

Celebrando o desconhecido: o anonimato como dinâmica de *celebrificação*¹

Luiza Ferrero Brenha CHAVES²

Amanda MEDEIROS³

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro - RJ

Resumo

No entendimento do que é uma *celebridade* reside a dissolução do *muro* imaginário entre vida pública e privada. Neste sentido, o presente artigo busca compreender como alguns artistas conquistam e mantêm seu status célebre sem expor a face privada de suas vidas, apostando, pois, no anonimato. Temos a hipótese de que, mesmo contrariando a lógica da superexposição, alguns indivíduos, ainda assim, são considerados figuras célebres. Ao longo do texto se foi feita uma análise sobre em que medida determinadas teorias da comunicação, com ênfase na cultura da celebridade, se aplicam a três artistas anônimos contemporâneos: Daft Punk, Elena Ferrante e Banksy. Por meio de pesquisa bibliográfica e estudos de caso, o artigo formula categorias ainda embrionárias para entender o *uso* do anonimato neste contexto, enquanto evidencia a necessidade de estudos acerca dessa forma peculiar de *ser (re)conhecido*.

Palavras-chave: Cultura da celebridade; *Celebrificação*; Anonimato; Mídia.

¹ Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do 3º período do curso de Comunicação Social da ECO – UFRJ. Email: lfbcha@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutoranda em Comunicação e Cultural pelo PPGCOM da ECO-UFRJ. Email: amanda.cnth@gmail.com

Introdução

Salinger, Kubrick, Banksy, Daft Punk. Estes são alguns dos maiores nomes de seus respectivos campos, mas o que eles têm em comum? Este é o questionamento do personagem de Jude Law na série da HBO *The Young Pope*. Em um ode ao mistério, ao desconhecido como estratégia para suscitar curiosidade e admiração, o jovem papa ficcional defende sua opção pelo anonimato. Através desses exemplos, argumenta que a defesa da privacidade não os impede de serem referências célebres, e até, se levada ao extremo, pode contribuir para sua mitificação.

As celebridades, principalmente no mundo contemporâneo, não se limitam a serem celebradas por suas obras e feitos públicos. Em uma era de quantidades massivas de informação e exposição da vida privada, chega a se considerar necessário se vincular ao público em níveis de intimidade sem precedentes na história. O avanço tecnológico e a democratização das redes sociais digitais permitem que, pela primeira vez, qualquer pessoa saiba detalhes da vida privada das celebridades que elas mesmas escolhem divulgar como uma espécie de *filme-vida* (GABLER, 1999) e, em certos casos, até o que não escolhem.

São diversas as teorias que abordam a relação da sociedade contemporânea com seus ídolos e as formas com que essa relação pode se construir. Mas como explicar as célebres referências do personagem de Jude Law e sua aversão à exposição? Cabe a nós, portanto, pensar em que medida as teorias a respeito das celebridades se encaixam nessa categoria peculiar de *ser conhecido*. Seus motivos na escolha pelo anonimato, suas estratégias enquanto figuras públicas não-convencionais e as consequências disso em suas carreiras são discussões e análises a serem feitas neste artigo, que é fruto de uma disciplina teórica centrada nos estudos sobre a cultura da celebridade. Seguimos, portanto, com a hipótese de que, a despeito de contrariarem a lógica da superexposição que opera na indústria da celebridade, alguns indivíduos são, ainda assim, considerados figuras célebres.

Celebridades anônimas

O campo teórico dos indivíduos célebres é um tanto quanto heterogêneo, tornando complicada a tarefa de formular bases sólidas que sejam amplas o suficiente, sem esbarrar na superficialidade. Tom Mole (2007), em análises à respeito da ascensão célebre de Lord Byron, definiu argumentos suficientemente consistentes que podem ser aplicados aos mais distintos casos, mesmo aqueles que parecem trabalhar no campo da exceção. A tríade formada por *Indústria, Audiência e Indivíduo* é o que o autor chama de *aparato cultural das celebridades*. Esse mecanismo teórico define as bases para estudos de celebridades indicando que nenhum dos três elementos pode ser analisado independente dos outros, já que o indivíduo célebre depende de uma indústria para se estabelecer, a indústria depende do público para se sustentar e assim por diante. É uma relação de interdependência, de retroalimentação; logo, não caberia analisar apenas público e artista quando a indústria desempenha papel fundamental nessa relação.

