



## **Fama Ardilosa: A Obsessão pela Reputação em *Extras* como Retrato da Sociedade Contemporânea<sup>1</sup>**

Paula Mariana Pantoja OLIVEIRA<sup>2</sup>  
Arthur MEDEIROS<sup>3</sup>  
Élida Fabiani Moraes de CRISTO<sup>4</sup>  
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### **RESUMO**

Este artigo tem como propósito, abordar o processo da busca pela fama e a trajetória percorrida pelos indivíduos até alcançar esse ponto almejado na obra de Scott Westerfeld, *Extras*, traçando também um paralelo com uma realidade parecida dentro da Sociedade Contemporânea. Além disso, tenta identificar os lados da fama e os pontos pelos quais o indivíduo pode ou não ser atingido por esta influência. Comparando por fim, a plataforma fictícia interface com a real internet.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação, contemporâneo, *Extras*, fama.

### **INTRODUÇÃO**

Aya Fuse tem 15 anos e um dia acordou quase à meia-noite. Chamou Moogle, sua câmera flutuante particular, e se preparou para pôr seu plano em prática. Aya vive em um mundo altamente tecnológico no qual a lei da fama impera. Na sua cidade, tudo é definido de acordo com sua reputação. Seus bens, sua casa, seu bairro, seus amigos, as festas que frequenta, até sua aparência. Quanto mais alto alguém estiver na lista, mais “capital” essa pessoa tem e maior é o seu *status*.

Por isso, Aya acha sua vida tão infeliz, ela está no 451.611º lugar na lista de famosos, que é o que as pessoas por lá chamam de “extra”, alguém quase inexistente, invisível, que ninguém nunca ouviu falar. É também por isso, que naquele dia de noite ela fugiu do dormitório para entrar e penetra em uma festa na cidade.

Ela esperava encontrar as Ardilosas, garotas que flutuavam com suas pranchas<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 06 – Interfases Comunicacionais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA), e-mail: [paulaoliveira.ufpa@gmail.com](mailto:paulaoliveira.ufpa@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Pará (UFPA), e-mail: [arthurmeds@gmail.com](mailto:arthurmeds@gmail.com).

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora Mestre do Curso de Comunicação Social da UFPA, e-mail: [elida.fmc@gmail.com](mailto:elida.fmc@gmail.com)

<sup>5</sup> No mundo tecnológico de *Extras*, existem o que eles chamam de “pranchas voadoras”, plataformas que usam um sistema eletromagnético para flutuarem.



em alta velocidade sobre os trilhos dos trens. Ela as via vislumbrado algumas noites antes e tinha certeza que se conseguisse gravá-las e divulgá-las ficaria famosa da noite para o dia. Talvez até ficasse entre os primeiros mil famosos.

É assim que começa o livro *Extras*, de Scott Westefeld. O livro é uma distopia, ou seja, fala de uma sociedade futurista e fictícia, no entanto, passível de vir acontecer. Distopias normalmente são criadas em torno de um defeito da sociedade real que é exagerado para torná-lo mais evidente e criticável. No caso específico de *Extras*, a crítica social é à obsessão pela fama encontrada na Sociedade Contemporânea. Levando em conta a noção de Contemporaneidade de autores como Féderic Jameson (2007), Dênis de Moraes (2006), Muniz Sodré (2013) e Zygmunt Bauman (2013), além de teóricos sobre outros temas como Fama e Narcisismo.

Esse artigo busca discutir de que forma a sociedade configurada no livro *Extras*, funciona como retrato social da Contemporaneidade.

### **Anteriormente...**

*Extras* é o quarto livro de uma série conhecida como *Feios*. Foi escrito por Scott Westerfeld e lançado nos Estados Unidos em 2007, pela editora Simon & Schuster. Chegou ao Brasil em 2012, publicado pela editora Galera Record e traduzido por André Gordirro. Virou rapidamente um *best-seller* nacional nos dois países, entrando, inclusive, para a aclamada lista de *best-sellers* do New York Times.

