

A FAMA É UMA ILUSÃO MÓRBIDA FEITA DE CERA

Podcast Bobagens Imperdíveis

Transcrição do episódio

Deve existir alguma palavra em alemão para falar da sensação de familiaridade de encontrar uma pessoa famosa na rua. Sabe essa sensação? Já cruzou com uma celebridade em algum lugar e foi invadido por esse sentimento louco de que você conhece aquela pessoa, mesmo que ela não faça ideia de quem é você? Aí vem quase um impulso de dizer ir lá dizer oi, como se fosse um velho amigo que você ficou surpreso de encontrar ali. De repente você percebe o quanto isso é estranho, assustador até, e pede uma foto, para disfarçar.

A foto fica como um artefato para eternizar esse momento, mostrar que você conheceu de verdade aquela pessoa que você admira. Que você chegou a existir junto dela, como se ela de repente fosse feita de uma substância diferente da do resto dos mortais. Como se você pudesse capturar, feito um Pokémon, um pedacinho daquela aura que a celebridade emana.

Um lugar que deve estar cheio dessa sensação (para a qual eu não tenho uma palavra específica ainda), deve ser os museus da Madame Tussaud. Se você andar pelos salões lotados, vai poder ver, entre pessoas comuns, andando pra lá e pra cá bem animadas, também uns rostos familiares. Muito familiares. Olha ali a Angelina Jolie. Caraca, o David Bowie. O Mandela! A Rainha da Inglaterra! Ali a Xuxa! Ah não, é a... Taylor Swift.

Os rostos conhecidos se misturam entre os rostos dos visitantes anônimos, com suas câmeras sempre a postos. Mas tem uma diferença entre eles. Uma diferença importante. Os famosos parecem reais, mas não piscam, não se mexem, não respiram.

O grande lance desse museu, que é muito famoso no mundo inteiro, é exhibir esculturas de cera hiper realistas, super detalhadas, de reis, ditadores, super modelos de lingerie, apresentadores de TV, atrizes, atletas olímpicos que testaram os limites humanos, enfim, de pessoas célebres, mundialmente famosas. Ali, ao alcance de qualquer pessoa, que por 40 dólares tem a possibilidade de chegar perto, tocar o cabelo, mexer na roupa, apontar o celular sem que a celebridade possa se esquivar ou mesmo olhar pra ela com desprezo por ser uma ninguém.

Mesmo meras réplicas inanimadas carregam vestígio dessa aura de fama. Elas nem precisam ser reais para atrair visitantes que ficam fascinados em como são bem feitas aquelas estátuas, que as fazem se sentir cara a cara com pessoas tão famosas, que a gente costuma ver como habitantes de um outro mundo. A sensação funciona porque

tá tudo ali, na imagem. É com a imagem de um famoso que a gente se relaciona, não com a pessoa. E ali eles estão exibidos no seu auge. Belos, poderosos, sorridentes, atraentes, incansáveis, bem vestidos. Imortais.

E é essa a promessa que a fama carrega: você ser reconhecido e ser amado por muita gente, por muito tempo. Ter seu nome exaltado por gerações.

Essa promessa faz muita gente perseguir a fama. Não à toa existe toda uma indústria de reality shows com a promessa de resgatar alguém do anonimato, de transformar a vida da pessoa com o dinheiro que só ser um rosto muito conhecido é capaz de trazer.

A internet veio para dobrar essa promessa: de tornar a fama mais ampla, mais acessível a qualquer mortal, a um viral ou um meme de distância. Uma fama que pode ser verificada e pode ser medida por números. Uma fama que pode abrir portas, garantir publis, validar sua existência, uma fama que pode te tornar um ser especial, alvo da atenção de milhares, de milhões de pessoas. Um sonho!

Estamos obcecados por celebridades. Não só em consumi-las, mas em tentar nos transformar em uma.

Por que, né?

