

# SOUTH PARK: PROFANAÇÃO CRÍTICA DAS CELEBRIDADES OU MERO AJUSTE CÍNICO AO *STAR SYSTEM*?

Erico Fernando Oliveira<sup>1</sup>

## RESUMO:

Este artigo analisa a construção social contemporânea das celebridades, bem como o papel que elas exercem na civilização midiática. Para tanto, debruçamo-nos sobre o programa televisivo norte-americano *South Park*, uma animação que se dedica a caricaturá-las. Tomamos como referenciais teórico-investigativos os conceitos de “dispositivo” e “profanação” de Giorgio Agamben, para quem a caricatura presente nos *cartoons* desvela o caráter humano e ordinário do ídolo, o “real” lacaniano, uma vez que, por definição, ele não se deixa desprender nem do imaginário nem do simbólico e também a noção de sujeito cínico, desenvolvida por Slavoj Žižek. O corpus da análise constitui-se de 71 episódios exibidos entre 1997 e 2011 e também o longa-metragem, *South Park: maior, melhor e sem cortes* (1999). A seleção recorta os episódios que se prestam particularmente ao que se pretende demonstrar.

**Palavras-Chave:** *South Park*; sátira; desenho animado.

## Introdução

*South Park* é um desenho animado para adultos que estreou na televisão norte-americana em 1997, no então deficitário canal Comedy Central. Completados 15 anos ininterruptos no ar, a animação foi quatro vezes vencedora do *Primetime Emmy*<sup>2</sup> e venceu também o *Peabody*

---

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação e Semiótica pelo PEPGCOS/PUCSP com a dissertação *South Park: (des)construção iconoclasta das celebridades*, indicada pelo colegiado do programa como a mais representativa da produção discente em 2012, recebendo menção honrosa no prêmio Compós de teses e dissertações de 2013. Graduado em Desenho Industrial pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (2004) com ênfase em Projeto Visual.

<sup>2</sup> Considerado o Oscar da televisão norteaericana.

*Awards*<sup>3</sup> em 2006. O programa teve 237 episódios exibidos até o momento e está confirmado na grade do Comedy Central até 2016. No Brasil, foi exibido pela MTV e pelo Multishow<sup>4</sup> e atualmente é exibido pelo canal VH1. O programa se passa na pacata cidade de *South Park* e tem quatro personagens principais, os obscenos Stan, Kyle, Kenny e Cartman (fig.1), garotos de oito anos que são usados pelos criadores da série para criticar aspectos sintomáticos do viver ocidental contemporâneo: consumismo endêmico, pulverização do social em detrimento das micropolíticas do eu e adoração desenfreada às celebridades. Dentre esses, nos interessa aprofundar a análise específica da presença constante de celebridades dentro das narrativas do programa. Investigamos, portanto, se é possível que o programa efetue uma crítica legítima a um modelo de sociedade pautado por uma “cultura de celebridade” (ROJEK, 2008).



Figura 1: Stan, Kyle, Kenny e Cartman.

Importante dizer também que a pesquisa ora empreendida partiu de um desconforto em relação ao papel das celebridades na contemporaneidade, mais precisamente na maneira como a superprodução semiótica de celebridades coloniza todos os meios de informação com modelos de conduta que esmagam o homem comum. Sua celebrificação causa uma cisão entre o sujeito e o modelo (ou ego-ideal), impossível de ser alcançado, tornando-se portanto, objeto de frustração. Nesse sentido a celebridade é entendida como forma de dominação em sentido biopolítico. Identificamos a celebridade operando dentro de um dispositivo a que Morin denominou de *Star System*<sup>5</sup>. Entendemos o dispositivo, baseado nas teorias de Agamben (2009, p.40): “dispositivo passa a ser qualquer coisa que tenha de algum modo à capacidade de

<sup>3</sup> O Peabody Awards é um dos prêmios mais importantes em mídia eletrônica e costuma premiar os esforços para o avanço e desenvolvimento das plataformas em aspectos técnicos, éticos, culturais etc.