Os livros anteriores a *Extras – Feios, Perfeitos e Especiais* – se passam em uma sociedade diferente da retratada no quarto volume. Naquela, a aparência natural das pessoas, aquela com a qual nasceram, é tida como repugnante e feia, de modo que todo adolescente, ao completar 16 anos, precisa passar por uma cirurgia que vai modificar todo seu corpo (desde o rosto até os ossos) para que fique dentro dos padrões de beleza ditados pelo governo, tornando-se “perfeito”. Assim como *Extras*, os três primeiros livros também são uma distopia e fazem uma crítica à sociedade. Mas no quarto livro, o tema abordado é a Ditadura da Beleza.

Em termos de enredo, os três primeiros livros contam a história de Tally Youngblood, uma “feia” (como são chamados os menores de 16 anos) que sonha em passar pela cirurgia e tornar-se “perfeita”. Mas Shay, sua nova melhor amiga, pensa diferente e é ela que vai originar em Tally uma reflexão mais crítica sobre a sociedade em que vive: o que é belo ou não; o que seria ter o direito de parecer-se como bem



quiser e, enfim, ter liberdade. No decorrer dos livros, acompanhamos a moça em sua luta por esses direitos, fazendo parte de uma revolução na qual descobre que o governo de sua cidade controla muito mais do que apenas a beleza de seus cidadãos.

O terceiro livro, *Especiais*, culmina na destruição desse governo e na quebra do sistema da beleza, transformando Tally em uma heroína histórica. O que dá espaço para a sociedade retratada em *Extras* tomar seu lugar. Quando a Ditadura da Beleza deixa de existir, outra toma seu lugar – a da fama. A própria sucessão de distopias pode ser vista como uma crítica social. Talvez faça referência ao fato de que por mais que o homem cure certos aspectos negativos da sociedade em que vive, sempre haverá outros com que se preocupar.

## **O Contemporâneo**

Contemporâneo é um conceito que todo mundo acha que entende, mas geralmente não sabe explicar. Uma das mais objetivas e claras definições que pode ser encontrada sobre o assunto está no Dicionário Aurélio (2000, p. 180) “Quem ou aquele que é do mesmo tempo ou do nosso tempo; coevo, coetâneo”. Qualquer outra referência bibliográfica que se procure, que não seja um dicionário, não terá uma resposta tão simples assim.

Em suma, contemporâneo ou contemporaneidade é o que entendemos pela fase atual em que a sociedade se encontra. De um ponto de vista histórico, essa fase teve início a partir Revolução Francesa que ocorreu entre 1789 e 1799, quando se findou a conhecida Idade Moderna. Inúmeros autores tentam definir e entender a Idade Contemporânea, muitas vezes discordando uns dos outros, por isso, é tão difícil conceituar a contemporaneidade. Existem muitas vertentes teóricas, contrastantes ou não, que tentam se aproximar desse feito, cada uma com seu ponto de vista.

Em parte, essa dificuldade se dá devido à Idade Contemporânea estar ocorrendo neste dado instante. Nós ainda a estamos vivenciando, de modo que ela está em progresso, em constante processo de transformação. Portanto, ela ainda não possui características muito bem definidas.

A epígrafe do artigo de Claudio de Paiva Franco já diz “O mundo é descontrole; é puro movimento, não podendo ser fixado” (FABRÍCIO & MOITA LOPES *apud* FRANCO, 2008, p. 45). Essa talvez, seja a forma mais aproximada de categorizar o Contemporâneo, é a “liquidez” de que Bauman (*apud* FRANCO, 2008, p. 50) falava.



Mas algumas similaridades são impossíveis de não ser notadas por diversos teóricos.

[...] para a maioria dos autores, a Pós-Modernidade é traçada como a época das incertezas, das fragmentações, da troca de valores, do vazio, do niilismo, da deserção, do imediatismo, da efemeridade, do hedonismo, da substituição da ética pela estética, do narcisismo, da apatia, do consumo de sensações e do fim dos grandes discursos<sup>6</sup>.

A união de algumas dessas características – como o narcisismo, o individualismo e o hedonismo – com a “mídiação da sociedade”, defendida por Muniz Sodré (2006) e também por Dênis de Moraes (2006), resulta em vários fenômenos contemporâneos, sendo um deles, o foco desse trabalho, a fama.

## A Fama

Fama é um termo utilizado pela sociedade há muito tempo. A história do mundo está cheia de nomes e títulos famosos de grandes heróis e também de grandes vilões imortalizados por seus feitos. De forma bem objetiva, fama é o grau de reputação de uma pessoa; o quanto essa pessoa é conhecida e discutida pelos outros e o quanto os outros sabem e se importam em saber sobre ela.