A estrutura se mantém ao abordar celebridades cuja identidade permanece em mistério. Mesmo aqueles que usam seu anonimato para criticar a indústria dependem de sua legitimação para serem admirados e até para terem algum alcance relevante. Mole (2007) relata que o artista recebe recompensas financeiras e prestígio, a indústria conquista a capacidade de se expandir enquanto negócio lucrativo e o público aproveita o prazer contido no produto-obra a ser vendido.

Fugindo às linhas gerais da teoria, as celebridades anônimas possuem características que as colocam no campo da exceção. Como já dito, em processo histórico já não tão recente, mas acentuado pela contemporaneidade, a exposição da vida privada é basicamente uma regra geral dos célebres modernos. A partir da crônica de João do Rio intitulada *O muro da vida privada*, Freire Filho (2014) analisa a dissolução das barreiras entre vida pública e vida privada. O autor define a proteção da intimidade como baseada em dois direitos básicos: *propriedade privada e propriedade de si*. A *propriedade privada* está diretamente vinculada ao direito de fazer o que quiser com os bens que lhe pertencem, ou por exemplo, direito de não ser observado dentro de sua residência. O segundo se vincula mais à proteção, ao direito de cuidar do próprio corpo como for de sua vontade. Ambos os direitos constituem, juntos, o

intimus, os elementos da vida privada de uma pessoa que são garantidos por lei perante a sociedade como um todo.

Na contramão, as celebridades, em regra, abrem mão de exercerem seus direitos de intimidade à fundo para que sejam célebres e possam usufruir das vantagens que decorrem deste lugar. A *flexibilização da intimidade* é vista como algo a ser pago em troca do prestígio social e da visibilidade, mesmo que seja custoso e, não raro, desagradável. Aqui entram as celebridades anônimas como exceção. Ao manterem secretas, ou ao menos discretas, suas identidades, os artistas preservam suas intimidades e relações pessoais. A aversão à vida pública é, inclusive, um motivo a ser considerado como razão do anonimato, até mesmo como crítica à sociedade contemporânea, regida pela supervalorização da exposição. A questão que se levanta, no entanto, diz respeito a uma indústria padronizada (TURNER, 2004), que tende a não aceitar artistas que fujam aos padrões pré-estabelecidos, nesse caso, de exposição constante.

Uma outra especificidade dos sujeitos célebres que jogam com o anonimato merece, ainda, destaque. Em uma sociedade capitalista, a arte tende a cada vez mais se dissociar do artista, na medida em que existe uma estrutura industrial de produção para *fazer acontecer* a obra, indo muito além do que está ligado à individualidade da figura pública. Ao mesmo tempo, a exposição da pessoa que encarna a obra publicamente tende a confundir constantemente a admiração do indivíduo com a admiração pela obra (MORIN, 1984). Se a regra atual da relação entre trabalhador e trabalho pode ser lida como alienada, em termos marxistas, isto é, dissociando produtor e produto de modo que ele não se identifique com o que produz, no caso dos artistas anônimos, eles *são* o que produzem. No momento em que o indivíduo público é tirado de cena, nada resta para analisar a não ser sua obra, tornando-o uma extensão dela. Por isso, um outro aspecto de relevância se agrega a estas figuras. Sibília (2015), inspirada nos pensamentos de Taylor (2008) fala do aparentemente estranho fenômeno de valorização da autenticidade em tempos pós-modernos.

Mesmo na época de identidades difusas, cobra-se publicamente que os indivíduos sejam autênticos, isto é, há uma exigência de “(...) fidelidade a esse centro identitário ancorado nos abismos de si mesmo” (SIBILIA, 2015, p. 358). O pressuposto trabalhado pela pesquisadora, de que os indivíduos possuem uma profunda verdade interior sobre si mesmos, é manifestado socialmente de diversas formas. A exemplo disso, o fato de ser autêntico

funciona como um modo de ser quem você realmente é, ou seja, expressando sua verdadeira essência através de sua arte. Nesse sentido, celebridades anônimas têm uma vantagem imediata. Como publicamente são assimiladas pelas suas obras e, mesmo que indiretamente, trabalham contra uma exposição artificial e montada da vida privada, entregam o que o público considera autêntico.

