

FENOMENOLOGIA DO EFEBO-COUNTRY: SEXUALIDADE E CONSUMAÇÃO

Heron Formiga¹

Resumo: o presente estudo parte das dinâmicas de consumo, apropriação e interferência homoerótica e homoafetiva no âmbito do *mainstream*, isto é, em meio à um repertório que comumente deixa de contemplar o consumidor gay. Nosso objeto é a celebridade do cantor *country-teen* Luan Santana, um curioso produto midiático que coloca sob tensão aparente os imaginários da música sertaneja, de um lado, e dos universos gays, de outro.

Palavras-chave: sexualidade; cultura da celebridade; armário (*closet*).

Desde que emplacou seus primeiros grandes *hits*, o cantor *teen* de música sertaneja Luan Santana viu-se imerso em uma insistente especulação quanto à possibilidade de ser homossexual. Evidentemente, muitos dos boatos que daí surgiram não eram fundamentados em fatos, flagrantes ou testemunhos reais – o próprio Luan desmentiu, em mais de uma ocasião, boa parte destes rumores. Sendo assim, as provas tiveram de ser inventadas. A mais conhecida é a fotomontagem de uma conversa entre ele e outro rapaz através do programa de bate-papo virtual *Msn*, reproduzida a seguir:



FIGURA 01 · Fotomontagem do software de bate-papo *Msn*. Disponível em <http://famaosfera.com.br/wp-content/uploads/LuanSantana_msn.jpg>. Acesso em 08 mar 2012.

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais. Email: heron.formiga@gmail.com



Depois, descobriu-se que a foto de Luan utilizada neste suposto flagrante era o recorte de uma das muitas exibições públicas que o cantor oferecia a seus fãs através de *webcam*. Na verdade, bastaria um conhecimento mínimo de qualquer *software* pouco sofisticado de edição de imagens para obter este resultado: uma operação de recorte-e-cole aliada à função de um botão específico de nossos teclados, o *print-screen* – que transforma toda a área do écran em um único arquivo de imagem –, seria o bastante. Este botão, de fato, é um dos segredinhos sujos da fotomontagem, pois, entre os internautas, é sabido que o *print-screen* tornou-se uma ferramenta de produção de flagrantes e provas materiais, aparentemente capaz de contornar a grande facilidade de desaparecimento dos conteúdos virtuais. É evidente que se assemelha aos populares flagrantes fotográficos dos tabloides e, mais ou menos como estes, também parece inspirar a credulidade de quem vê (mas, conforme as possibilidades de manipulação da imagem se popularizam, o fenômeno contrário, não menos curioso, substitui o primeiro: o *print-screen* parece ser utilizado hoje em dia somente como farsa).

A fotomontagem, sua destinação escandalosa, é fácil de decifrar: ela não passa de um produto da celebridade de Luan, uma pequena fração do enorme repertório formado pelas criações do próprio cantor, seus shows e canções, pelos numerosos subprodutos editoriais, *fashion* e de plástico que levam sua marca, e, finalmente, pelas intervenções de seus fãs, inimigos e *stalkers*. O destacamento de Luan para fora de suas aparições voluntárias e exibições de “boa fé”, bem como suas rearticulações sob as mais diversas formas e intenções, não devem ser compreendidos como perversões do fenômeno da fama, mas, ao contrário, como constituintes de seu acontecimento. Desde o princípio, jamais os estímulos ofertados por Luan se limitaram ao conteúdo musical, logo não deve ser motivo de surpresa que as técnicas de feitura de sua imagem pública produzam, em colaboração com as técnicas de montagem caluniosas, uma única celebridade, ao mesmo tempo oficial e colaborativa, *country* e *teen*, hetero e gay.