Em latim, esta palavra resumia o conjunto de opiniões sobre determinado indivíduo. Era um dos três elementos levados em consideração para definir o status da pessoa, além do poder e do prestígio. Na realidade, o vocábulo tem origem no grego *pheme*, notícia. [...] Fama era também uma Deusa latina. Mensageira de Júpiter, possuía 100 bocas, 100 ouvidos e muitos olhos em suas longas asas. (FAMA, Dicionário Etimológico).

Como podemos observar, a palavra não é nova e nem recente. Carregando o sentido de *status*, prestígio e de notícia e divulgação desde sua origem. Mas a concepção de fama foi mudando ao longo do processo de formação da Idade Contemporânea, como Alex Primo (2009) demonstra em seu artigo:

[...] a fama era tradicionalmente relacionada ao respeito, hoje tal conexão é quebrada [...] O respeito representa o reconhecimento por grandes méritos alcançados. Até então, a fama era vinculada a alguém respeitado por sua excepcionalidade. Ou seja, fama e excelência se entrelaçavam. (PRIMO, 2009, p. 3)

---

<sup>6</sup> MORAES, Jussara Malafaia. **Pós-Modernidade - Uma luz que para uns brilha e para outros ofusca no fim do túnel**. Disponível em: <<http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/otimismopos-moderno2.html>>. Acessado em: 16 dez. 2013.



E, para dar suporte ao que fala, Primo se utiliza das palavras de Mark Rowlands (2008):

...tradicionalmente, alguém virava famoso ao fazer ou alcançar algo Digno de respeito. De forma mais geral, para ser famoso, no sentido tradicional, você geralmente tinha que ser razoavelmente bom em algo. E isso significava que havia padrões de competência objetivos e independentes para se encontrar. (ROWLANDS *apud* PRIMO, 2009, p. 3, tradução dos autores).

Mas, hoje em dia, o quadro mudou. Não é mais necessário ser talentoso, excepcional ou respeitado para ser famoso. As novas celebridades são pelo simples fato de serem, é uma fama pela fama. “Rowlands afirma que hoje em dia pouco importa porque alguém é famoso, mas simplesmente que ele é famoso” (PRIMO, 2009, p. 4, grifos do autores).

Participantes de *reality shows*, por exemplo, ganham fama pelo simples fato de se exporem em cadeia nacional, expor sua imagem e privacidade é o suficiente pra garantir-lhes um alto grau de reputação.

Em *Extras*, existe a personagem conhecida como Nana Love. Ela é a segunda mais famosa da cidade de Aya, e seus vídeos não passam de fúteis descrições de seu armário e de seu café da manhã.

“– Você andou vendo o canal de Nana Love ultimamente? Ela estava escolhendo a roupa para a Festa dos Mil Famosos. A transmissão de hoje é: ‘Esse chapéu? Ou esse chapéu?’ Setenta mil votos até agora, e há outros canais comentando.” (WESTERFELD, 2012, p. 97, grifo do autor) diz Frizz, amigo de Aya, enquanto discutem a necessidade ou não de ser interessante para ser famoso. Aya afirma que Nana é interessante sem tentar, enquanto Frizz dá a entender que ele tem uma noção bem diferente do que é ser interessante.

Esse novo tipo de fama, que independe de qualquer talento ou habilidade, Rowlands chama de “vfama” – *variant fame*. Seus causadores são a mera sorte ou *timing*.

A fama já se tornou intrínseca da sociedade atual,

Rowlands (2006) reconhece a fama como um fenômeno ubíquo, um discurso que participa do significado que damos à vida social na contemporaneidade. Sua força é tal que o autor aponta que a fama serve como “cola” da cultura do nosso tempo (PRIMO, 2009, p.4, grifos do autores).



Por isso se tornou tão importante ser famoso, por isso a busca pela fama e, de certo modo, a obsessão por ela – trabalhada em *Extras* – é um retrato claro da realidade. As pessoas desejam cada vez mais ser famosas e conhecidas, e não se importam com os meios para atingir esse sucesso. Fama virou um tipo de *status* que vai além do poder ou da riqueza. Um prestígio único que todos desejam pra si.