É o mais perto que a gente conseguiu chegar de vencer a morte. Por isso o fascínio. Parte do magnetismo que as celebridades exercem vem daí, dessa fantasia de que algo transformado em imagem não morre. É uma forma de olhar indiretamente pra ideia de morrer. Mas todo esse brilho da fama serve pra ofuscar essa verdade, esconder que essa dança dos famosos nos envolve, celebridades e anônimos, num ritual fantasmagórico que vem se perpetuando há gerações. E eu vou contar pra você porque eu acho isso no episódio de hoje, com uma ajuda de Marie Tussaud.

Eu sou Aline Valek e você está ouvindo meu podcast Bobagens Imperdíveis.

- - -

Museu Madame Tussaud. Apesar do nome, certamente não foi a própria que esculpiu as estátuas de cera de Kim Kardashian ou Marilyn Monroe que estão expostas lá. Não. Marie Toussaud foi uma artista francesa que nasceu em 1761. Uns poucos anos antes da Queda da Bastilha, sabe? Perto da Revolução Francesa tanto no tempo quanto geograficamente. Marie estava ali do lado.

Pra você ter uma ideia, a primeira figura célebre que ela esculpiu foi Voltaire, uns poucos meses antes dele morrer, quando ela tinha 15 anos. Ela começou bem cedo no ofício. Foi meio que adotada por um médico que foi o seu mestre, seu professor, que ensinou a ela

como esculpir, deu lições de anatomia humana... e esse trabalho como assistente esculpindo busto de nobres.

Pense que era numa época bem antes das primeiras máquinas fotográficas. Então essa era uma forma de registro que tinha uma boa demanda. Esculturas de cera eram retratos mais duradouros, e mais baratos do que pinturas ou bustos de bronze. Vivia chegando encomenda nesse estúdio do médico. Vinda de gente rica, importante. Isso fez com que Marie se aproximasse da corte, chegasse a trabalhar dentro do Palácio de Versalhes. Em seus diários, ela jurava que era BFF da família real. Ela tirava a maior onda de andar com a galera mais famosa e mais poderosa de seu tempo.

Se você se lembra das suas aulas de História, sabe que não foi uma época muito boa para fazer parte da nobreza. Tinha estourado a Revolução Francesa e os revolucionários estavam cansados da palhaçada da elite e começaram a cortar a cabeça de geral. E Marie de fato ficou famosa pela sua habilidade de ser uma impressora 3D humana. Tanto que começou a ser procurada quando a guilhotina virou a nova tendência de Paris.

Chegavam os revolucionários bater na sua porta e jogavam no colo dela uma cabeça decepada enrolada num pano de algodão. Marie apavorada, abria e via que era a cabeça de um rico que ela conhecia. "Meu deus, será que eu sou a próxima??", deve ter batido um pânico. Até os revolucionários explicarem que eles queriam que ela fizesse uma réplica de cera dos guilhotinados. Sabe como é, a cabeça apodrecia rápido, e eles queriam exibir por mais tempo esse exemplo do novo lugar do nobre na sociedade francesa.

Assim Marie se aperfeiçoou ainda mais na arte de criar esculturas perfeitas: com cabeças humanas reais, saídas fresquinhas da guilhotina. Ela começou bem seu portfólio. Mandaram a cabeça da Maria Antonieta para ela esculpir. Marie, que não era boba nem nada, logo começou a fazer também a cabeça dos revolucionários, os novos famosos do momento, que queriam também suas réplicas para que pudessem ser homenageados pelo povo.

Nessa época estava de passagem por Paris um ilusionista alemão chamado Paul Phylidoor. Ele tinha um show itinerante que tinha sido um sucesso em Berlin e Vienna. Chamava Phantasmagorie. Ele usava um truque com lanternas para projetar luz numa tela e assim simular a presença sobrenatural de fantasmas na sala. Isso numa era muito pré-cinema.