Tendo traçado bases e características singulares daqueles que optaram por viver suas vidas célebres por trás de pseudônimos, cabe estudá-los individualmente. Partindo dos artistas citados por Jude Law na série *The Young Pope*, foram escolhidos três nomes de extrema relevância na arte contemporânea, e que possuem imenso destaque em suas áreas. Na superfície, nada parece conectá-los para além do fato de que preferem manter suas identidades em segredo. Por isso, este trabalho elaborou categorias teóricas experimentais para compreender melhor as especificidades e *papel* de cada forma de anonimato dentro das respectivas áreas artísticas: música, literatura e arte visual. São as categorias: o *anonimato midiático*, vinculado à dupla de música eletrônica Daft Punk; o *anonimato subjetivo*, da escritora italiana Elena Ferrante; e o *anonimato político*, do artista visual Banksy.

Anonimato midiático

A partir das análises sobre o aparato cultural da celebridade em relação aos objetos estudados, percebe-se que o anonimato pode ser construído diretamente pela e para a mídia. Sem a presença da *Indústria* na tríade que compõe o *aparato cultural*, a notoriedade do indivíduo célebre não é se é construída, seja o artista conhecido em todas as esferas da sua vida, ou anônimo, resguardado em sua vida privada.

Como forma de entender facetas do anonimato na construção das celebridades, um dos objetos de estudos escolhidos é o duo de música eletrônica mais famoso e misterioso das últimas décadas, o Daft Punk, a quem relacionamos a categoria *anonimato midiático*. Composto por dois músicos franceses, a dupla surgiu na década de 90 e se mantém nas paradas de sucesso até os dias atuais, atingindo extrema notoriedade com o lançamento de seu quinto álbum de estúdio, o *Random Access Memories*. Ao trabalhar com grandes nomes da música e promover o mistério por trás de sua identidade, a dupla se utiliza quase

exclusivamente do anonimato como forma de divulgação de sua imagem e trabalho na indústria cultural.

A estruturação do *anonimato midiático* nos permite utilizar e repensar a abordagem teórica definida por Tom Mole no que diz respeito à construção identitária, por parte das celebridades, no âmbito indústria. Em *Byron's Romantic Celebrity*, Mole (2007) analisa a crescente necessidade da criação de marcas identitárias para aproximar a audiência do indivíduo e, ainda mais importante, tornar a imagem desse indivíduo vendável, singularizando e unindo o artista à sua obra. É nesse cenário que o Daft Punk se aproxima e reinventa a utilização das marcas visuais como um aparato para o anonimato, primeiro vistas com Lord Byron – famoso escritor do século XIX e principal objeto de estudo de Mole na obra acima mencionada. Apesar de não ser anônimo, o poeta era automaticamente reconhecido através dessas marcas, destacando sua pose lateral com o colarinho branco e cabelo sempre bem cortado, presente em todos os retratos feitos do artista.

A narrativa em torno da imagem pública de Lord Byron pode ser considerada como pioneira para pensar a noção de celebridade⁴ - levando em conta, claro, as peculiaridades da indústria e da audiência da época. Como já vimos, a figura célebre não surge ao acaso, é algo construído; tal processo é nomeado por Driessens (2017)⁵ como *celebrificação*. Um dos artifícios utilizados nessa dinâmica é a venda de imagem física, estratégia adotada de diferentes formas pelas celebridades, inclusive as anônimas. Esse se torna o caso do Daft Punk. O duo é quase unicamente reconhecido por sua identidade visual futurista, se utilizando de capacetes e roupas que remetem a robôs como uma forma de fuga dos padrões estéticos presentes na sociedade.

Apontado por um de seus integrantes como uma “criação de pessoas fictícias que existem na vida real”⁶, o Daft Punk acaba por se encontrar na dualidade entre a fuga da indústria midiática, se utilizando do anonimato como modo de expressão performática, e a

⁴ À época, o termo *celebridade* não era, ainda, utilizado. As pessoas que, por algum motivo, possuíam notoriedade eram tidas como *famosas*.