O programa de *reality show* Big Brother Brasil (BBB), produzido e emitido pela Rede Globo, vai para sua 14ª edição e o que não faltam são exemplos de ex-bbbs, como são conhecidos os ex-participantes, sendo amplamente divulgados pela mídia televisiva entre outras. Grazi Massafera, por exemplo, virou atriz da própria Rede Globo, enquanto Sabrina Sato se tornou apresentadora do programa *Pânico na TV*, agora pertencente à Rede Bandeirantes. Nenhuma das duas foram as vencedoras das edições que participaram. “[...] a fama instantânea oferecida a desconhecidos por programas desse tipo é um prêmio mais importante que o valor em dinheiro disputado” (TURNER *apud* PRIMO, 2009, p. 2).

Há uma concepção generalizada de que “celebridades têm mais beleza, mais talento, mais carros, mais casas, riquezas, joias, barcos, etc. Além disso, ou por causa disso, recebem mais adoração” (LAWRENCE *apud* PRIMO, 2009, p. 5). A fama se tornou uma aura invisível que permite seus portadores a entrarem nas melhores festas, a serem mais bem tratados, a serem mais importantes, a terem opiniões mais relevantes e etc. Muitas pessoas de sucesso profissional e um alto nível financeiro não conseguem todas essas coisas facilmente por faltar-lhes esse último requisito: ser rico já não basta, é necessário ser rico e famoso.

Por tratar-se de uma sociedade que vive exageradamente em função da fama, esses aspectos em *Extras* são ainda mais evidentes. Como podemos ver na passagem “Aya observou as janelas passando. Elas davam para quartos sem graça com decorações padrão decadente. Ninguém famoso vivia em Akira Hall, apenas um montão de extras de baixa reputação e aparência comum” (WESTERFELD, 2012, p. 12). Aqui a personagem principal descreve o bairro onde vive, Akira Hall, mostrando o quão simples é sua vizinhança e o quanto não há nada de mais por ali. E ela explica em seguida, que isso ocorre porque ninguém famoso vivia no local, era uma periferia pelo simples fato da reputação de seus habitantes ser de um nível baixíssimo.

Há outras duas passagens que mostram a importância da fama na cidade de Aya sobre o relacionamento interpessoal de seus cidadãos. A primeira demonstra como a diferença do nível de fama entre duas pessoas pode prejudicar seu relacionamento:



De acordo com todos os canais, Eden havia acabado de dar um pé na bunda do namorado por “terem ambições diferentes”. Claro que isso significa “ela ficou famosa demais pra ele”. A reputação de Eden alcançou a casa dos 10 mil, enquanto o sabe-se-lá-quem estacionou pelos 250 mil. Todo mundo sabia que ela devia arrumar alguém do mesmo nível de fama. (WESTERFELD, 2012, p. 19)

É um paralelo interessante com a separação entre ricos e pobres na sociedade contemporânea (e capitalista). Mais um quadro parecido com o do livro também se repete na vida real: quantas pessoas, depois de ficarem famosas, não trocaram de círculo social, conheceram outros tipos de pessoas e passaram a frequentar outros tipos de lugares?

A segunda passagem que vale ser destacada mostra a reação de Aya ao entrar em contato com alguém extremamente mais famoso que ela. “(...) a tela ocular revelou a reputação do garoto: 4.612. Ela sentiu um arrepio ao descobrir que estava falando com alguém importante, bem relacionado e relevante” (WESTERFELD, 2012, p. 21). Frizz, o garoto citado, é o par romântico de Aya durante o enredo do livro. No entanto, a garota não se acha merecedora da atenção que recebe do menino, por se achar inferior a ele e por ter uma reputação tão baixa. Ao mesmo tempo, ela se sente impressionada em sua presença, fato que também ocorre todas as vezes que cruza o caminho de alguém famoso em sua cidade.

Estar na presença de uma celebridade, trocar poucas palavras com uma, tirar uma foto ou ganhar um autógrafo, são alguns dos exemplos reais da euforia que o contato com famosos pode causar nas pessoas. Garotas choram em *shows* do cantor canadense Justin Bieber ou da banda britânica One Direction, apenas pelo fato de estarem próximas a eles.

Esses e muitos outros exemplos mostram o peso do *status* que a fama pode trazer, e explica o porquê da busca por ela ser algo tão almejado.