Então ele chegou a Paris com o seu show e lá veio ao seu conhecimento o nome de Marie Tussaud. Ele visitou o ateliê dela e ficou impressionado com aquela forma de ilusionismo, afinal as réplicas pareciam muito reais, eram convincentes. Tanto que ele teria feito uma encomenda pra ela esculpir a cabeça dele pra fazer

uma trollagem com o barbeiro dele. Mandar entregar a cabeça dele como se ele tivesse sido degolado ao tentar fazer a barba sozinho.

A amizade com Madame Tussaud começou a dar várias ideias pro Phyllidor. Numa dessas visitas ao ateliê, ele teria proposto um collab entre os dois. "E se você fizer parte do meu show? Com suas esculturas, claro. Pega essa visão. A gente pega as réplicas que você faz dos guilhotinados e eu monto um show com os fantasmas deles. A gente vai fazendo esse show por várias cidades e aí a gente racha o lucro, que que cê acha?"

Madame Tussaud topou na hora. Tinha todo o potencial pra dar muita grana. Eles de fato fizeram essa parceria e o show dos dois atraiu muita gente pelas cidades por onde eles passavam. Foi assim que ela saiu da França e levou sua arte para a Inglaterra, onde assombrou o público com suas aparições célebres.

- - -

Bem-vindos à internet! Aqui, tudo é ficção. Apesar disso, não é campo de domínio de contadores de histórias. Não, não. As obras de ficção mais lidas são as fake news. Os personagens mais celebrados são os influencers. Aqui todo mundo pode criar um perfil e se tornar autor de uma narrativa fantasiosa sobre si próprio.

É um jogo de manipular imagens, esse em que estamos. Por isso chocar o público, causar reações mais extremas, de amor ou ódio, é o que garante audiência. Os jogadores que mais avançam são aqueles que conseguem se construir como personagens interessantes, usando peças que às vezes são mais falsas que o cenário do Chapolin Colorado. Aqui, parecer importa muito mais do que ser ou fazer. Então é um terreno fértil para plantar e colher famosos.

Mas a internet não criou esse culto à celebridade. Apenas elevou isso para outra escala.

Zygmunt Bauman, sociólogo polonês, lembra num dos seus livros que na sociedade tradicional, nos tempos mais antigos, arranjada em comunidades onde as pessoas compartilhavam de um forte senso de identidade, as pessoas que lutavam para preservar essa identidade eram consideradas heróis ou heroínas, e, por usarem suas habilidades em favor de um bem maior, da perpetuação da espécie ou daquela cultura, eram recompensadas com a glória e tornadas famosos. Isso era fama.

Já na sociedade contemporânea, essa em que vivemos, que funciona como uma rede em vez de uma comunidade, e onde o coletivo perde espaço para o individualismo, defender uma identidade de grupo já não faz tanto sentido. Morrer pela pátria nos soa cafona. Nesse contexto, surge a celebridade: um rosto familiar que une as pessoas, dispersas e confusas, em torno de algo que todas elas possam reconhecer. Diferente dos heróis que se destacam por oferecer suas habilidades em favor do coletivo, as celebridades

não precisam fazer nada realmente fantástico: é uma fama redundante, onde você se torna famoso por ser famoso.

E aí por mais vastas que pareçam ser as possibilidades na internet, a arquitetura social dessa coisa toda acabou impondo um modelo único de você habitar esse lugar e ter algum espaço aqui. Qualquer pessoa com um celular e acesso a internet acaba sendo empurrada para esse jogo de acumular seguidores para poder ser alguém, ou de fazer parte dos seguidores de uma super celebridade. De um rosto conhecido que te une a outros milhões de pessoas que também acompanham aquela mesma vida, aquela mesma jornada de sucesso. A função dos famosos acaba sendo fazer as pessoas se sentirem parte de uma comunidade, de pessoas que têm algo em comum.