(<http://www.peabody.uga.edu/>)

<sup>4</sup> MTV (1998-2002); Multishow (1998-2006).

<sup>5</sup> conceito de Morin que denomina a máquina por trás da produção de celebridades.

capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes”.

Paradoxalmente a essa dependência cultural em relação à celebridade e ao star system, encontramos esse programa de televisão norte-americano chamado *South Park*, que dedica boa parte de suas narrativas a parodiar, satirizar ou mesmo profanar as celebridades e os poderes instituídos, numa atitude que faz eco à proposição de Agamben (2009, p.44), de que: “a estratégia que devemos adotar no nosso corpo a corpo com os dispositivos não pode ser simples, já que se trata de liberar o que foi capturado e separado por meio dos dispositivos e restituí-los a um possível uso comum”. Visto dessa maneira, embora paradoxalmente situado como um sucesso no ambiente midiático, o programa pode ser pensado como constituindo-se como um contradispositivo, pois através da profanação operada descortinaria algo de um real lacaniano que sobrevém de que a celebridade, grosso modo, nada tem a nos oferecer. Posto de outro modo, a celebridade oferece um caminho de sucesso a partir do dispositivo. Qual seria então o real que emerge em *South Park*? O de que esse caminho é falso, ridículo etc. Essa, a rigor, é nossa primeira hipótese de pesquisa. Dessa forma, reconhecemos a atitude do programa como uma atitude filosófica legítima.

Entende-se que a celebridade é constituída por um funcionamento em fantasia, que opera através de uma lógica identificatória, midiaticizada e idealizada. Baseamo-nos na definição lacaniana de fantasia. Para Lacan, o cerne da fantasia é intolerável ao sujeito, motivo pelo qual teria ele mais prazer em “dançar em volta dela” do que confrontá-la diretamente (ŽIŽEK, 2010, p. 90). Esse aspecto da intolerância do sujeito a própria fantasia é o que nos levou a postular uma outra hipótese diametralmente oposta à primeira, de que a crítica de *South Park* além de não se efetivar de maneira eficaz ainda seria invertida e se tornaria a legitimação involuntária que garantiria a perpetuação da “cultura de celebridade”. A causa seria o predomínio de uma razão cínica. Metodologicamente, operou-se uma inversão: optou-se por estudar o programa *South Park* de modo estrutural e a celebridade construída discursivamente dentro dele. Para isso é tomado como referencial teórico principalmente os estudos sociológicos de Morin (1989) e Rojek (2008), ambos sobre as celebridades, entre outros. Através destes estudos procura-se compreender como a celebridade é construída e como se dá a interação entre as celebridades consagradas pelo *star system* e como se efetiva a crítica da celebridade em *South Park*?

## A CELEBRIDADE DISCURSIVIZADA EM *SOUTH PARK*

*South Park* inscreve-se numa recente “tradição” norte-americana de desenhos animados para adultos, cujo conteúdo reflete aspectos sintomáticos do fazer contemporâneo dos atores sociais. Pode-se atribuir ao estrondoso sucesso dos *Simpsons* (1989-atual) exibido pelo canal FOX à abertura<sup>6</sup> de um nicho no horário nobre para produtos similares. Outros exemplos desta lavra são *Beavis & Butthead*<sup>7</sup>, exibido pela MTV, *Futurama*, *Family Guy* e *American Dad*, todos exibidos pela FOX, apenas para citar os mais proeminentes. Em comum, todos estes programas trazem um olhar crítico sobre a contemporaneidade.

