

Seção livre

Da tocaia à exibição: cultura paparazzi e a celebritização do amador

Resumo: o artigo discute, a partir de uma análise crítica, a influência da cultura *paparazzi* na formação do espectador contemporâneo que, munido de câmera, replica o padrão da estética do flagrante consolidada pela imprensa sensacionalista. A discussão mobiliza o conceito de celebritização apresetado por Driessens, a fim de compreender como a cultura hiperespetacular das rede sociais da internet demanda a encenação do cotidiano, estimulando a exibição. Como consequência, todos os que estão munidos de dispositivos fotográficos conectados à internet se tornam *paparazzi* em potencial, produzindo fotografias de pessoas desconhecidas, sem consentimento.

Palavras-chave: Fotografia. *Paparazzi*. Celebritização. Amador. Redes sociais.

From ambush to exhibition: paparazzi culture and the amateur celebritization

Abstract: the article discusses, from a critical analysis, the influence of paparazzi culture in the formation of the contemporary spectator who, equipped with a camera, replicates the pattern of the aesthetics of the flagrante consolidated by the sensationalist press. The discussion mobilizes the concept of celebritization presented by Driessens, in order to understand how the hyperspectacular culture of the social networks on the Internet demands the staging of everyday life, stimulating the exhibition. As a consequence, all those with photographic devices connected to the internet become potential paparazzi, producing strangers photographies without consent.

Keywords: Photography. *Paparazzi*. Celebritization. Amateur. Social networks.



Renata Lohamann¹
Michel de Oliveira²

¹ Doutora e mestra em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Participa do Imaginalis, grupo de pesquisa em Comunicação e Imaginário (UFRGS). Coordena o Curso Superior de Tecnologia em Fotografia da Univates.

² Michel de Oliveira-Doutorando em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mestre em Comunicação e especialista em Fotografia: práxis e discurso, ambos pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Participa do Imaginalis, grupo de pesquisa em Comunicação e Imaginário (UFRGS) e é bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

1 Introdução

Cena 1: Kim Kardashian, *socialite* e *webcelebridade* conhecida por suas fotografias sensuais e superproduzidas no *Instagram*, foi flagrada nas praias do México³. Os registros foram publicados pelo jornal britânico *The Sun* e replicados por outros sites e tabloides de diversos países. Se nas fotografias divulgadas nos perfis pessoais ela aparece sempre impecável, nos flagras do *paparazzo* ela apresentou as curvas sem retoque – inclusive as celulites –, o que causou furor dos fãs e a perda de mais de 100 mil seguidores⁴.

As reações nos comentários foram as mais diversas, muitos deles ressaltando a revolta por ela utilizar *Photoshop* para retocar as fotografias. Ou seja, os seguidores ainda têm a expectativa de que, se os registros são realizados pela própria celebridade, deveriam ser o mais “real” possível, sem alterações e manipulações – a falsa sensação de que esse seria um contato cru e direto, e não uma forma de publicizar a imagem do famoso, divulgar produtos e patrocinadores.

Cena 2: Homens e mulheres gritam em volta de um carro branco. Quando a porta se abre, o ator Fábio Assunção cai literalmente na sarjeta, enquanto os espectadores filmam e tiram fotografias, rapidamente divulgadas nas redes sociais. Instantes depois, o ator é novamente filmado na recepção do hospital da cidade de São João do Arcoverde, Pernambuco, onde participava da exibição de um documentário. Ele está visivelmente alterado e discute com os atendentes.

Por causa do tumulto provocado, acionaram a polícia e o ator foi mais uma vez flagrado: algemado e nos fundos de uma viatura. Rapidamente circularam inúmeras fotografias e vídeos do ator, que foram replicadas pelos portais de notícias⁵. O caso provocou inúmeras discussões, incluindo a falta de compaixão para com o ator, que já passou por tratamentos devido ao alcoolismo e à dependência química.

Apesar de distintas em vários aspectos, essas duas cenas apresentam uma questão central: o flagrante de celebridades que foram divulgadas pela imprensa. No primeiro caso, feito por um fotógrafo profissional; no segundo, registrado espontaneamente pelas pessoas que assistiam à cena.