⁵ O autor difere *celebrificação* de *celebritização*. Enquanto este seria um processo social, em que as diversas esferas da sociedade são afetadas pela lógica da cultura da celebridade; aquele seria um processo individual, em que uma pessoa qualquer passa ao status de sujeito célebre.

⁶ Relato de um dos integrantes do duo Daft Punk, Thomas Bangalter, para a Rolling Stone, em maio de 2013.

necessidade de se vender para essa mesma indústria, a fim de garantir retorno financeiro ao seu trabalho. Prova de tal duplicidade pôde ser observada após o Grammy de 2014, quando a dupla colocou à venda bonecos vestidos com as roupas utilizadas durante a premiação, com foco para o capacete, sua principal marca visual. Desse modo, cumpre frisar que, apesar de se encontrarem no campo da exceção, as celebridades anônimas não podem prescindir da inserção no aparato cultural da celebridade para lucrar e ter prestígio.

Além disso, a escolha pelo anonimato reforça a separação entre a vida pública e vida privada, duas esferas que, normalmente, caminham juntas na vida das celebridades não anônimas, como foi apontado por Freire Filho (2014). A partir dos dilemas morais sobre a intimidade desses indivíduos, o anonimato se constrói como um ato de resistência à invasão da privacidade e da propriedade de si. Entretanto, apesar de todo o esforço feito pelo Daft Punk para se manter anônimo, é impossível se desvincular da curiosidade por parte da mídia e dos fãs.

O conhecimento da identidade dos artistas funciona, para a audiência, como uma forma de aproximação e intimidade, uma vez que somente o acesso às suas obras não é o suficiente para saciar a curiosidade do público. No entanto, ao dissociar firmemente a vida pública da vida privada, o anonimato oferece e cria outras portas para a exploração da subjetividade do artista, que, em consequência, se torna exclusivamente sua obra.

Dessa forma, apesar das celebridades anônimas serem exceções à regra, elas dependem, assim como qualquer outra celebridade, da *Audiência* e da *Indústria* para se tornarem *Indivíduos* célebres. A partir dessa premissa, portanto, o conceito de “anonimato midiático” pode ser definido como a utilização da posição de celebridade “*desconhecida*” para gerar uma forma alternativa de consumo por parte da mídia e, consequentemente do público.

Anonimato subjetivo

A partir do livro de Tom Mole (2007), percebe-se também que o anonimato pode ser utilizado como forma de fomentar o desejo do público em conhecer a subjetividade de um autor, funcionando como porta para um mundo interior superficialmente desconhecido.

Nessa conjuntura, o objeto de estudo escolhido é a escritora italiana Elena Ferrante, um pseudônimo que, da sua real identidade, conhecemos apenas o que está nas entrelinhas de suas obras e personagens – uma singularidade que lhe permite escrever sem pressões e expectativas comuns à indústria cultural. A escritora é reconhecida como uma das 100 pessoas mais influentes do mundo pela revista *TIME*⁷, venceu diversos prêmios internacionais, e conquistou leitores de diferentes partes do mundo. Suas principais obras compõem a tetralogia *Napolitana - A amiga genial; História do novo sobrenome; História de quem vai e de quem fica; e História da menina perdida*.

Desde a ascensão da autora como um nome de reconhecimento na indústria editorial, seu público sempre se questionou sobre a real identidade por trás da vivacidade presente em suas histórias. As suposições e os questionamentos foram tantos que, em 2016, o jornalista italiano Claudio Gatti investigou⁸ a vida da autora (contra a própria vontade dela) e chegou à suposta conclusão de que Ferrante era, na verdade, a tradutora italiana Anita Raja, esposa do escritor Domenico Starnone. Para preservar sua identidade e, conseqüentemente, fomentar o mistério, a escritora concede entrevistas por escrito e, ainda sim, com pouca frequência.