Isso leva a situações bizarras, em que mesmo trabalhadores de outras áreas, fora do campo da imagem, precisam se vender como celebridades, e compartilhar suas vidas na tela para atrair mais e mais pessoas para o seu trabalho. Escritores, por exemplo. Parece imbecil ter que mostrar minha vida, minha cara, o que comi no almoço, para onde eu viajo, o que eu consumo, quem são meus desafetos, como se eu fosse uma Kardashian, para chamar atenção para meus livros. Mas é o que as pessoas querem ver. Ou é o que as plataformas querem que eu mostre?

A internet tinha tudo para ser uma biblioteca, mas virou uma revista de fofocas.

Tem uma escritora sueca chamada Karolina Ramqvist que numa entrevista falou um pouco sobre toda essa obsessão com a fama. Vou ler aqui.

“Em algumas entrevistas, [meu livro] ‘The Girlfriend’ foi considerado um ‘romance de sucesso’ e eu fui chamada de ‘autora de sucesso’. O foco não era apenas na autora como uma pessoa, mas na escritora como uma pessoa bem-sucedida. Um artigo numa grande revista não parecia mais capaz de se tratar do livro de um autor porque era bom, ele precisava também chamar a atenção da mídia e ser curtido por muita gente. Isso pode ser entendido como uma consequência das mudanças no jornalismo cultural e da crítica literária, mas também do escritor como um personagem empurrado para a narrativa neoliberal de força individual e independência, que se tornou a grande história dessa sociedade midiática e que se presta, assim como a literatura, a tratar do que significa ser humano; mas nessa história fraqueza e ambivalência são abordadas apenas para destacar força e certeza. Era uma mentira que parecia nova e se tornou particularmente ridícula quando aplicada ao escritor”

A fama é a embalagem que valoriza qualquer produto. É argumento de venda. Principalmente porque se retroalimenta: algo fica muito

conhecido... porque é muito conhecido. Logo, você precisa consumir! O que está esperando? Vai ficar por fora do que está todo mundo falando? Sensação de pertencimento. Isso é um apelo que vai direto no instinto humano.

Nada melhor que isso para vender qualquer ilusão.

- - -

A parceria de Phyllidor e Tussaud não durou muito tempo. O ilusionista realmente vivia de vender ilusão. Era meio picareta. Arrumava um monte de treta, chegou a ser preso, pagou propina, era acusado de charlatanismo por onde passava... e parece que passou a perna na Tussaud. Ela acabava tendo que pagar do próprio bolso o custeio do transporte dos seus materiais nessas viagens, e na hora de repassar o valor dos ingressos pra ela, Phyllidor não dividia os lucros igualmente como tinha prometido. Ela mandou ele à merda e desfez a parceria.

Marie Tussaud já tinha visto que suas estátuas eram um baita atrativo e pensou: "quer saber? Eu posso fazer isso sozinha". E assim abriu uma exibição permanente das suas estátuas de cera na famosa Baker Street, onde o Museu Madame Tussaud existe até hoje. Há 187 anos esse museu atrai o público sedento por ver rostos célebres de perto. Hoje, as atrações principais são as estrelas de cinema. Mas um dia já foram pessoas que protagonizaram momentos sangrentos.

A Câmara do Horror era uma sala especial do museu que Tussaud dedicava para exibir suas estátuas de degolados pela guilhotina e de assassinos famosos. Ver de perto esses personagens de histórias macabras atraía muita gente pro museu, assim como até hoje atrai gente pra podcasts true crime e documentários de serial killers. As pessoas amam olhar para uma desgraça, não conseguem evitar. Assim como quem passa na frente de um acidente e PRECISA olhar. É outro apelo que vai muito forte no instinto humano. Chega a ser covardia.

Ela era muito criticada na época por isso. Diziam que essa atração do museu era muito apelativa. Que ela usar tragédia para entreter o público era algo de mau gosto, sensacionalista. Mas a Câmara do Horror continuou a alavancar a popularidade do museu por mais de século. Só foi fechado em 2016. Talvez porque não fosse mais tão chocante quanto o que a gente vê abrindo as notícias do dia. Ficou difícil competir.