Partindo desse ponto de confluência, será apresentada uma

3 Fim do mito: Kim Kardashian exibe corpo “real” em praia do México. Disponível em: <<http://wp.elicrbs.com.br/holofote/2017/04/25/fim-do-mito-kim-kardashian-exibe-corpo-real-em-praia-do-mexico/?topo=5>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

4 Is the Instagram queen’s reign over? Kim Kardashian loses 100,000 followers as she faces a fan backlash over THOSE unairbrushed bikini snaps. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-4453126/Kim-Kardashian-loses-100-000-Instagram-followers.html>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

5 Is the Instagram queen’s reign over? Kim Kardashian loses 100,000 followers as she faces a fan backlash over THOSE unairbrushed bikini snaps. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-4453126/Kim-Kardashian-loses-100-000-Instagram-followers.html>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

análise crítica sobre a atuação dos *paparazzi* e a divulgação de seus registros, a fim de elaborar um breve percurso que elucide aspectos da cultura contemporânea, fortemente baseada na exibição espetacular das produções amadoras.

O objetivo principal é tentar identificar a influência dos *paparazzi* e da midiaticização do cotidiano na formação do espectador que, com uma câmera na mão, replica os mesmos padrões adotados pela imprensa. Busca também discutir algumas questões relacionadas à atuação profissional do *paparazzo* que, segundo previsões⁶, está com os dias contados.

2 Fotojornalismo: por uma estética do flagrante

Jorge Pedro Sousa (2002) aponta as décadas de 1920 e 1930 como o período de ascensão do fotojornalismo moderno, influenciado diretamente pelas práticas de cobertura da imprensa estadunidense, baseada no frenesi urbano, nas batidas policiais e nos flagrantes do cotidiano, como pode ser observado nos registros do fotógrafo Arthur Fellig, mais conhecido pelo pseudônimo Weegee.

Segundo Sousa (2002), a arte do *scoop* fotojornalístico⁷ e da estética da velocidade tiveram em Weegee um dos principais expoentes e precursores. Suas fotos mostram pessoas anônimas envolvidas – ou interessadas – nos grandes e pequenos dramas do cotidiano, incluindo a violência e a agitação da vida noturna. A perseguição pelo furo jornalístico era tamanha que o fotógrafo possuía um rádio ligado permanentemente ao da polícia.

Entre os fatores que influenciaram as transformações do fotojornalismo naquela época, Sousa (2002) destaca como principais: a elevação definitiva do fotojornalismo à condição de subcampo da imprensa – em virtude da cobertura fotojornalística da Guerra Civil espanhola e da II Guerra Mundial – e a introdução de novas tecnologias como câmeras mais compactas, teleobjetivas, filmes rápidos e o *flashbulb*.

Com a introdução do telefoto, em 1935, tornou-se possível enviar fotografias por meio do aparelho transmissor, acelerando – e muito – o processo de difusão dos registros fotográficos. No

6 O Instagram pode acabar com os paparazzi. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/05/o-instagram-pode-acabar-com-os-paparazzi.html>>.

Acesso em: 03 jul. 2017.

7 Reportagem sensacionalista obtida em primeira mão.

entanto, esse serviço acabou diminuindo a qualidade dos arquivos e provocando a repetição de imagens nos periódicos. As fotografias passaram a ser mais bem aproveitadas enquanto informação e ocuparam maior espaço nas páginas dos jornais e revistas. Todos esses desenvolvimentos “[...] ajudaram a transformar o fotojornalismo de um instrumento do *yellow journalism* ou do assunto principal de *features* num meio privilegiado para o registro dos acontecimentos públicos” (SOUSA, 2002, p. 102).

Com o pós-guerra, houve a crescente industrialização e massificação da produção fotojornalística, causando uma rotinização e convencionalização do trabalho dos fotojornalistas e das agências de notícias. Sousa (2002) destaca que naquele período deu-se a expansão da imprensa cor-de-rosa, das revistas eróticas como a Playboy, das revistas ilustradas especializadas em moda, decoração, fotografia – entre outros temas – e da imprensa de escândalo:

A imprensa de escândalos e a imprensa cor-de-rosa vão fazer surgir, nos anos cinquenta, os *paparazzi*, fotógrafos especialistas na ‘caça às estrelas’, tornados tristemente célebres após a morte da Princesa Diana, que servem-se dos mais variados expedientes para obter fotografias tão sensacionais quanto possível de gente famosa (SOUSA, 2002, p. 129).

