama pelas redes sociais marcando enfaticamente seu protagonismo e sua fotogenia. Parece não haver mais possibilidade alguma de recuar diante da celebração da existência, que avança **imprudente**.

Pois tudo aquilo que permanecer oculto, fora do campo da visibilidade – seja dentro de si, trancado no lar ou no interior do próprio quarto – corre o risco de não ser interceptado por olho algum. (...) se ninguém vê alguma coisa é provável que essa coisa não exista (SIBILLA, 2008, p. 112)

Acreditamos que já se constitui uma obviedade para todos de que sob a lógica do espetáculo é imperativo que o eu esteja sempre visível e se regozije com isso. Curiosamente, esse fascínio pela imagem de si mesmo ganha força com a disseminação dos espelhos, que apenas no século XX se tornam um artigo popular. Ainda que não caiba nos limites desse artigo uma reflexão aprofundada sobre essa questão, vale dizer que esse encantamento consigo como vemos é recente. É necessário problematizar isso, sob pena de acreditar que nosso destino seja apenas reproduzir imagens repetitivas e enfadonhas de nós mesmos diante de espelhos. Observe-se que, na capa espelhada da ELLE aparecem três palavras de ordem. São elas: Love-se – Liberte-se – Divirta-se. Todas elas reforçam a presença marcante de um eu. Impossível esquecer-se um pouco de si diante do dever de realizar tarefas tão urgentes: a de se amar, se libertar, se divertir. Aliás, “Amar a si mesmo e viver ‘sem grilos’, é slogan que data dos anos 60.

Em 1969, um anúncio das toalhas Artex aconselhou: ‘faça carícias em você’. Diversos anúncios se esmeravam em mostrar mulheres bastante à vontade diante do prazer físico, insinuando que qualquer um poderia se sentir sexy e resolutíssimo, desde que se tornasse consumidor dos serviços e produtos divulgados. (SANT’ANNA, 2014, p.132)

Aprisionados em espelhos, ressoamos apenas para nós mesmos. Claro que iniciativas como essa da Revista ELLE, assim como tantas outras que já circulam entre nós, buscam romper com padrões de beleza normatizados, mas talvez seja preciso ir além. No final das contas, essa catalogação de diferenças não passam de imagens construídas. Com ou sem o auxílio do *Photoshop*, são resultado de um enquadramento escolhido.

Ao invés de criar esse “catálogo de diferenças”, talvez seja mais interessante estimular a produção de singularidades que escapem a expectativas molares, instituídas. É como se pudéssemos sustentar ver nossa imagem desfocada no espelho ou embaçada ou estilhaçada, de modo a buscar outras composições de si, que nos conectem com o que se passa no exterior de nós mesmos, no campo social. Ressoar só para si mesmo é distrair-se de tal forma consigo que passa despercebida a possibilidade de embarcar em novas formas de existir que vêm do exterior, que a própria vida produz.

Sob o imperativo de sempre comunicar, até porque assim pode-se rastreá-los e classificá-los, aos sujeitos e a seus corpos é vetado silenciar, desaparecer. E desaparecer é ato de extrema coragem diante de um modo de existência capitalístico que reclama mais identidade, mais autonomia, mais apego a formas constituídas e, portanto, reproduzíveis.

A Moda com muita habilidade lida com os modos de parecer e aparecer de cada um de nós. E com toda sutileza vai **renovando** seus discursos que cada vez mais se conectam com as demandas do corpo social, clamando por mudanças éticas e estéticas. No entanto, não podemos nos esquecer que falar de Moda é falar também de negócios de Moda. E quando ela veicula múltiplos modelos de identidade para serem consumidos, uma vez mais aposta na ideia, e isso comporta um risco, é verdade, de que alguém escape desse jogo, de que é preciso que cada um se encontre com o seu modelo. Isso faz supor que todos devem encontrar sua identidade única, que, pelo jeito de que se fala deve estar guardada em algum lugar em nós. No final das contas, o que testemunhamos é a diferença colocada no rol de ofertas de diferença, a partir de um consenso de que é preciso ser diferente e aceitar-se como tal. Talvez seja preciso certa astúcia para lidar com isso, se pensarmos numa perspectiva mais ampliada, a de tomar o discurso da Moda como

possibilitador de experimentações em que a roupa nos conduz por caminhos mais aventureiros, escapando de codificações que sempre nos remetem a um padrão, mesmo que não tão explícito, de diferenças.

Talvez seja pouco ainda estampar diferenças numa capa de revista, ou espelhar múltiplos rostos e corpos, se persiste a ideia de celebração do eu, maravilhado com sua exposição. Talvez seja oportuno hoje pensar em resistir a se tornar visível demais. Resistir como um ato de recusa a descobrir o que se é, e que se revela um modo de captura que de alguma maneira turbina o funcionamento do capitalismo, mas que tenta se inventar, desgrudando-se das expectativas depositadas na subjetividade, suporte fundamental para que se efetue toda espécie de assujeitamentos instituídos. **É importante** que aos reclamos contemporâneos da identidade, se possa responder com a fluidez da singularização.