Uma das perguntas por esta falsa captura, portanto, é a pergunta pelas dinâmicas contemporâneas do consumo, da qual a exploração da vida privada, bem como as numerosas intervenções desautorizadas em meio à gestão corporativa do ídolo, representam apenas um fragmento específico, condicionado pelo jogo celebratório introduzido (mas não controlado) por Luan, seus empresários e xamãs. O entedimento funcionalista do consumo – distinto no marxismo de Haug (1997), por exemplo, para quem a forma da mercadoria é antecipada à apropriação do consumidor – deve permitir este movimento retroativo que não é contingente, mas determinante desde o princípio: o

objeto consumido toma a forma da consumação, e é este objeto que se oferece, simultaneamente, à apropriação (algo que já ocorre aos marxistas que escrevem em língua inglesa, como Fredric Jameson e Terry Eagleton).

A trama midiática em torno de Luan é tal que à ela já não se pode aplicar uma noção de conteúdo. A sexualidade do rapaz, colocada em xeque, não é um significante – por mais que as relações de poder vigentes conformem signos específicos às definições de gênero –, e dela os consumidores se apoderam sob a forma paradoxalmente difusa do preceito, de algo que não possui mais substância, mas que, ainda assim, deve ser revelado: uma sexualidade-fetiche².

Se Luan é gay ou não, o mais importante nestas apropriações não diz respeito à veracidade da informação, nem tampouco são essenciais os agenciamentos dos signos e valorações socialmente estruturados da homossexualidade. Para que possa se ofertar de alguma maneira, sua sexualidade deve ser deslocada deste lugar de complexidade e reaparecer enquanto uma objetividade cada vez mais simples e nuclear. A saturação do mesmo velho *plot* – será que ele é? – revela somente que o objeto, dentro das dinâmicas contemporâneas de consumação, não admite espessuras, e mesmo aquele gigantesco carregamento histórico de estigmas sexuais e de gênero deve ser simplificado em uma abstração mais imediata e menos complexa (à qual sequer a noção de estereótipo pode responder com sucesso).

Assim, a possibilidade de que Luan esteja guardando um segredo é a possibilidade deste segredo ser arrancado dele enquanto mercadoria, e não enquanto uma revelação simbolicamente determinante. Não significa, entretanto, que o mundo do consumo seja um lugar de apaziguamento, onde se anulam os preconceitos de gênero e sexualidade, mas que estes mesmos preconceitos partem de signos cada vez mais simplórios, tão abstratos quanto a idéia de amor e romantismo nestes novos sucessos musicais. Daí porque uma grande massa de consumidores se agita diante da vida sexual de Luan com a mesma energia/sincronia com que se agitam os bracinhos-para-o-ar nos

² O esvaziamento de conteúdo da cultura contemporânea é uma das hipóteses de Jameson (2007) sobre o pós-modernismo. O autor toma a obra de Andy Warhol como paradigmática deste momento em que as possibilidades políticas da arte se esgotam na pretensão pós-modernista de falta de profundidade, isto é, de investir em uma superficialidade mais literal, menos “hermética”: “penso que não se trata mais de uma questão de conteúdo, mas de uma mutação mais fundamental, tanto no próprio mundo dos objetos – agora transformados em um conjunto de textos ou de simulacros – quanto na disposição do sujeito” (JAMESON, 2007, p. 37). O que Warhol, talvez, procura articular enquanto uma sensibilidade irônica, não se realiza de fato, pois, em um regime majoritariamente fetichista, tal ironia vem a ser o próprio objeto.

shows de música sertaneja: há uma continuidade fundamental entre ambas as experiências.

Há duas implicações importantes aí.

A primeira é o pressuposto notado por Chris Rojek (2008) em seu fundamental estudo da celebridade: "as celebridades são mercadorias no sentido de que os consumidores desejam possuí-las" (p. 17). E assim como se dá o consumo de qualquer mercadoria, também as celebridades não podem ser apoderadas tal como sua oferta parece permitir. A especificidade da celebridade em relação às outras mercadorias encontra-se apenas na humanização do desejo (p. 204), através do que pode perseverar o velho princípio do consumo: é assegurado que uma comunidade de consumidores ainda existirá na medida em que a posse da celebridade não pode acontecer realmente. Enquanto o amor permanecer como um duplo regime de angústia e peleja, onde nem a celebridade pode formar os consumidores que deseja, nem o consumidor pode gozar livremente de sua celebridade favorita, a relação deve perdurar, melancólica³.