A utilização da teleobjetiva, que permite um maior afastamento do fotógrafo – e a possível descontextualização da ação – também foi disseminada nesse período.

As décadas de 1960 a 1980 foram marcadas pela espetacularização e dramatização da informação, com maior personalização dos temas, centrados em acontecimentos sensacionais e nas figuras de destaque, fosse pelo reconhecimento público ou por estarem envolvidas em algum evento notório. Foi também nesse período que a aquisição de fotos tiradas por amadores, sejam *scoops* ou até fotos de família dos famosos, difundiu-se nas agências fotográficas.

A partir desses breves apontamentos apresentados por Sousa (2002), é possível compreender as transformações do fotojornalismo e sua influência na consolidação do flagrante como estética norteadora das fotografias divulgadas na imprensa, especialmente na cobertura de celebridades.

3 Fellini, Lady Di: amor e ódio pelos *paparazzi*

Segundo a pesquisadora Kim McNamara (2015), a popularização do termo de origem italiana *paparazzo* – no plural, *paparazzi* – se deu com o filme *La Dolce Vita* (1959) de Federico Fellini, que retrata um jornalista de tabloide à procura de uma história na glamourosa vida noturna romana para o jornal em que trabalha. A personagem se chama “*Paparazzo*” – uma mistura de *ragazzo* (rapaz) com um tipo de mosquito que circula ao redor do sujeito e causa aborrecimento –, e foi inspirado no fotógrafo Tazio Secchiarolli, conhecido de Fellini.

Em sua busca por uma matéria quente, a personagem passa a perseguir celebridades. A atividade de registrar pessoas famosas sem consentimento foi imortalizada pelo filme, apesar de a prática datar desde o começo dos anos 1950. De acordo com McNamara (2015), nas ruas de Roma fotógrafos registravam turistas e soldados sem seu conhecimento, e depois tentavam lhes vender as fotografias. Nesse período eram chamados de *scattini*⁸.

Se o nome *paparazzo* passava despercebido na vida da maioria das pessoas, em 31 de agosto de 1997 ele se tornou tema principal de todos os veículos de comunicação mundiais. A trágica morte de Lady Di, em um acidente de carro envolvendo a perseguição por *paparazzi*, levou a prática fotográfica às capas de todos os jornais acirrando os debates sobre a ética do trabalho e o direito à privacidade.

A curiosidade e fascinação pela realeza sempre foram fonte de muitas publicações – e renda – para os famosos tabloides britânicos como *The Sun* e *Daily Mail*, que influenciaram a imprensa internacional sobre celebridades. O casamento de Diana com o príncipe Charles não foi diferente: transmitido ao vivo, foi visto 600 milhões de pessoas ao redor do mundo⁹. Com o fim do relacionamento, marcado por boatos de traição por parte de Charles, Diana havia se tornado referência nas causas humanitárias internacionais e ícone *fashion*.

Quando seu namoro com o empresário Dodi Al Fayed se tornou público, a ânsia da imprensa por imagens se tornou ainda mais voraz. Na noite de 31 de agosto de 1997, os *paparazzi*

8 Scattini significa o fotógrafo que está sempre preparado para fazer um registro instantâneo.

9 1981: Casamento de Charles e Diana. Disponível em: <<http://www.dw.com/pt-br/1981-casamento-de-charles-e-diana/a-598473>>. Acesso em: 6 jul. 2017.

seguiram o casal quando saía do Hotel Ritz, em Paris, que acabou se tornando uma perseguição de alta velocidade, culminando na colisão do veículo contra a parede de um túnel. Apenas Trevor Rees-Jones, o segurança, sobreviveu. Se a ação dos *paparazzi* foi condenada por todos, as fotos dos destroços do carro, com Diana presa entre as ferragens, estavam em todos os lugares.