Marie Tussaud continuou com sua arte enquanto esteve viva. Morreu aos 88 anos, em 1850. Uma das últimas esculturas na qual ela trabalhou foi no seu próprio autorretrato de cera. Mas o seu legado continuou. O museu era um negócio da família, mas que conseguiu ganhar escala. Tanto porque foi para várias cidades ao redor do mundo., tanto porque passou a envolver equipes gigantescas.

As esculturas que no século 18 ela fazia com as próprias mãos, hoje são feitas por uma equipe de vinte artistas, num trabalho meticuloso que dura de três a cinco meses. Quando a estátua de cera fica pronta, tem todo um evento de lançamento que muitas vezes envolve a celebridade de carne e osso retratada. A reação do famoso se deparando com sua cópia de cera é parte da experiência.

É todo um sistema de produção. É show business. E, como na indústria do entretenimento, os rostos do momento também são voláteis. Ser esculpido em cera parece um atestado de que a pessoa é famosa mesmo, de que ela cravou seu lugar na eternidade, de que sua imagem não morre. Mas nada garante que a estátua vá ficar ali para sempre.

O museu tende a acompanhar as tendências do momento. Se a figura é muito odiada ou perde a relevância, costuma sair de cena. As estátuas de Trump e Putin, por exemplo, não estão mais por lá. As estátuas do grupo One Direction? Também tiraram, em 2020, quando a boy band completou 10 anos, mas já não estava mais em atividade. Foi um duro golpe para o fandom, que achou isso uma sacanagem, agora não teria nem mais as versões de cera do One Direction para tietar!

Se a figura famosa não for mais atraente no momento, se os ventos do hype mudam, sua cópia de cera vai para o acervo. Um lugar triste onde as estátuas ficam guardadas desmembradas. As cabeças são guardadas uma ao lado da outra em uma estante, como uma coleção de alvos de caça decepados. Ali o Rei Ricardo III, a tenista Maria Bueno, o escritor H.G. Wells, a rainha da Dinamarca que chamava Ingrid da Suécia, a cantora Cilla Black. Um lembrete de que mesmo quem é muito amado ou celebrado hoje pode ser esquecido um dia.

A fama é um percurso cheio de brilho, mas que termina com uma guilhotina no final. Algumas cabeças saem de cena, esquecidas ou canceladas, para outras serem fabricadas e entrarem no seu lugar. É uma indústria. Cabeças mais frescas, porque tudo que é novidade interessa mais, e portanto vende mais ingressos, porque esse show do consumo não pode parar.

De volta a Bauman, ele fala um negócio muito importante:

“É a sociedade de consumo que cria a demanda por celebridades. Deixe-me dar o exemplo do chamado tabloide: você acha que existiria sem a construção social do sistema de celebridades? E vice-versa. Acho que não. É um produto de consumo, especialmente para responder ao ‘sonho’ de leitores, que, querem encontrar problemas, querem entrar na vida cotidiana das estrelas, como se fossem vizinhos. Em suma, não se pode, agora, tornar-se uma celebridade graças à nossa vontade, ou como resultado de um talento. É preciso implementar um sistema de produção inteira. No final, a

peessoa famosa na sociedade líquida é nada mais do que uma mercadoria."

Aí reside minha principal frustração com essa nova forma de habitar a internet: ser bem-sucedida como escritora (ou professora de yoga, ou artista, ou empreendedora, ou cozinheira) significa se tornar uma celebridade, assumir o fato de que as pessoas não querem consumir apenas o que você faz, mas querem consumir você.

Por isso digo que essa dinâmica da fama é um ritual macabro. É um tipo de canibalismo, onde o público se alimenta da imagem da celebridade, e a celebridade se alimenta do poder vindo da massa. É como Adriana Calcanhoto canta naquela música "Vamos Comer Caetano": "Pelo óbvio / Pelo incesto / Vamos comer Caetano / Pela frente / Pelo verso / Vamos comê-lo cru / Vamos comer Caetano / Vamos devorá-lo / Degluti-lo, mastigá-lo / Vamos lamber a língua."