## **O Paradoxo do Narcisismo da Fama**

Um mutualismo antitético<sup>7</sup> ocorre em relação à importância que se dá ao “eu” na busca pela fama. Isso ocorre por que, em um primeiro momento, o desejo de ser famoso

---

<sup>7</sup> Esta é uma visão dos autores deste texto, que buscam evidenciar a supervalorização do indivíduo, ao mesmo tempo em que se busca um afastamento da situação.



implica na presença de um sentimento narcisista nas pessoas. Ao mesmo tempo, em que em um segundo momento, a busca por essa fama requer um processo de distanciamento de si mesmo.

O narcisismo, característico do grande “individualismo” citado por Bauman (*apud* MOCELLIM, 2013), tem suas origens na mitologia grega: no mito de Narciso, que faz referência a um jovem que se apaixonou pelo próprio reflexo (BOTELHO, 2013, p. 64).

O termo foi introduzido pela primeira vez no campo da psiquiatria por Paul Näcke, em 1899, sendo mais tarde inúmeras vezes citado por Sigmund Freud (MOURA, 2009). No entanto, o fenômeno narcisista aqui discutido, tem um viés menos patológico e obsessivo que o tratado pela psiquiatria. Aqui, ele se refere a uma supervalorização do eu, que faz o narcisista ansiar por uma audiência que o admire e o idolatre, e o meio encontrado por ele de atingir esse objetivo é a fama.

Uma pesquisa feita pelo médico americano David Drew Pinsky, mostrou que “celebridades demonstram alto grau de narcisismo” (*apud* PRIMO, 2009, p. 1). Ou seja, são pessoas que querem estar no centro das atenções e possuem o ego inflado. Mas isso não se restringe só às celebridades, a sociedade por sua natureza apresenta aspectos narcisista, porém em diferentes graus. O desejo pela fama inerente a todos é a comprovação disso. A diferença é que algumas pessoas apenas sonham com a possibilidade, enquanto outras são obcecadas com ela.

“(…) vivemos hoje em uma sociedade narcisista”, aponta Christopher Lasch (*apud* PRIMO, 2009, p. 2), e a proliferação de imagens, o culto ao consumo e as alterações nos relacionamentos familiares e sociais seriam resultados disso.

Na cidade da fama de *Extras* todos os personagens são narcisistas, com exceção, talvez, das integrantes do grupo das Arditosas.

Porém, uma vez justificada o desejo pela fama como resultado desse sentimento narcisista e, logo, de uma supervalorização de si mesmo, o caminho para atingir essa fama leva a um certo grau de distanciamento do “eu”.

Um autor que se aproxima dessa ideia é Frédéric Jameson (2007, p. 42) ao falar do “desaparecimento do sujeito individual” e da “inviabilidade do estilo pessoal”. Entretanto, ainda que haja, sim, um afastamento do sujeito, é difícil acreditar que o homem narcísico se permitiria desaparecer por completo, ainda que pela fama.

Mas, afinal, de que forma se dá esse distanciamento? Ele ocorre quando uma pessoa que se põe no caminho da busca pela fama, dificilmente consegue atingir o final



desse percurso sendo a mesma pessoa que o iniciou. A própria procura da fama exige que essa pessoa se molde para melhor agradar à audiência, forçando a inibir características suas que podem ser consideradas negativas e exaltar as positivas, além de fingir ter outras que não possui apenas para atingir aquele grau de excelência exigida pelo público.

Isso quer dizer que, ainda que o narcisista se auto valorize por desejar ser cultuado, ele vai se permitir mudar para se enquadrar no padrão exigido pela fama, ele vai se permitir pagar esse preço pelo sucesso e, enfim, acabar por se distanciar de si mesmo.

Assim, podemos ver a presença de um paradoxo no que diz respeito a este fato, o narcisismo da fama exige que este se altere e mude. Mas, há um certo mutualismo na relação desses dois fenômenos quando eles são simultâneos e estão intrinsecamente ligados à procura e obsessão por reputação.