Os nove *paparazzi* envolvidos no acidente foram inocentados pelas mortes de Dodi e Diana em julgamento de 2002. No ano de 2006, dois deles foram condenados, acusados de infringir as leis de privacidade francesas por terem divulgados as fotografias do acidente, pagando a multa simbólica de 1 euro¹⁰.

A situação foi extremamente explorada pela imprensa, ainda mais quando se transformou em investigação policial. Diana e Dodi já passavam pelo escrutínio da mídia em vida – e depois da morte não foi diferente. Imagens de câmeras de segurança foram utilizadas para refazer os últimos passos do casal – tanto para auxiliar nas investigações quanto para saciar a curiosidade do público.

A imprensa britânica acatou o pedido do Palácio de Buckingham de respeitar a intimidade do príncipe Charles e seus filhos, William e Harry. Porém, quando William terminou a faculdade e começou a se relacionar com Kate Middleton, eles se tornaram o centro das atenções midiáticas, que voltou a explorar a intimidade da realeza. A discussão sobre a ética do trabalho dos *paparazzi* reacendeu quando o casal passou a ser perseguido após a oficialização do noivado, em 2010.

Os advogados da família real decidiram tomar medidas legais contra a imprensa britânica, que recuou. Porém, a imprensa internacional não cessou seus trabalhos e as revistas *Closer*, da França, e *Chi*, da Itália, publicaram fotos de Middleton, então duquesa de Cambridge, fazendo *topless* em uma praia.

Edgar Morin (1997) explica a ascensão da família real inglesa à condição de vedete da cultura de massa, atuando como olímpianos, termo que cunha com base no Olimpo, a morada dos deuses da mitologia grega. Os olímpianos são figuras humanas inalcançáveis, mistificadas pela exibição pública, como estrelas de cinema, políticos, membros da realeza, atletas e demais personalidades que alcançam a glória midiática.

A imprensa se estabeleceu como espaço de contato do público

10 Convictions for Diana paparazzi. Disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4739534.stm>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

com essas personagens de existência considerada sobre-humana, atiçando a curiosidade para suas ações privadas. Afinal, quem não quer saber o que Marilyn Monroe comia ou o último escândalo sexual envolvendo o príncipe William? Essa é a justificativa para os tabloides e veículos sensacionalistas explorarem a vida íntima das celebridades, em um processo de comercialização de suas vivências, por mais banais que sejam.

Como destaca Morin (1997, p. 106-107), a imprensa “ao mesmo tempo que investe os olímpicos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação”. A fotografia, tomada socialmente como imagem confiável, é incumbida de fazer a mediação dessas duas instâncias tão distantes: o mundo das celebridades e a vida ordinária dos mortais.

4 A celebritização do cotidiano

Com a consolidação da sociedade do espetáculo (DEBORD, 2002), marcada pelo predomínio da exposição e pelo apelo midiático, a cultura olímpica deixou de ser uma impossibilidade, para se tornar um anseio. A irônica profecia de Andy Warol: “No futuro, todos serão mundialmente famosos por 15 minutos”¹¹, parece ter se tornando o desejo do cidadão-urbano-médio das sociedades globalizadas.

Atualmente, com todas as possibilidades de exibição propiciadas pelo advento dos dispositivos móveis conectados à internet, os apelos espetaculares alcançaram outro nível, configurando o que Juremir Machado (2015) denominou de hiperespetáculo ou sociedade midiocre. Nesse ápice hiperespetacular, acabou a ilusão: “sociedade e espetáculo são a mesma coisa” (MACHADO, 2015, p. 27).

Já não é mais possível separar os domínios da exibição da vida cotidiana. As vivências privadas, íntimas, passam a figurar como uma nova possibilidade de exibição performática, processo ao qual Paula Sibília (2008, p. 197) caracteriza como show do eu: “uma ânsia por inventar realidades que pareçam ficções”.

Assim, o processo é invertido: se antes os semideuses midiáticos precisavam ser vistos em sua intimidade ordinária, de

11 Tradução livre do trecho: “In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes” (GUINN, PERRY, 2005, p. 4)

afazeres cotidianos, os mortais precisam espetacularizar o cotidiano, a fim de atrair as atenções para suas performatizações autobiográficas compartilhadas em rede. Como esclarece Sibilia (2008, p. 197, grifo da autora), “espetacularizar o *eu* consiste precisamente nisso: transformar nossas personalidades e vidas (já nem tão) privadas em realidades ficcionalizadas com recursos midiáticos”.