Somente uma leitura mais atenta e completa dos livros de Ferrante, uma passagem necessária pela sua obra, permite que seus leitores consigam se conectar com ela e encontrar possíveis rastros de sua identidade. Partindo desse pressuposto, percebe-se uma relação clara entre o anonimato utilizado por Ferrante e o conceito de *hermenêutica da intimidade*, elaborado por Tom Mole (2007) em seu livro já citado, *Byron's Romantic Celebrity*. Segundo o pesquisador, a *hermenêutica da intimidade* seria a sensação de conhecer um autor através

⁷ Elena Ferrante no tópico “Time 100”. Disponível em: <<https://time.com/4299844/elena-ferrante-2016-time-100/>>. Visto em: 14/06/2019.

⁸ “A verdade sobre o caso Elena Ferrante”, matéria do El País Brasil. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/03/cultura/1475489430_113758.html. Visto em: 13/06/2019.

de seus escritos, relatos e, conseqüentemente, através da sua subjetividade. Para ilustrar o conceito de forma mais clara, ele traz depoimentos retirados de cartas de fãs de Byron, como também explica como essa *técnica* era inevitavelmente utilizada por outros escritores da mesma época. “Aquele, que é conhecido mediante aos seus trabalhos, jamais será desinteressante, até mesmo para um estranho” (MOLE, 2007, p. 24), como foi relatado em uma carta por uma das fãs do escritor.

Apesar de ter sua identidade publicamente revelada, principalmente por meio de marcas singulares das suas aparências e personalidade, somente o contato direto com suas obras possibilitava ao público conhecer, mas intimamente, Lord Byron. A relação de intimidade e conexão que se é estabelecida entre autor e leitor é o que suscita o desejo de descobrir mais sobre a vida privada do autor, até então superficialmente revelada ou simplesmente resultado das suposições feitas pelo público. Dessa forma, nota-se que a *hermenêutica da intimidade*, além de presente de um modo peculiar, é vital na relação entre Ferrante e seus leitores, uma vez que não existe uma outra possibilidade de conhecê-la a não ser por meio de suas obras.

Na tetralogia *Napolitana*, o desaparecimento de Lila, uma das protagonistas, é justamente voltado para essa necessidade de se desintegrar da sociedade e encontrar pertencimento fora das convenções sociais estabelecidas. E, a partir dos vestígios deixados por Lila, sua melhor amiga Elena Greco conta a história de ambas – além de, concomitantemente, retratar também os rastros de Ferrante. Para os leitores fiéis, o desaparecimento de Lila é simbólico e, principalmente, necessário para entender a integridade que preserva a identidade da autora. “(...) acredito que os livros, uma vez que tenham sido escritos, não tenham qualquer necessidade de seus autores. Se eles têm algo a dizer, vão encontrar cedo ou tarde seus leitores”, Ferrante comenta sua escolha pelo anonimato em uma carta escrita a seus editores em 1991, antes de publicar seu primeiro livro⁹. Com isso, entende-se que o *anonimato subjetivo* diz respeito à utilização do “ser anônimo” como forma de fomentar o mistério sobre a real identidade do autor, que pode ser mais profundamente conhecida através de suas obras.

⁹ Disponível em: <https://medium.com/@fabianesecches/encaixotando-elena-c9c900fd5cc4>. Visto em: 13/06/2019.

Conforme foi apontado pela autora em uma entrevista para o *Paris Review*¹⁰, ter optado pelo anonimato funcionou como uma forma de fugir não só dos holofotes, mas também do ambiente midiático hostil que “não presta atenção nos livros em si, mas sim na reputação que um autor possui”. Portanto, o ato de esconder sua identidade é, além de uma criação literária, um ato político, em resposta à constante busca da mídia por imagens de pouca ou nenhuma profundidade.

Anonimato político

Além das categorias já apresentadas, percebe-se que o anonimato também pode se estabelecer como uma forma de manifestação social, como um ato político. Ocultar a identidade, nesse caso, funciona como uma maneira de resistência em uma sociedade que reivindica a transparência e a superexposição. É uma forma de ativismo, que é, portanto, facilitada pelo anonimato, como iremos explicar adiante.