Mas à que comunidade de consumidores estamos nos referindo? Ela é mesmo formada a partir dos antigos preceitos de público-alvo, onde intenções e expectativas formam um todo mais ou menos coeso? Ora, é evidente que este já não é mais o caso. O consumo de Luan é alienado na medida em que sequer é possível conjurar este consumidor como aquele que compra seus discos, ouve a canção e comparece ao show. Todos somos, potencialmente, os consumidores de Luan: quando zapeamos nossa tv e nos deparamos, na ida e na volta, com a propaganda do disco; quando automóveis irradiam suas canções pelas ruas em alto e bom som; quando somos minimizados ante os enormes *outdoors* que estampam a convocatória ao show; quando retiramos o jornal de uma prateleira onde, do lado esquerdo e direito, acima e abaixo, estão dezenas de rostos luanescos etc. Boa parte destes consumidores sabem muito mais a respeito de Luan do que realmente gostariam, mas há uma grande parte que ainda não sabe o suficiente. O desejo de possuir Luan é demarcado pela ausência intrínseca de um corpo que cumpra todas as expectativas criadas pela sua presença midiática, alimentadas inclusive por quem não lhe dá o mínimo valor. O Luan que desejamos tem, portanto,

³ Entre as diversas categorizações elaboradas pelo autor, uma delas explica, inclusive, um fenômeno tal qual a falsificação do flagrante: trata-se, segundo Rojek, de uma *dissonância cognitiva* (p. 20), um momento próprio ao fã em que se dissolve o sentimento de admiração para com o ídolo e vem à tona algo como um desejo de vingança e retaliação. Nesta etapa da relação fã-celebridade, chega a hora de acionar o *print-screen*, de duvidar dos astros, de impor-lhes provas de fogo e perverter seus vestígios caso o fã sinta-se vítima deste incontornável amor impossível, quando a idolatria torna-se fadiga e quando a fadiga torna-se malícia.

cerca de 6 metros de altura e anda pelas ruas saltitando, além de possuir o poder extraordinário de se desdobrar em mais Luans.

Depois, há que a homossexualidade aparece aí como constituinte da vida íntima dos sujeitos, precisamente o espaço explorado pelos tabloides e pelo flagrante *print-screen*. É na intimidade, pressupõe-se, onde se passam os fatos que mais interessam, vejam só, à vida pública. Certamente, pode até parecer razoável que as práticas sexuais e os gostos eróticos pertençam realmente à vida privada, mas é a homossexualidade como potencialidade, sua enunciação mesma, o que aparece sob a condição da vivência não-compartilhável.

O estudo mais conhecido desta contradição é a "epistemologia do armário" de Sedgwick (2008), onde a autora investiga este gigantesco dispositivo – o *closet* –, o qual, na verdade, pode ser muitas coisas: desde um sistemático regime opressivo até um estado de espírito (e não que um não possa ser a razão do outro). A moralidade por trás deste *a priori* íntimo da homossexualidade, ao mesmo tempo em que é historicamente construída, como nos mostra Sedgwick, também se materializa de modo difuso, como um imperativo quase aporético. Por que os consumidores consideram importante a enunciação da sexualidade de Luan (nesse sentido, provavelmente seria muito frustrante que tal anúncio viesse do próprio cantor, e não das várias pistas e flagrantes encontrados aqui e ali)? E se Luan realmente for gay, por que consideraria importante ficar no armário? Afinal, nossa fotomontagem é um esforço de tirar Luan do armário ou será uma tentativa de lançar-lhe ofensas e humilhações, pressupondo aí que a homossexualidade seja difamatória, isto é, que seja realmente um significante?