Esse contexto social, caracterizado pelo apelo à visibilidade midiática, é apresentado por Oliver Driessens (2014), que discute a celebritização da sociedade e da cultura. Para o autor, esse é um metaprocesso, “porque falta um começo ou um final claro, e se dispersa no espaço e no tempo, não seguindo uma direção específica” (DRIESSENS, 2014, p.10); e não se restringe a instâncias específicas da sociedade, mas se faz perceptível em diversos setores: da política à gastronomia, dos esportes à academia.

Apesar de muitas vezes ignorado como processo menor, acusado de irrelevância e mediocridade, Driessens (2014) destaca que a celebritização, como qualquer outro fenômeno social, é marcada pela tensão entre forças opostas que disputam o poder. Assim, as celebridades não são apenas personagens de entretenimento gratuito, mas “um recurso valioso a ser utilizado nas lutas de poder” (DRIESSENS, 2014, p. 9).

O autor destaca três características preponderantes que sustentam a celebritização: midiatização, personalização e comodificação. Como discutido brevemente ao traçar apontamentos sobre a sociedade espetacular, a midiatização é fator fundamental para o estabelecimento de uma cultura da celebridade. Nesse sentido, as personalizações do eu (SIBILIA, 2008) alimentam o anseio de figurar nas inúmeras telas.

Essas duas ações, midiatização e personalização, estão inseridas em um contexto de comodificação, ou seja, as instâncias sociais e de vivência são transformadas em *commodities*, regidas por aspectos econômicos e consumistas, que tudo transforma em produto. Morin (1997, p. 9) explicita que,

[...] como toda cultura, a cultura de massa elabora modelos, normas; mas, para essa cultura estruturada segundo a lei do mercado, não há prescrições impostas, mas imagens ou palavras que fazem apelo à imitação, conselhos, incitações publicitárias.

Perceber os desdobramentos da celebritização do cotidiano e da cultura é fundamental para situar a cultura *paparazzi* – que nada mais é que uma eclosão social dessas características – no contexto da sociedade em rede, a fim de compreender como essas práticas midiáticas acabaram influenciando diretamente as formas de expressão contemporâneas.

12 Tradução livre do trecho: “In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes” (GUINN, PERRY, 2005, p. 4)

5 A fotografia como símbolo ostentatório¹²

A fotografia, por vezes acusada de ordinária e banal, sempre foi a principal forma de adentar no Olimpo midiático. Os retratos dos famosos eram publicados nas colunas sociais, nas revistas ilustradas, nos cartazes do cinema. Circulavam pelas casas em formato de pôster, estampadas em cartões-postais, colecionadas como *carte de visite*, que antes mesmo da possibilidade técnica de publicar fotografias na imprensa já divulgava os retratos das vedetes do teatro, do cinema, os homens influentes, como escritores, políticos e cientistas.

Para os amadores, por muito tempo a fotografia foi apenas um meio de registrar o cotidiano, restringindo-se, por várias décadas, à preservação da memória familiar. Mas a encenação sempre esteve presente, mesmo nas fotos de família, que eram cuidadosamente montadas a fim de garantir o prestígio público, com a apresentação de boas maneiras nos retratos.

Mesmo nesse contexto marcado pelos apelos memorialistas, o germe da ostentação esteve presente no ato fotográfico. Ser fotografado sempre foi ato solene: era necessário estar bem apresentável, afinal, o retrato era símbolo social de distinção. Por isso, operários, donas de casa e as pessoas comuns – que precisavam juntar dinheiro para serem retratados –, usavam as fantasias burguesas disponíveis nos estúdios fotográficos, figurando bem-apegoados nos retratos.