Por estar em uma situação de destaque, ganhando rios de dinheiro, pode parecer que a celebridade é a peça mais poderosa desse tabuleiro, mas não. Seu poder vem do público, o mesmo público que quer tirar pedaços, que pode arrancar sua cabeça. O fã de hoje é o hater de amanhã. E a celebridade é só o prato principal desse banquete.

E como vimos na história de Marie Tussaud, o público não se satisfaz apenas com o que é belo. O público quer ver sangue. A narrativa da fama não está completa sem o arco da decadência, da queda do ídolo. Assim como o mito do Ícaro, aquele da teimosia e das asas de cera, não está completo sem a parte da queda. É o que dá sentido à história. A cera das asas falsas sempre derretem, revelando a mortalidade daquele que ousa chegar perto do brilho do sol.

Acho engraçado esse grito "é preciso ACABAR com a cultura do cancelamento!" Meu amor, a cultura do cancelamento é fruto da cultura da celebridade. Uma não vive sem a outra. No limite, o "cancelamento" acaba não cancelando ninguém, é apenas mais um ato do espetáculo, uma nova forma do público de se relacionar com o famoso, através do ódio, da repulsa. O público se entedia muito fácil, sabe. Cansa ficar só adorando as celebridades, querem dar uma espancada também. Testemunhar a queda dos famosos, ou contribuir diretamente para ela, é só uma outra forma de intensificar nossa fixação com eles.

Então se você é alguém que está em busca da fama, é bom se preparar para ser muito odiado. Faz parte do jogo. Como diria Andy Warhol, o artista de quem falo lá no primeiro episódio deste podcast: "no futuro todos terão seus 15 minutos de cancelamento".

A Câmara do Horror de Madame Tussaud nunca foi realmente fechado. A Câmara do Horror é o tapete vermelho, é o que está nos holofotes, é a revista de fofocas, é o reality show, é a corrida por mais seguidores. É essa relação bizarra de consumo e de

destruição em que o público pode experimentar o gostinho de ser o algoz. E os famosos, congelados em suas expressões triunfantes, só podem sorrir, sem defesa, enquanto mais um fã o abraça para uma foto.

- - -

Muito obrigada a você que ouviu até aqui!

Se você gostou desse episódio, se é um tema que você se interessa e gostaria de aprofundar, vou te indicar mais dois episódios de Bobagens Imperdíveis. O episódio número 2.3, Teoria Belchior, em que eu falo um pouco mais sobre essa narrativa do auge e da queda do herói, e o que o cristianismo tem a ver com isso. E também o episódio número 1.14, Mentirosos Honestos, em que eu conto a história de um ilusionista e também falo de como quem acredita numa ilusão também tem responsabilidade em sustentar essa farsa. Fica a dica.

Obrigada também aos Valekers, aos meus queridos apoiadores, que financiam minhas pesquisas malucas e as histórias que escrevo nesse podcast me apoiando lá em apoia.se/alinevalek.

Obrigada pela paciência também em aguardar os episódios, que vão sair um pouco mais lentamente por um tempinho, enquanto estou aqui num período meio turbulento. E prefiro demorar um pouco mais do que fazer de qualquer jeito só pra manter a frequência e alimentar números. Tô mais preocupada em fazer algo de qualidade, que me deixe satisfeita, que agrade meus ouvidos – e espero que os seus também. Então por enquanto os episódios vão sair quando menos você esperar.

Se você quiser me acompanhar mais de perto e saber se tem episódio, se não tem, o que mais eu tô escrevendo, assina minha newsletter em alinevalek.com.br/#newsletter

Ufa, é isso.

Então um beijo, a gente se encontra no próximo episódio. E claro, nunca confie no narrador.