Na verdade, o fundamental a respeito do armário já estava esboçado em diversos escritos de Foucault a respeito dos mecanismos de saturação da sexualidade. Segundo Foucault, "a sexualidade, no Ocidente, não é o que se cala, não é o que se é obrigado a calar, mas é o que se é obrigado a revelar" (2010, p. 144-145). E, por mais que o armário ainda sustente este pequeno e frágil sentinela contra as censuras sociais, "quer se entenda a censura como um recalque, quer como hipocrisia, trata-se em todo caso de um processo negativo ordenado a uma mecânica positiva" (p. 145). Deste modo, podemos compreender o armário não somente como a privacidade onde uma potência se deleita em segurança, ou como um espaço privado outorgado para que não venham à público estes deleites, mas, sobretudo, como uma fonte transbordante de excitação, como um espaço insistentemente conservado a fim de que não se esgotem os segredos que motivam nossos esforços de descobri-los.

O armário é o próprio fetiche da sexualidade. O segredo escondido no armário é um só, e não se trata de uma prática, nem de uma sensibilidade, um modo de se vestir, gesticular, de penetrar ou ser penetrado: trata-se apenas do código esvaziado da homossexualidade. Se Foucault está certo em desacreditar a hipótese repressiva, logo, a respeito do armário é possível afirmar que o espaço privado por ele representado não passa de um modo de subexistência do espaço público – não como uma dialética do senhor e do escravo, mas como um agenciamento de autoconservação, como a reprodução infinita de uma mesma ficção conspiratória, a qual, em sua simplicidade grosseira, basta para alimentar as ofertas e demandas de consumo. Os processos de subjetivação homoeróticos, sob uma tal lógica, são excessivos, pouco inteligíveis e de longa apreciação. Sobre a sexualidade de Luan, basta que lhe dêem um nome, que o *cowboy* – "logo ele?!" – também possa protagonizar o bom e velho drama do armário.

Por outro lado, não está claro que o autor de nossa fotomontagem seja um falsificador mal-intencionado, para quem a homossexualidade serve como ofensa tática de sua missão caluniosa. Sabemos que Luan possui um público gay mais ou menos expressivo (embora não possamos fundamentar tal assertiva em estatísticas), e, a partir de uma observação mais dedicada, especulamos que o montador do falso flagrante pertence realmente à este meta-nicho de consumidores. Assim, a missão de desvendar a sexualidade de Luan, todo o trabalho dos tablóides, fãs e demais consumidores, pode ser um empreendimento duplo, levado a termo tanto por aqueles que pressupõem que Luan seja gay porque possui um enorme público gay, tanto pelos próprios ouvintes gays de Luan, que, talvez, não se conformem que ele possa estar no armário – sendo assim, tentam desesperadamente tirá-lo dali. De toda forma, parece ser importante trazer Luan para os universos de consumação gay, e isto envolve não somente a exigência que ele faça a passagem de hetero à homo, mas principalmente que assuma seu papel constituinte de uma hipotética cultura homoafetiva.

Contudo, não é verdade que estes fãs se voltaram à Luan estimulados pela possibilidade de extrapolar ou expandir o gueto, como se fosse o desejo íntimo de todo homossexual consumir estes objetos cujo destino original é o consumo heteronormativo. Conforme a unidade de consumidores homo e hetero se apresenta como uma gigantesca farsa (bem como os dualismos entre ambos), também se desfaz o entendimento de que a homossexualidade, seja da forma que for, não constituiu, até hoje, *mainstream*⁴. O que

⁴ Sobre o assunto, ver DOTY, Alexander. *Making things perfectly queer: interpreting mass culture*. Minneapolis, EUA: University of Minnesota Press, 1993.

sabemos a partir da história, é que a desapareição e guetificação das expressividades gays jamais esteve condicionada à jogos de intencionalidade bem demarcados, ao que a noção de Sedgwick do armário como fundador de cultura dá o mais notável testemunho, mas não o único.

Se, como já pressupomos, a fama e biografia de Luan são articulados em co-autoria, ou melhor, em uma relação de consumação que não necessariamente parte de um agenciamento conduzido pelo próprio Luan, logo faria pouco sentido supor que o movimento determinante aí é o seu deslocamento para um repertório de apreciação homoafetiva. São as demandas do consumo gay que constituem a forma mesma da celebridade de Luan de modo geral, e não somente como parte de um consumo particular. O acontecimento gay de Luan não pode ser definido nos termos de uma apropriação, pois é o horizonte de um consumo sexualizado o que determinou, em primeiro lugar, o oferecimento de seu corpo ao consumo.