Aya distancia-se de si mesma quando permite que sua câmera Moogle seja jogada em um lago, correndo o risco de perdê-la, só para ganhar a confiança das Arditosas e, também, quando se força a viver situações extremas e de perigo – como surfar sobre os trens – que não condizem com sua personalidade mais calma. Ela vai, ainda, contra os próprios preceitos morais quando mente e trai a confiança das Arditosas ao gravá-las e divulgá-las, mesmo depois de ter se aproximado das garotas do grupo. A obsessão pela fama, o desejo de ser admirada por outros, é que a faz agir diferente de quem ela é.

Recentemente, alguém tem causado muito “burburinho” na mídia internacional. A jovem cantora norte-americana, Miley Cyrus, impressionou a todos ao começar a usar roupas curtas e justas demais, a fazer gestos ilícitos e ao tomar uma atitude mais rebelde e ousada com o lançamento de seu último álbum “*Bangerz*”. Os videoclipes de seus dois últimos singles “*We Can’t Stop*” e “*Wrecking Ball*” assim como sua apresentação no *MTV Video Music Awards 2013*, provocaram uma grande polêmica.

Isso tudo porque Miley iniciou sua carreira atuando como Hannah Montana no seriado homônimo pela *Disney Channel*. A imagem de garota delicada, “certinha” e perfeita foi amplamente divulgada pela mídia e acabou garantindo-lhe o sucesso.

A surpresa está nessa quebra de parâmetros que a cantora acabou causando com sua mudança drástica e assim, foi altamente criticada pelos mais conservadores mundo afora. Mas onde se encaixa o caso Miley Cyrus no distanciamento do “eu”?

Bom, existem várias especulações sobre a mudança repentina de atitude da



famosa. Os defensores da cantora alegam que ela era moldada pela mídia quando ainda agia como Hannah Montana e que nunca fora permitida ser ela mesma, o que só veio a ocorrer quando assinou contrato com a nova produtora, *RCA Records*, que lançou seu novo álbum. Os mais críticos, no entanto, afirmam que tudo não passa de uma jogada de *marketing* da cantora para decolar sua carreira que estava em declínio. Nas duas hipóteses há um afastamento de si mesma.

Pode ter sido no primeiro momento, quando ela se permitiu ser moldada a ser uma pessoa que não era pelo canal e por sua produtora inicial, resultando em um descontentamento da cantora e em uma enfim “libertação”. Ou pode ter sido em segundo momento, quando, para resgatar a fama de antes, a cantora se transformou com o intuito de causar uma grande polêmica que pudesse alavancar sua reputação.

### **Fama Positiva Vs. Fama Negativa**

Enquanto pessoas como Nelson Mandela e Ayrton Senna são lembradas pela sociedade por suas conquistas, outras como Inês Brasil e os irmãos Jefferson e Suelen do vídeo “Para a Nossa Alegria”<sup>8</sup>, ganham destaque por situações “cômicas” que aconteceram ou foram provocas no seu cotidiano. A tão sonhada fama que algumas pessoas procuram pode apresentar dois lados: pode ser adquirida por meio de um reconhecimento por atitudes que contribuem para o melhoramento da sociedade, ou por situações cômicas, comprometedoras ou até mesmo desastrosas.

Estudos revelam que as pessoas em grande maioria, os jovens possuem certa necessidade de serem aceitos, de aprovação, e até mesmo de se tornarem mais populares. Isto é, o que induz o indivíduo a esta exposição continua sendo o mesmo de sempre, a auto-afirmação, a necessidade de ser avaliado (PONTE, PORÉM, RAPETTI, 2009, p. 05)

Atualmente os casos que obtém o maior grau de aceitação do receptor são os de situações que parodiam ou expõem cenas do cotidiano. Na trama de Westerfeld, Aya busca a fama por meio da divulgação de vídeos, no entanto, ela só ganha tal destaque quando seu suposto relacionamento com Frizz é exposto por difamadores<sup>9</sup>. Ela ganha a fama de Rainha da Gosma, pelo fato de ter sido flagrado conversando com Frizz

---

<sup>8</sup> Pessoas anônimas que ganharam destaque depois de terem seus vídeos divulgados no canal *you tube*

<sup>9</sup> Termo usado no livro para definir uma espécie de paparazzi: divulgadores de notícias sobre famosos. As quais nem sempre são notícias boas, daí a palavra “difamador”.



enquanto estava toda desarrumada e suja de lodo, devido sua tentativa de resgatar Moggle, sua câmera, do fundo de um lago. “Ela ficou sentada ali um tempo, olhando para a reputação sem saber o que pensar. O valor chegava a 26.213 – muito mais alto do que jamais esteve. Finalmente, Aya Fuse era famosa. Por ser gosmenta” (WESTERFELD, 2012, p. 143).