“A singularidade diz respeito à alteridade em si mesma, como princípio; a identidade, ao contrário, está sempre remetendo as diferenças a este ou àquele padrão, o que significa que tem como princípio a serialização”. (BURROWES, 2007, p 98).

Desenvolvimento: Aprendendo a Desaparecer

Em 2014 Kim Kardashian alçava-se ao posto de *selfie queen* enquanto que Edward Snowden era procurado internacionalmente por expor o maior esquema de interceptação de dados da história. A mesma ubiquidade vigilante denunciada por Snowden parecia ser a ubiquidade que Kim havia acabado de conseguir, numa versão morena e corpulenta do que um dia foi a celebrada, hoje esquecida, Paris Hilton.

Levados adiante pela eufemística justificativa de “combate ao terrorismo”, os programas de vigilância e monitoração de dados tornaram-se uma realidade mais eficiente, polida, lustrosa e amigável do Grande Irmão de George Orwell. Talvez seja essa mesma repaginada o motivo de nossa posição frente a esse novo Grande Irmão: mais do que nos voltarmos contra ele, exigindo a privacidade do “ser”, acabamos por corroborar com ele, fornecendo quaisquer dados possíveis caso ganhemos como recompensa um eterno protagonismo.

Inúmeras versões de mim e você habitam sem nossa necessária **confirmação** ambientes mil. Alguém da Ásia está vendo sua foto no *facebook* e se perguntando se você é o intercambista de nome estranho que ela conheceu numa festa sem *wi-fi*; sua mãe, pai ou irmãos estão marcando versões anteriores suas em fotos no *facebook*, e alguém que gosta de você já decorou seus filmes e músicas favoritos, expostos para quem quiser ver em seu *filmow*, *soundcloud*, *last.fm* e afins.

Estamos aqui, lá e acolá, e talvez por isso não saibamos ao certo onde estejamos. Estamos aqui, lá e acolá porque temos medo de desaparecer caso não afirmarmos a todo o momento e com todos os detalhes possíveis: eu sou eu, e eu vivo esta vida.

No curta '*Remember Me*' do diretor canadense Jean-François Asselan podemos ver um personagem que, numa realidade nem tão distanciada de nós, padece com mais intensidade da angústia que muitos já sofrem. Por precisar lembrar-se de sua existência, através de outra pessoa, ele faz de sua vida uma sequência de exibicionismos *non-sense*, eventos cujo apelo é o mesmo de publicações no *facebook* sobre maus tratos a animais, escândalos de corrupção ou injustiças sociais: um evento cuja força exige resposta imediata, seja ela agradável ou não. O que o curta de fato denuncia é que nossa necessidade de produzir e de consumir narrativas está tão rápida quanto qualquer internet futurística que se esteja a produzir no Japão. Somos consumidores e consumidos por narrativas à granel, numa versão cibernética e esquizofrênica do mercado '**Ver o Peso**' de Belém do Pará.

Selfies multiplicadas em progressão geométrica soterram as redes sociais numa estranha relação de carrasco-torturado em que nossos vários "eus" são meios para julgarmos os outros e, ao mesmo tempo, sermos julgados. Com a possibilidade semi-divina, semi-cientificista da onipresença digital, propagamos nossas imagens como quem escreve em cavernas para deixar rastros de existência.

O que vem junto com essa existência semi-onipresente, entretanto, é o fato de que uma visão onipresente de si não é necessariamente glamorosa, uma vez que aquilo que se vê é o ordinário em toda sua falta de acabamento. Assim, para não entrarmos em crise nesse contexto de autoestimas e de

livros de auto-ajuda, nos editamos. O recurso cinematográfico passa a ser ferramenta do dia-a-dia, portátil e com mais de mil opções de **cases**, incluindo versões com a *Hello Kitty*. Tanto se edita, que prevemos um futuro em que *personal editors* estarão em suas ilhas de edição selecionando de nossa vida o que realmente se viveu, ainda que esse “o que realmente se viveu” possa ser posto em dúvida. Porque de fato o que foi pinçado de nossas vidas foram momentos de nossa existência considerados dignos de ser mostrados aos outros como Vida, aquela com letra maiúscula sempre presente em palestras empresariais de autoconhecimento.

Acabamos por acreditar demais nessas versões bem editadas de nós mesmos, sem nos darmos conta de que talvez nos façam falta as falhas nessa trama narrativa, as incoerências, as ambiguidades, os buracos negros de nós mesmos. Em versões muito arrumadinhas, acabamos por nos transformar em *Wikipedias* humanos, acumulando apenas fatos sobre nós e sobre os outros, não exatamente vivências, mas instantâneos de vida, com a brevíssima duração de 15 minutos de fama profetizada, faz tempo, pelo guru Andy Warhol que entendia por dentro o funcionamento dessa Sociedade do Espetáculo. Quem sabe nem sejam mais 15 minutos essa duração, mas apenas os 15 segundos dos vídeos compartilhados no *instagram*.