E se, além disso, é verdadeira a hipótese de Rojek quanto à natureza fetichista da celebridade, e que a celebridade humaniza o consumo, resta-nos deduzir que é a própria sexualidade o que vem a ser uma forma de consumo. Isto é, a sexualidade passa de objeto à meio, de coisa à modo de apropriação de coisas. Provavelmente, este modo de consumação foi negligenciado pelas presunções de normatividade heterossexistas também vigentes em meio às mídias de massa. Mas casos como a fama de Luan Santana (para ficar com um exemplo bem pequeno, é verdade) são testemunhos de que a sexualidade, agora entendida como uma maneira de consumir, determina seus próprios fetiches e processos de fetichização. Não significa um direcionamento do desejo para objetos sexualmente apelativos, nem tampouco uma imposição da mística sexual à objetos aparentemente assexualizados, mas uma dinâmica de apropriação condicionada pela sexualidade, da sexualidade às vezes como gosto, às vezes como consumação também alienante.

Isto já está evidente na fotomontagem. Para que parecesse autêntica, a conversa foi forjada em tom e termos próprios do imaginário luanesco, valendo-se de ortografia e expressões *country-fakes*. A construção desta farsa revela não somente as capacidades técnicas do farsante, mas sobretudo, sua enorme sensibilidade enquanto *autor* deste mesmo imaginário. Este farsante, homossexual ou não, compreende perfeitamente o papel constituinte de um consumo sexualizado na formação da celebridade de Luan, e assim articulou uma conversa que, supomos, deve parecer extremamente libidinosa a qualquer um de seus espectadores homossexuais que o têm como objeto de desejo. Dito

de outra forma, tentou-se ali materializar com o maior realismo possível o encontro entre Luan e seus amantes-fãs, de modo que tal realismo preservasse os códigos abstratos da celebridade *country*, deste gênero musical fortemente atravessado por agenciamentos de gênero, oferecendo um fetiche à um desejo fetichista.

A sexualização do consumo, o modo com que nos apropriamos dos objetos da cultura de massa a partir da sexualidade, conforma um consumidor determinado, especialista em seus modos de apreciação. Neste sentido, a construção de um repertório gay de *mainstream*, do qual faz parte Luan Santana, coloca em jogo agenciamentos aparentemente incompatíveis: de um lado, a pretensão econômica de formar um consumidor determinado pela pura impotência, incapaz de permanecer alheio à penetração de algumas tramas midiáticas; de outro, a insistente valoração do armário, um espaço que, ao mesmo tempo em que circunscreve um campo secreto de apreciação, também mantém a essencial possibilidade de comercialização do segredo. Evidentemente, é o consumidor sexual o indivíduo tensionado por tais dinâmicas, e são estas formas de consumação a marcante diferença com um tempo em que os filmes, canções e espetáculos de sucesso lançavam suas próprias intenções de consumo (as reapropriações sempre existiram, é claro, mas geralmente como constuintes da experiência do armário).⁵

Esta não é uma descoberta dos estudos de gênero, mas dos marxistas alemães da primeira metade do século XX – sobretudo, Adorno –, que levaram à sério o pensamento de Freud dentro de seus próprios estudos filosóficos e sociológicos. Para Freud, a sexualidade estava no centro das relações humanas, algo que não ocorria aos marxistas. Mas as categorizações freudianas, algumas com maior exatidão que outras, ofereceram à pensadores como Adorno a oportunidade de compreender a sociedade como um âmbito não exatamente oposto à subjetividade, mas que é transformado por uma série de princípios comuns à este (tais como os instintos e suas regulações, as relações conflitantes com a figura paternal etc.). Em Adorno, a sexualidade não é, realmente, uma preocupação central, mas, depois, torna-se presente em alguns de seus seguidores, como Marcuse. De todo modo, grande parte de sua reflexão à respeito da