Aqui vemos uma demonstração do que seria uma espécie de fama, pois Aya tornou-se instantaneamente famosa apenas pela sua proximidade com uma pessoa de alta reputação e pela sua aparência extremamente desfavorável em contraste com a dele. Assim, percebemos que a fama independe de qualidade ou de conteúdo, ela pode ser tanto positiva quanto negativa.

### **Interface, um paralelo com a Internet**

Na atualidade encontramos as mais diversas formas de interação entre os indivíduos, principalmente no âmbito digital, conhecido como Internet ou Web. Dentre os domínios que permitem essa interação dentro da Internet, podemos destacar as plataformas de compartilhamento de vídeos, como o *You Tube*, as Redes Sociais, por exemplo, o *Facebook*.

Na obra de Westerfeld, essa interação é providenciada por uma tecnologia chamada de “interface”. É uma espécie de rede transmitida e monitorada pela cidade, que conecta todos seus habitantes através da dermante<sup>10</sup>. Os habitantes são capazes de visualizar essa interface com suas telas oculares<sup>11</sup> e assim assistir, postar vídeos e interagir com os outros já que cada cidadão possui o que eles chamam de canal, um espaço individual destinado para a localização dessas produções.

Dentre os dados acessados pela interface, está o grau de reputação dos seus usuários. Há um mecanismo que identifica as pessoas através de seus nomes e contabiliza o número de vezes que aquele nome é mencionado pelos outros usuários da plataforma. É assim que é calculada a reputação de uma pessoa.

Em algumas situações, inclusive, há pessoas que tentam burlar esse sistema.

Ela inclinou a cabeça e avançou em direção a um grupo de Arautos da Fama. Em público eles ficavam encapuzados como um bando de monges budistas Pré-Enferrujados. Já estavam anunciando, em cântico, o nome de algum integrante qualquer do grupo para tentar

---

<sup>10</sup> Aparato tecnológico inserido na pele para a captação e transmissões de dados do corpo com a interface

<sup>11</sup> Outro dispositivo tecnológico implantado dentro dos olhos para a visualização da interface.



convencer a interface a aumentar sua reputação. (WESTERFELD, 2012, p. 07)

E, devido ao sistema da fama, o uso dessa interface acaba sendo uma competição por reputação em larga escala. Cada usuário posta vídeos e conteúdos para chamar a atenção de outros usuários, em uma tentativa de serem amplamente visualizado e comentado, para assim, aumentar sua colocação na lista de famosos, ganhar fama e, conseqüentemente, *status*.

Aya Fuse busca na vida de divulgadora um meio de alcançar essa tão sonhada fama. Na realidade contemporânea, é percebida uma grande similaridade com esse quadro, quando sites como *YouTube* estão cheios de vídeos de anônimos fazendo de tudo para ter seus segundos de fama. Pois eles veem na facilitação do acesso a essas plataformas de relacionamento e compartilhamento de conteúdo, um estreitamento entre o estado do anonimato e o do famoso.

A internet, com seus serviços de armazenamento de conteúdo, passou a ser considerada um ambiente em que todos têm espaço, de modo democrático e não hierarquizado. Por mais que isso possa ser contestado na realidade, essa idéia cativa pessoas comuns que, de posse dessas ferramentas cada vez mais acessíveis, transformam uma idéia em vídeo (CABRAL FILHO, SANT'ANNA, 2010, p. 02).

A interface nada mais é do que uma versão evoluída da internet, onde as máquinas de acesso não são mais os computadores, mas os próprios corpos humanos. Mas o uso, o intuito, a caracterização é igual. Por isso é tão viável de ser comparada com a realidade. Afinal, a ardilosa competição por reputação presente nessa plataforma tecnológica em *Extras* não está muito distante da conduta *online* dos internautas do mundo real.

## CONSIDERAÇÕES

Os autores desse trabalho perceberam que – através de seu gênero distópico, da caracterização de seus personagens e da estruturação do mundo nele representado – o livro *Extras* consegue criar diversos paralelos e conexões com a realidade da Sociedade Contemporânea.