O primeiro episódio de *South Park*, chamado *Cartman gets an anal probe*<sup>8</sup>, foi ao ar no dia 13 de agosto de 1997, pelo então deficitário *Comedy Central*<sup>9</sup>, e teve 65 mil televisores sintonizados no canal durante a exibição (JOHNSON-WOODS, 2007, p. 5). Produzido inteiramente de forma artesanal através do processo *stop-motion*<sup>10</sup>, trazia uma crueza estética que contrastava com os outros desenhos animados em exibição:

*South Park chegava num momento chave na história da cultura pop. A era de ouro dos desenhos animados estava de volta, graças ao revival possibilitado pela internet, e o Comedy Central precisava de um show assinado. South Park se encaixava perfeitamente: retrocedeu a animação um passo atrás esteticamente e avançou cinco passos à frente intelectualmente (JOHNSON-WOODS, 2007, p. xi).*

Empreender o estudo de *South Park* sob o ponto de vista da abordagem desconstrutiva que o programa faz das celebridades se deve à suposição de que foi justamente isso que o permitiu adquirir visibilidade e situar-se entre os programas mais importantes da televisão em âmbito local (Estados Unidos) e, por que não arriscarmos, mundial<sup>11</sup>: “Um dos principais alvos de *South Park* é a celebridade. A maioria dos retratos de celebridade são caricaturais (fig.2).

<sup>6</sup>Durante a década de 1960 os *Flintstones* foram exibidos no *primetime*.

<sup>7</sup>No decorrer desta pesquisa, a MTV voltou a transmitir o desenho animado *Beavis and Butthead*(1993-1997), vale mencionar que se trata de novos episódios.

<sup>8</sup>Cartman tem uma sonda anal.

<sup>9</sup>Como o próprio nome sugere, “Central da comédia”. O Comedy Central faz parte de uma sensível transformação na programação das TVs com a popularização da chamada TV a Cabo. Surgiu uma série de canais de nichos, cuja programação orbita ao redor de temas muito específicos. Diferentemente de um canal aberto de TV, que diversifica ao máximo sua programação para atingir uma faixa maior de consumidores, os canais de nicho permitem aos anunciantes atingir públicos específicos cobrando um preço menor pelo espaço.

<sup>10</sup>O processo de animação em *stop motion*(movimento parado) consiste em animar desenhos estáticos com a utilização de uma Truca (equipamento) onde os diversos frames são fotografados passo a passo (12 frames/segundo) criando uma ilusão de plano-sequência.

<sup>11</sup> *South Park* tornou-se um fenômeno midiático em muito pouco tempo e apenas quatro meses após a estreia o canal Comedy Central registrava seu primeiro lucro, de cerca de US\$ 10 milhões (Ibidem, p.6). Em seu segundo ano, a série já havia estampado as capas de algumas revistas importantes : Rolling Stone, Spin, Newsweek e TV Guide; e até mesmo num artigo publicado no inglês The Guardian”(Ibidem, p.7). A audiência média/episódio é de 3,9 milhões (nos Estados Unidos), a mesma do *talkshow* de David Letterman.



Caricatura é a distorção da face ou figura por propósitos satíricos[...] todas as imagens dispostas de maneira a reduzir a celebridade a uma grotesca futilidade.” (Idem, 2007, p. 97).



Figura 2: Tom Cruise, Rob Reiner, Mel Gibson (em destaque); Kurt Russel, Marta Stewart; Ben Affleck, Kanye West, John Travolta, Rosie O'donnell, David Blaine, Hillary Clinton; Steven Spielberg, Al Gore, Phil Collins, Rob Schneider, David Duchovny, Angelina Jolie. – imagem extraída do episódio “200”.