Para a melhor compreensão do processo, tem-se como objeto de estudo o Banksy: pseudônimo de um artista conhecido, especialmente, pela sua habilidade com o grafite, além de atuar como pintor de telas, ativista político e diretor de cinema. Seu trabalho nasceu da cena alternativa da cidade de Bristol, na Inglaterra, e hoje sua arte pode ser encontrada em ruas, muros e pontes de cidades por todo o mundo. Os grafites do artista chegaram, por exemplo, à Disney e ao muro que separa Israel e Palestina¹¹.

Sabe-se que sua obra mudou o olhar sobre a arte convencional de rua: contrário à ideia de que o grafite é um vandalismo, Banksy age em espaços públicos. Sua arte é satírica, subversiva e carregada de conteúdo social, expressando uma total aversão ao poder dominante. Com o spray ele não apenas pinta, mas também faz críticas políticas à sociedade, à guerra e ao modelo socioeconômico vigente. O anonimato funciona como uma proteção da sua identidade, tendo em vista o fato de que suas críticas são direcionadas às autoridades e

¹⁰ Entrevista com Elena Ferrante para o Paris Review. Disponível em: <<https://www.europaeditions.com/review/2104>> Visto em: 13/06/2019.

¹¹ Disponível em: <<http://mentalfloss.com/article/53298/banksy%E2%80%99s-11-most-complicated-works>>. Acesso em: 14/06/2019.

ao governo. Se tornar anônimo serve também como uma estratégia de defesa em relação à prática do grafite, que em muitos lugares ainda é considerado um ato criminoso.

Banksy quase sempre consegue transmitir uma sensação de identificação e concordância por parte de seus observadores. A leitura de sua obra transcende gerações, classes sociais e culturas. Mesmo alguém não muito familiarizado com o mundo da arte compreende a mensagem que o artista deseja compartilhar.

Além disso, ao estudar o *anonimato político* sob a ótica da cultura da celebridade, percebe-se relação do anonimato com a noção de justiça social e, conseqüentemente, uma ligação entre as celebridades anônimas e os chamados *super-heróis*. A respeito disso, o autor Daniel Boorstin (1992) argumenta que a celebridade é uma espécie de substituta dos antigos heróis propiciada pelos meios de comunicação, e cuja principal característica é ser famosa. O autor também aponta algumas diferenças entre a celebridade e o herói dos tempos antigos: “o herói era distinguido pela sua realização; a celebridade por sua imagem ou marca comercial. O herói criava a si mesmo; a celebridade é criada pela mídia. O herói era um homem grande; a celebridade é um grande nome” (BOORSTIN, 1992, p. 71).

Neste sentido, podemos considerar que, hoje, os super-heróis são celebridades, e nesse contexto atravessado pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs), tais figuras públicas são um produto cultural bastante consumido. Eles vivem sob duas peles diferentes, uma de ser humano e outra de herói, a identidade que lhe confere o anonimato. Suas vidas pública e privada são afastadas e é somente em sua face pública que seus grandes atos se concentram, junto aos seus superpoderes e talentos.

Além da dupla identidade, os heróis possuem também uma dupla natureza. É possível fazer um paralelo com a noção de *olimpianos* debatida por Edgar Morin, a qual trata dos elementos característicos do humano e sobre-humano:

Os novos olímpianos são, simultaneamente, magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideais inimitáveis e modelos imitáveis; sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã; olímpianas e olímpianos são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam. A imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico,

mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação” (MORIN, 1984, p. 101)

Com base na teoria dos *olimpianos*, fizemos uma associação entre os heróis e as celebridades anônimas. É importante mencionar, no entanto, que, para ambos, o lado sobre-humano se destaca. Com Banksy, por exemplo, por mais que sua obra seja ligada a um trabalho manual e de rua, ainda existe em sua existência algo de inalcançável ou inacessível. Além de anônima, sua figura é sublime e não rotineira. Sua aparição é pontual e há um suspense no lançamento ou divulgação de suas obras. Dessa forma, entende-se que, possuindo um caráter *heroico*, seus atos são, também, políticos, servindo como uma forma de resistência às convenções midiáticas e sociais que imperam atualmente.