⁵ Não nos preocupamos aqui em definir um juízo de valor sobre estas novas formas de apropriação da cultura e seus desdobramentos, positivos ou negativos, no interior das transformações políticas levadas a termo nos últimos anos. Sendo assim, nos abstermos de associar as consumações sexuais como atitudes políticas, ou as ressignificações sexuais dos produtos da indústria cultural como determinantes das novas visibilidades de sujeitos historicamente marginalizados.

indústria cultural contém muitos dos instrumentos de análise que Freud utilizou para pensar os modos de subjetivação, eminentemente sexuais.

Mas há também uma moral grega no caso de Luan, e não somente uma moral industrial.

Sloterdijk (1989) retoma o banquete onde Sócrates e outros importantes cidadãos gregos declararam suas ideias sobre o amor e o define como um típico episódio de cinismo sexual (SLOTERDIJK, 1989, p. 53). O cinismo, para Sloterdijk, é um esbanjamento narcísico que, para se realizar, deve performar uma totalidade – uma totalidade que, como bem sabe o cínico, não está em suas mãos. Os gregos reuniam-se para dar o contorno da vida, das coisas e dos sentimentos, e, como sabemos, somente os cidadãos gregos, os homens livres, tinham o direito de participar. Por outro lado, não partiam de um princípio de exclusão, mesmo que permanecessem de fora desta vida deliberativa as mulheres e os escravos. O contrário, segundo Sloterdijk, era o verdadeiro: os homens estavam certos de que também eram, de certo modo, uma presença feminina, e que as mulheres estavam plenamente representadas em qualquer reunião de homens gregos. Por esta razão, o banquete era uma vivência bissexual, na qual os homens se regozijavam por sua masculinidade totalizante, formada também por uma sensibilidade feminina.

Assim, também a relação dos homens sábios com os efebos era essencialmente cínica. Segundo Sloterdijk, à Sócrates, que era o mais sábio dos gregos, eram oferecidos os jovens mais belos e atléticos (e, suspeitamos, os de menor idade), e certamente os merecia porque deveria ser ele o que melhor conjurava a sensibilidade das mulheres e dos próprios efebos. Sócrates, sua autoridade, explicava-se em parte através de sua notável bissexualidade, e era esta a condição cínica que legitimavam seus julgamentos (até certo ponto, já que o filósofo foi acusado de estimular a prostituição dos efebos mais jovens e condenado à morte por isso).

Luan, sua figura efêba – pequeno, branco, depilado, de quadris largos, rosto delicado e olhos vesgos –, diferencia-se do tradicional *cowboy marlboro*, o homem sertanejo viril de pele bronzeada e coberto de pêlos. Certamente, um dado fundamental a respeito do grande sucesso comercial destas novas celebridades da música sertaneja *teen* é a aparência dos corpos. São todos efebos no velho papel viril do homem do campo; representações dos filhos dos latifundiários, ao invés do trabalhador. Provavelmente, se observarmos a história da música sertaneja, não encontraremos um contorno coerente deste cancionário heterossexual, rude e fortemente vinculado à terra –

supomos que trata-se de uma história da própria diversidade da canção, da qual mesmo o *cowboy marlboro* constitui uma parte específica. Mas, da mesma forma com que a sexualidade assume a forma simplória do nome, também o *cowboy* vem a ser a designação de qualquer coisa, de um Ser constituído por signos de fácil referência, ou melhor, auto-referentes. O corpo deste novo sertanejo, jovem e aséptico, se oferece ao desejo como o esperado amálgama entre campo e shopping center, virilidade e perfumaria, homossexualidade e música sertaneja, mas desde que os aparentes contrastes de sua figura não passem de oposições entre códigos dessubstancializados. A expectativa de que Luan pudesse realmente personificar o efebo-*country* é frustrada conforme os corpos que ele (digo, sua trama celebratória) invoca como os polos de um tensionamento já eram aqueles que se prestavam à fetichização. Curiosamente, este novo subgênero musical também atende pelo título de "sertanejo universitário", uma referência protocolar à entrada do efebo rural na vida acadêmica e, simultaneamente, à vida universitária como experiência majoritariamente lúdica.