Com o advento do digital e a crescente popularização dos dispositivos móveis conectados à internet – em meados da primeira década deste século –, o germe ostentatório presente na sociedade burguesa se proliferou com a possibilidade de produzir imagens

técnicas irrestritamente. Assim, com a conexão massiva à internet, teve início a era do amador (KEEN, 2009), caracterizada pela produção e compartilhamento abundante de conteúdos, pela apropriação e ressignificação de bens culturais e, principalmente, pelo personalismo que caracteriza a celebritização da cultura.

Com isso, houve uma reconfiguração das práticas amadoras, especificamente da fotografia doméstica, que teve o apelo memorialista enfraquecido em face da crescente demanda espetacular e exibicionista. Os registros vernaculares deixaram de ser foto-recordação (SCHAEFFER, 1996) para se configurar como foto-ostentação (OLIVEIRA, 2015, p. 14): “imagem midiática, gestada na sociedade do consumo, que impulsiona a consequente produção de mais imagens”.

Essas transformações têm a ver com as considerações traçadas por Jonathan Crary (2012), quando discute a formação do espectador moderno, submetido a uma “pedagogia da visibilidade”, que educou o olhar para os inúmeros dispositivos óticos, incluindo a câmera fotográfica, e para os meios de comunicação massivos, como a imprensa e, posteriormente, televisão e internet. Como destaca Crary (2012, p. 25), “a padronização das imagens visuais do século XIX não deve ser vista simplesmente como parte das novas formas de reprodutibilidade técnica, mas em relação ao processo mais amplo de normatização e sujeição do observador”.

Assim, ao ter acesso aos meios de produção técnica e de divulgação das imagens, o espectador formado nesse contexto social da Modernidade – visual e midiático – repete os padrões aos quais foi “educado”. Motivação que passou a ser explorada como forma de baratear a produção da imprensa, com a publicação de conteúdos amadores, primeiramente nas seções do “você repórter” e, atualmente, invertendo o processo: as produções amadoras, como fotografias e vídeos, passaram a pautar os veículos tradicionais da imprensa.

Compreender esse processo de formação do espectador e o apelo exibicionista da cultura da celebritização é fundamental para conseguir ter uma dimensão maior dos acontecimentos envolvendo a produção técnica de imagens. Se hoje as redes sociais são o palco para a exibição das performatizações do cotidiano e da intimidade, é por antes ter havido a consolidação social dessas práticas, ainda que,

por vezes, se desconsidere a influência da midiatização na formação do público. O espectador, ao se tornar produtor de conteúdos, repete o padrão consumido por décadas, inclusive, infringindo os mesmos princípios éticos que eram quebrados pela imprensa, principalmente de divulgação da privacidade com os registros dos *paparazzi*.

Nas inúmeras telas, fotografias consideradas banais, ordinárias e descaráveis, atraem os olhares, captando a atenção inclusive dos críticos, que não poupam adjetivos para desqualificar práticas como *selfies*, *memes*, *gifs*, *snapshot* e vídeos compartilhados em rede. Para os produtores desses conteúdos visuais, os aparelhos óticos se apresentam como brinquedos de produzir figurações, consolidando uma cultura diversional e efêmera, que parece se contrapor aos apelos documentais estabelecidos pela Modernidade.

Mesmo acusada por sua venalidade, a fotografia que já passa a ser considerada póstuma – como prenuncia Joan Fontcuberta (2014) com os alaridos da pós-fotografia – parece conservar o apelo à exibição ostentatória, que sempre a caracterizou, dos estojos luxuosos dos daguerreótipos, até a exibição social da troca de *carte de visite*, dos álbuns de família ou dos registros das férias. Ao que parece, as acusações de banalidade dedicadas à fotografia – e às demais formas de produção de técnica de imagens –, apenas expõem adjetivos que revelam qualidades da sociedade em que esses registros são produzidos, e não das imagens em si.

6 Somos todos *paparazzi*: algumas considerações

Muito já se debateu sobre o impacto das redes sociais na internet sobre atividades que envolvem a disseminação de informações sobre a vida pública e privada, da política internacional à vida das celebridades. Nesse cenário, em que muitos têm aparatos munidos com câmeras digitais, fotojornalistas e cinegrafistas – e até mesmo os *paparazzi* – estão sob ameaça.