Considerações Finais

Não faltam materiais para estudar artistas tão relevantes e reconhecidos como os analisados aqui, uma vez que outros pesquisadores já se debruçaram sobre cada um deles, suas obras e supostas biografias. Os motivos para o anonimato se mostram de difícil precisão, até pela probabilidade de serem múltiplos. O que se apresenta, para além de qualquer dúvida, é que essas celebridades sem identidade real explicitada acabam por gerar muita curiosidade. No entanto, faltam artigos e, até mesmo matérias jornalísticas profundas o suficiente, que estudem celebridades anônimas enquanto grupo. A aversão à exposição da vida privada é “a linha invisível que os conecta”, como dito pelo personagem de Jude Law em *The Young Pope*, e existem muitos outros com características similares, em diferentes níveis de relação com a exposição.

A falta de um aparato teórico específico para esta outra forma de ser célebre demandou que fossem formuladas categorias de análise inéditas e, por isso, ainda embrionárias. Os artistas escolhidos para a realização dos estudos de caso possuem profundo zelo pelo anonimato, logo, facilitam a construção de tais categorias. Mesmo assim, é notável a sobreposição dos tipos elaborados já que, de certa forma, todos eles possuem características

que se intersectam. Essa fluidez das categorias evidencia a necessidade de novos e profundos estudos do anonimato como meio de *celebrificação* (DRIESSENS, 2017) e da manutenção dessas figuras sob os holofotes.

A criação de uma linha de estudo, muito baseada em uma área de exceção para a tradicional teoria das celebridades, pode gerar um debate extremamente frutífero para a compreensão desses fenômenos. Além de fortalecer e adaptar as categorias teóricas com novos estudos de caso, levando em consideração mais artistas que se utilizam do anonimato, a expansão do campo de análise só tem a contribuir com a precisão das categorias forjadas e pode até, conforme necessário, estimular a elaboração de novas pesquisas no campo científico que se dedica à cultura da celebridade. De todo modo, o que pode-se afirmar desde já é que, qualquer que seja o tipo de anonimato, sempre haverá nele algo de político; e este pode ser um ponto de partida para novas reflexões.

Referências

BECKER, Melissa. **Banksy: o anônimo mais famoso do mundo**. Revista SUPER Interessante. 2017. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/cultura/banksy-o-anonimo-mais-famoso-do-mundo/>> Acesso em: 14/06/2019.

BOORSTIN, Daniel. **From hero to celebrity: the human pseudo-event**. The image: a guide to pseudo-events in America. New York: Vintage, 1992. p. 45-76.

DRIESSENS, O. A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade. **Ciberlegenda**, v. 31, 2014, p.8-25. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/808/395>> Acesso em: 25/06/2019.

FREIRE FILHO, João. A “neurose da exibição” na Era do Reclame. In: FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, João (Ed.). **Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014, p. 37-70.

GABLER, Neal. O entretenimento humano. **VIDA, O FILME: Como o entretenimento conquistou a realidade**. Companhia das Letras, 1999, P. 139-182.

MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política. 6 vol. Rio de Janeiro: Bertrand Brasi, 1994, 6 vols.

MOLE, Tom. **Byron's Romantic Celebrity**: Industrial Culture and the Hermeneutic of Intimacy. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

MORIN, Edgar. Os Olimpianos. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984 [1962], p. 99-103.

PAIVA, Vitor. **Elena Ferrante e a força feminina de uma autora que mantém secreta sua verdadeira identidade**. Hypeness. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2018/03/elena-ferrante-e-a-forca-feminina-de-uma-autora-que-mantem-secreta-sua-verdadeira-identidade/#>> Acesso em: 13/06/218.

SELL, Carlos Eduardo. **Sociologia clássica**: Marx, Durkheim e Weber. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2013.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Fronteiras - Estudos Midiáticos**, [s.l.], v. 17, n. 3, p.353-364, 22 set. 2015. UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.4013/fem.2015.173.09>> Acesso em: 25/06/2019.

TAYLOR, C. 2008. **Uma era secular**. São Leopoldo, Editora Unisinos, 930 p.

TURNER, Graeme. The economy of celebrity. In: TURNER, Graeme (org.). **Understanding celebrity**. Londres: SAGE Publications, 2004.