Ainda que essa ânsia de visibilidade, auto-centramento, dominação e controle seja a tônica de nossa sociedade, pode surgir sempre quem sabote essas evidências e introduza modos de existência mais autônomos e experimentais, que trazem lufadas de ar fresco necessárias para politizar o cotidiano, reconduzindo-o a outras aspirações existenciais.

No âmbito do vestuário, território onde a produção de consensos estéticos e homogeneidades corporais é mais recorrente, podemos encontrar projetos que parecem funcionar como contradiscurso, uma espécie de antídoto à lógica de controle que corteja a subjetividade, exercendo seu poder sem nada impor, mas sugerindo modos de existência prontos para **serem** incorporados. Estratégia que conta com muita fluidez para que se consolide, uma vez que qualquer atitude impositiva é logo rechaçada. Esses não são mais tempos consoantes com incisivas palavras de ordem. Elas não seriam acatadas, ao contrário, habitamos fluxos de imagens de sucesso, felicidade,

beleza, juventude, que enquadram nosso imaginário, que acaba patinando em suas redundâncias.

Considerações Finais: Projeto de Desaparição

Andrew Harvey é um designer americano que tem como foco de suas criações a privacidade. Pensando a partir de uma lógica de vigilância e transmissão de dados pessoais na qual estamos todos inseridos, o que Harvey procura com suas criações não é o tão-celebrado e incentivado destacar-se, diferenciar-se do coletivo, mas, sim, ao contrário, camuflar-se, tornar-se invisível frente a sistemas de vigilância e de reconhecimento dos quais somos parte atualmente. Em sua loja, a *Privacy Gift Shop*, o que se vende não são produtos para realçar uma suposta identidade, mas sim borrá-la, tirá-la de foco, literalmente.

Eu procuro criar tendo como base aquilo pelo qual sou apaixonado. Privacidade e vigilância estão definindo quem somos, como nos vestimos e como interagimos com o outro. Eu estou muito interessado em ver como isso resultará em termos de como trataremos os dados dos outros e como balancearemos segurança e privacidade (WIRED, 2013)

Podemos ver essa aproximação já em *CV Dazzle*, um dos primeiros trabalhos do designer. Neste, Harvey procura pensar a maquiagem como um meio para camuflagem digital. Tendo como inspiração algumas táticas de disfarce naval utilizadas na Primeira Guerra, o resultado são rostos que, ao serem analisados por sistemas de reconhecimento facial, acabam ignorados, uma vez que o padrão de cores e organização “trava” o algoritmo no qual se baseia o funcionamento destes

Posterior ao *CV Dazzle*, adentrando na criação de vestuário, a intenção de desaparecer digitalmente expande-se agora do rosto ao corpo. Em seu projeto *Stealth wear* capuzes e burcas adornam corpos que, ao serem analisados por sistemas de vigilância baseados em visão termal, passam despercebidos como se nunca houvessem existido. Invisibilidade essa levada adiante com seus dois outros projetos *Camoflash* e *OFFPocket*, sendo

o primeiro uma *clutch anti-paparazzi*, com um disparador de flash que “estoura” a fotografia da pessoa retratada; e o segundo uma case para smartphones cujo objetivo é cortar seus sinais: ao inserir o aparelho nela todas as conexões são desativadas e nenhuma informação entra ou sai.

Vale ressaltar que o pensamento que guia Harvey na execução de suas produções não é algo isolado, obras de artistas como Simone Niquille e Zach Blass reverberam os pontos de importância trazidos à tona também pelo designer, que parecem resumir-se na desconfiança de que talvez esse exibicionismo digital não seja algo tão inofensivo assim.

Pensamento que não poderia estar mais em sintonia com nossa atual situação: em um mundo de *selfies* celebradoras de si, de um “eu” ocupando sempre este pódio de importância, o que nossos registros realmente falam de nós? Talvez valha a pena pensar até que ponto esse protagonismo realmente nos é útil e até que ponto ele passa a ser apenas um lubrificante na engrenagem de um sistema capturador e catalogador de diferenças. Mais do que afirmar-se, quem sabe desvencilhar-se de si para compor com o outro, com o exterior, com o que não se é.

Referências

BURROWES, Patrícia. Prontoparaconsumo. In: Comunicação e Sociabilidade. org. Janice Caiafa e Mohammed Elhajji. Rio de Janeiro, Mauad Editora, 2007.

REVISTA PUBLICITÁ. São Paulo, 2015. Disponível em <<http://www.revistapublicitta.com.br/acao/news/elle-voce-na-capal/>> Acesso em: 28 mai. 2015

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Corpos de Passagem – ensaios sobre a subjetividade contemporânea. São Paulo, Estação Liberdade, 2001.

_____. História da Beleza no Brasil. São Paulo, Editora Contexto, 2014.

SIBILIA, Paula. O Show do Eu – a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2008.

WIRED. Anti-Drone Camouflage: What to Wear in Total Surveillance. Disponível em: <<http://www.wired.com/2013/01/anti-drone-camouflage-app-are/>> Acesso em: 28 mai. 2015