A extinção dos *paparazzi* por causa do *Instagram* **já foi denunciada, e não sem fundamento. Em maio de 2017, a Rede Globo anunciou o fim dos portais *Ego* e *Paparazzo* – que ironicamente levava esse nome –, ambos dedicados à divulgação de**

conteúdos relacionados a celebridades. No caso específico do *Ego*, com a publicação de flagrantes vendidos pelos *paparazzi*.

As celebridades têm cada vez mais optado por utilizar as redes sociais, como *Instagram*, *Facebook* e *TikTok*, para se conectar diretamente com os fãs, anunciar as novidades da carreira, por quais eventos circulam, com quem se encontram. Imagens de assessoria que têm alimentado os sites de fofoca e tabloides. Mas, apesar disso, como ilustra o caso envolvendo Kim Kardashian, os *paparazzi* ainda têm importante atuação para expor cenas que contrariam a lógica de assessoria das redes sociais dos famosos, que divulgam apenas registros favoráveis.

A prática dos *paparazzi* alude à tocaia, espreita e violação da privacidade. No entanto, pouco se fala do “flagra consensual”, quando a celebridade permite que o *paparazzo* a fotografe ou até articula para que algum amigo ou assessor avise o fotógrafo, para que consiga o flagrante encenado.

O Houaiss define a palavra *paparazzo* como “fotógrafo que persegue agressivamente as celebridades, com o fito de bater fotos indiscretas”, mas segundo Tardáguila (2008),

[...] os costumes mudaram desde que as vítimas desse infernal assédio passaram a posar na banheira sempre que mudam de casa e Adriane Galisteu casou-se com as câmeras”. Ela acredita que o futuro da profissão não está na postura belicosa dos *paparazzi* de tocaia e perseguição como no filme de Fellini ou na perseguição de Lady Di: “Nossos *paparazzi* são feitos à imagem e semelhança do gosto nacional pelo jeitinho e pela conciliação.

As redes sociais trouxeram novos desafios para os *paparazzi*, permitindo que as celebridades driblem os flagrantes. Taylor Swift, cantora pop e assídua usuária do *Instagram*, passava férias com as amigas na Europa. Ao perceber que um fotógrafo vigiava de um barco à distância – acostumada com os fotógrafos, ela identificou a lente teleobjetiva – decidiu postar uma fotografia de biquíni com as amigas na sua conta do *Instagram*, para o fotógrafo não lucrar “100 mil dólares” com sua imagem inédita¹³. Ações como essas incitam a discussão sobre o desaparecimento gradual da profissão de *paparazzo*.

13 Taylor Swift publica fotos de biquíni por causa de paparazzo. Disponível em: <<http://br.eonline.com/eneews/taylor-swift-publica-fotos-de-biquini-por-causa-de-paparazzo/>>. Acesso em: 6 jul. 2017.)

Se for possível falar no fim dos *paparazzi*, isso não significa, de nenhuma forma, a extinção da prática. No contexto da sociedade hiperconectada, munida de dispositivos móveis capazes de produzir fotografias e vídeos, cada indivíduo se torna um *paparazzi* potencial, registrando desde casos polêmicos envolvendo celebridades, como o os flagrantes do ator Fábio Assunção, até a invasão da privacidade de anônimos, que são fotografados ou filmados sem consentimento e têm os flagras – inclusive registros íntimos – divulgados nas redes sociais, como acontece no *Instagram*, a exemplo do perfil *Hot Dudes Reading*¹⁴, que divulga fotografias de homens lendo no metrô, ou o perfil *Miserable Men*¹⁵, que publica flagras de homens à espera das companheiras que fazem compras.

Perfis como esses citados são muitos, com diversas variações temáticas, de cenas constrangedoras, consideradas engraçadas e, até mesmo, que divulgam insinuações eróticas, com partes do corpo de pessoas que sequer sabem que estão sendo fotografadas. Esse desdobramento da cultura da celebritização e da prática dos *paparazzi* provoca sérias discussões éticas. Como resguardar o direito a não imagem se em todos os lugares há câmeras, seja de seguranças ou de *paparazzi* do cotidiano? A quem responsabilizar se essas fotografias circulam anônimas? Os detentores das redes são cúmplices dessas práticas de invasão da privacidade? São questões complexas e que ainda carecem de discussão.