Fazendo-o de forma crítica e efetiva ao demonstrar que uma sociedade que gira em torno do culto da fama está destinada a estagnar-se em si própria e a criar cidadãos



cada vez mais autocentrados e egoístas, que valorizam o individual acima de qualquer coletivo. Demonstra também, como esse grau de efemeridade e futilidade pode prejudicar o relacionamento interpessoal do ser humano e levá-lo a trair-se e distanciar-se de si mesmo, tomando atitudes cada vez mais condenáveis.

Isso tudo, se posto em reflexão, é aplicável, ainda que em menor grau, à realidade vivenciada hoje em dia. E como toda distopia, a história implanta um questionamento na mente das pessoas: será que se a sociedade atual não se modificar, vai acabar se transformando em uma igual à retratada no livro?

Ainda não é possível responder essa pergunta, mas cria-se uma inquietação para, pelo menos, tentar garantir que tal fato não ocorra.

## REFERÊNCIAS

BOTELHO, José Francisco. **Amores Fatais**. Revista Super Interessante Coleções – Mitologia Grega. Edição 325-A (Novembro/2013). São Paulo: Abril. 2013.

FAMA. In: **Dicionário Etimológico**. Disponível em: <<http://www.dicionarioetimologico.com.br/searchController.do?hidArtigo=F7CE218B3A5FAB191FBCFEA50B71EF7E>>. Acessado em: 16 de dez. 2013.

FRANCO, Claudio de Paiva. **A contemporaneidade através de um olhar multicultural**. Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.com.br/index.php/reihm/article/viewFile/68/176>>. Acessado em: 16 de dez. 2013

JAMESON, Friedric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo, Ática, 2007.

MOCELLIM, Alan. **Simmel e Bauman: modernidade e individualização**. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. Disponível em: <[http://www.emtese.ufsc.br/vol4\\_art6.pdf](http://www.emtese.ufsc.br/vol4_art6.pdf)>. Acessado em: 16 de dez. 2013.

MORAES, Jussara Malafaia. **Pós-Modernidade - Uma luz que para uns brilha e para outros ofusca no fim do túnel**. Disponível em: <<http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/otimismopos-moderno2.html>>. Acessado em: 16 de dez. 2013.

MOURA, Joviane. **O Conceito de Narcisismo Na Construção Teórica da Psicanálise**. 2009. Disponível em: <<http://psicologado.com/abordagens/psicanalise/o-conceito-de-narcisismo-na-construcao-teorica-da-psicanalise>>. Acessado em: 16 de dez. 2013.

MUNIZ, Laís Tolentino. **Revista Tematica: Resenha do texto Sociedade Mídia-tizada**. Disponível em: <[http://www.insite.pro.br/2011/Setembro/resenha\\_sociedade\\_midiatizada.pdf](http://www.insite.pro.br/2011/Setembro/resenha_sociedade_midiatizada.pdf)>. Acessado em: 15 de dez. 2013.

PONTE, Emmanuel dos Santos. PORÉM, Maria Eugênia. RAPETTI, Nathália. **Webcelebridades: A Internet como Mola Propulsora da Fama**. Curitiba. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XV Congresso de Ciências da Comunicação. Disponível em:



<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-0449-1.pdf>>.  
Acessado em: 15 de dez. 2013.

PRIMO, Alex. **A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no Twitter.** Curitiba. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1950-1.pdf>>. Acessado em: 12 de dez. 2013.

SANT'ANNA, Natalia Weber e CABRAL FILHO, Adilson Vaz. **UPLOAD PARA A FAMA: a produção audiovisual amadora na era do *You Tube*, Vitoria, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-0449-1.pdf>>. Acessado em: 15 de dez. 2013

SODRE, Muniz. **Eticidade, campo comunicacional e midiaticização.** In MORAES, Denis. **Sociedade midiaticizada.** Rio de Janeiro: Mauad. 2006

SCHELP, Diogo. **Nos laços (fracos) da internet. Revista Veja Edição 2120, 2009.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/080709/nos-lacos-fracos-internet-p-94.shtml>>. Acessado em: 16 de dez. 2013.

WESTERFELD, Scott. **Extras, Rio de Janeiro.** São Paulo, Editora: Galera Record, 2012