Como todo efebo, Luan é um oferecimento de fruição sexual, cujo objeto de desejo, contudo, não se limita ao corpo do rapaz, mas diz respeito também à sua enorme presença virtual. A posse de seu corpo consiste, talvez, no mais radical momento da humanização do consumo, pois é notável que a celebridade ainda se apresenta como um dos objetos privilegiados da imaginação masturbatória – Luan, por exemplo, explora tal potencialidade em seus shows, nos quais o clímax ocorre quando o rapaz vira-se de costas para a plateia e executa uma coreografia reboiativa, seguida, evidentemente, de um aranzel de gritos de desejo pelo glúteo inacessível (um *cowboy* que rebola!). Mas também como efebo, suas relações são essencialmente cínicas. A trama luanesca, efetivamente, não é capaz de se dar um destino certo, mas seu revigorante conforto é a certeza de que tudo ainda ocorre nos termos de uma normatividade, com o ônus de que os lucros vêm dos mais diversos e "desprezíveis" bolsos. A verdade, entretanto, é que Luan é um corpo sexualmente desorientado, e os jogos de intenção corporativas, por esta razão, são tão irreais quanto à possibilidade do autor de nossa fotomontagem levar Luan para a cama.

A história do desejo pelo efebo, bem como da vontade efêba de oferecer suas qualidades, tende, portanto, à melancolia – hoje, diríamos que se trata de uma história de eterna enganação.

Também esta é uma descoberta grega, e no banquete, na exaltação do deus do amor, Eros, Pausânias sugere a seguinte distinção à seus interlocutores: há, na verdade,

duas Afrodites, e cada deusa deve ser suficientemente distinta da outra, pois se tratam, realmente, de diferenças muito importantes. A Afrodite Vulgar "é o amor que nutre os homens comuns", os quais "afeiçoam-se só ao corpo e jamais à alma". "E, como não têm em vista viver, senão só gozar, ou antes, viver sem beleza, são capazes de se afeiçoar às mais grosseiras criaturas" (p. 42 da tradução do *Banquete* de Albertino Pinheiro). Em suas reuniões cínicas, os pensadores gregos deixavam muito claro que o amor não deveria se confundir com o gozo, e que o gozo qualquer criatura repugnante poderia oferecer. Contudo, a outra Afrodite, Celeste, diz-se ser a deusa de um amor bastante específico, o amor pelos mais belos efebos, um amor entre homens. Certamente, estaríamos reproduzindo uma grosseria comum se deduzíssemos que, para os gregos, o amor verdadeiro só poderia ser o amor homossexual, na medida em que, ali, não se tratava, é claro, de sexualidade. Mas Pausânias deixa a pista que nos permite concluir, em forma de provocação esta breve reflexão: dentro de um universo cínico, passa despercebido o fato de que é a posse do efebo e a procura de um corpo desejável o grande condicionador da própria imagem dos deuses.

B I B L I O G R A F I A

FOUCAULT, Michel. *Os anormais*: curso no Collège de France (1974-1975). Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

HAUG, Wolfgang F. *Crítica da estética da mercadoria*. Trad. Erlon Paschoal. São Paulo: Editora UNESP, 1997.

JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. Trad.: Maria Elisa Cevalco. 2. Ed. São Paulo: Ática, 2007.

PLATÃO. *O Banquete*. Trad. Albertino Pinheiro. Bauru, SP: Edipro, 2007.

ROJEK, Chris. *Celebridade*. Trad. Talita Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SEDGWICK, Eve Kosofsky. *Epistemology of the closet*. 2. Ed. Los Angeles, EUA: University of California Press, 2008.

SLOTERDIJK, Peter. *Crítica de la razón cínica II*. Trad. Miguel Ángel Vega. Madrid: Taurus Humanidades, 1989.