Em contrapartida a essa exibição não autorizada, há as produções de inúmeros auto-*paparazzi*, que encenam espetacularmente a intimidade para conseguir curtidas nas redes sociais. Mais um desdobramento da cultura da celebritização, que transforma o cotidiano, mesmo o mais ordinário, em produto que precisa ser publicizado. São os que fazem de tudo para aceder à visibilidade, mesmo que isso signifique passar por alguma situação vexatória. Tem-se como exemplo o perfil de *Instagram* cunhado *Influencers in The Wild*¹⁶, em tradução livre “influenciadores na vida selvagem” — uma brincadeira inspirada nos documentários sobre animais selvagens, para indicar que é assim que os influenciadores digitais se comportam em seu ambiente natural — cujo objetivo é flagrar e fazer piada com os chamados “influenciadores digitais” em situações de exposição pública enquanto criam conteúdo para seus perfis nas redes sociais.

Essas instâncias fazem parte da cultura da celebração, que necessita das imagens técnicas para alimentar as vitrines. A fotografia,

14 Perfil Hot Dudes Reading. Disponível em: <<https://www.instagram.com/hotdudesreading/>>. Acesso em: 5 jul. 2017.

15 Perfil Miserable Men. Disponível em: <https://www.instagram.com/miserable_men/>. Acesso em: 5 jul. 2017.

16 Perfil Influencers in The Wild. Disponível em: <<https://www.instagram.com/influencersinthewild/>>. Acesso em: 19 mai. 2021.

mesmo com os prenúncios do fim, continua a figurar como meio para alcançar a visibilidade midiática, agora não mais restrita às celebridades, mas a todos os indivíduos das sociedades globalizadas, mesmo aqueles que não queiram figurar nesse sistema, e ocupem o tempo lendo livros no metrô. Diante desse cenário, se de fato a profissão de *paparazzi* deixar de existir, não será devido à extinção da demanda, mas pelo excesso.

Agora, com a maioria das pessoas munidas com dispositivos móveis que fotografam e estão conectados à internet, não é mais necessário ficar de tocaia, como os *paparazzi* profissionais, basta sacar o *smartphone* do bolso, discretamente, fotografar e publicar nas redes sociais registros não autorizados que deveriam estar restritos à esfera da intimidade, alimentando a demanda da hiperexposição, mesmo que para isso seja necessário recorrer aos flagrantes de pessoas desconhecidas, sem consentimento.

Referências

CRARY, J. **Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

DRIESENS, O. “Acelebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade”. **Ciberlegenda**, n. 31, 2014, p. 8-25. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/808>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

FONTCUBERTA, J. “Por um manifesto pós-fotográfico”. **Revista Studium**. Campinas, v. 36, 2014. Disponível em: <<http://www.studium.iar.unicamp.br/36/7/>>. Acesso em: 5 jun. 2017.

GUINN, J.; PERRY, D. **The sixteenth minute: life in the aftermath of fame**. Nova York: Tarcher, 2005.

KEEN, A. **O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

MACHADO, J. **A sociedade midíocre**. Passagem ao hiperespetacular: o fim do direito autoral, do livro e da escrita. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MCNAMARA, K. **Paparazzi**: media practices and celebrity culture. Nova Iorque: John Wiley & Sons, 2015.

MORIN, Edgar. “Os olímpianos”. In: _____. **Cultura de massas no século XX**: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, p. 105-109.

OLIVEIRA, M. de. “Foto-ostentação: um novo paradigma fotográfico”. In: Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 38., 2015. São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0277-1.pdf>>. Acesso em: 5 jul. 2017.

SCHAEFFER, J.-M. **A imagem precária**: sobre o dispositivo fotográfico. Campinas: Papirus, 1996.

SOUSA, J. P. **Uma história crítica do fotojornalismo Ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2002.

SIBILIA, P. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

TARDÁGUILA, C. “O *paparazzo* nosso de cada dia”. **Revista Piauí**, ago. 2008. Disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-paparazzo-nosso-de-cada-dia/>>. Acesso em: 04 jul. 2017.