A desconstrução operada pela série confirma a suspeita de Žižek (2003) sobre a natureza cínica do sujeito contemporâneo diante das interpelações a que é submetido. Partindo do exposto por Rojek (2008, p. 201), de que “a celebridade é, portanto, em parte a expressão de um eixo cultural organizado em torno do desejo abstrato” podemos concluir que o modelo interacional em que operam público e celebridade é possibilitado pela ilusão de que a celebridade nos oferece algo que somos incapazes de conseguir por nós mesmos. Daí que se torna possível explicar o altar em que são colocadas. O desejo do fã é o de escalar uma instância superior a ele. A celebridade é posta em posição de outro (alteridade), mas de um outro poderoso, ao qual Lacan denominou *grande Outro*: “para Lacan, o impasse fundamental do desejo humano é que ele é o desejo do outro tanto no genitivo subjetivo quanto no objetivo: desejo pelo outro, desejo de ser desejado pelo outro, e, especialmente, desejo pelo que o outro deseja” (ŽIŽEK, 2006, p. 48). Porém, o acesso ao outro é impossibilitado, de maneira que a indecifrababilidade do desejo do outro se coloca diante do sujeito como um abismo radical (Idem, p. 56). Como ponto culminante dessa alteridade, podemos citar episódios de violência praticados por admiradores de celebridades, como o caso do assassinato de John Lennon, por Mark Chapman, que era fã dele e de sua banda (ROJEK, 2008, p. 167). A morte trágica de

Lennon elevou-o a outro patamar, mítico. Esse sem dúvida é o destino das celebridades cuja morte, prematura e no auge criativo de suas carreiras, as transforma em objeto de eterna admiração<sup>12</sup>. Os lugares onde viveram tornam-se pontos de peregrinação para os “fiéis”. Outra morte, talvez ainda mais dolorosa, aguarda aqueles que, passado o momento mais criativo de suas carreiras, são esquecidos.

Vera França pergunta se ainda hoje seria possível continuar trabalhando em termos de *projeção e identificação* em tempos em que as celebridades estão cada vez mais descartáveis e chama atenção para o fato de que, além destes, também se pode encontrar seu inverso, a *contraidentificação* (FRANÇA, 2010, p. 224). Ora, pois seria justamente nesse registro que *South Park* situaria seu discurso:

Observar a intimidade das pessoas célebres não significa forçosamente aderir ou se identificar a elas. O olhar crítico faz igualmente parte da atração pelos famosos[...]Ironizamos as estrelas e os famosos, mas continuamos a nos interessar por eles. Através da contraidentificação, nos tranquilizamos e nos valorizamos ao criticar a arrogância, as bobagens, o excesso, a vulgaridade da vida mundana (DORTIER *apud* FRANÇA, 2010, p. 224).

Uma das premissas elaboradas é justamente a de que *South Park*, através dessa desconstrução, atua como uma válvula de escape social para as pressões que se impõem ao sujeito contemporâneo. Pressões de sucesso em todos os âmbitos de seu fazer. Para Vera França é mais do que isso: “Não se trata aí apenas de um mecanismo psicológico de compensação ou escape; é possível ver também uma dinâmica da cultura, uma invenção necessária para lidar com a insegurança, buscar referências e operar ajustes em nossa frágil e sofrida inserção na realidade contemporânea” (FRANÇA, 2010, p. 225).

Com base no exposto, parece seguro atribuir o sucesso de *South Park* a determinada maneira cínica dos sujeitos de responderem à interpelação feita pelo programa. Seu ataque à fantasia sob a qual a celebridade se constrói subtrai desta seu *status* divino. Em outras palavras, o que o programa faz é profanar a celebridade, subtraindo dela o caráter sagrado, o que possibilita sua volta ao uso comum dos homens. Essa leitura é baseada no conceito de *profanação* desenvolvido por Agamben (2009, p. 45): “a profanação é o contradispositivo que restitui ao uso comum aquilo que o sacrifício tinha separado e dividido”. Ao subtrair da celebridade seu *status* sagrado pela exposição de suas fraquezas, compromete todo o funcionamento em fantasia que torna possível que a celebridade se eleve. É importante salientar

<sup>12</sup> Sugerimos a leitura do capítulo 2: *Celebridade e Xamanismo* (ROJEK, 2008, p.57-109).

que esse funcionamento é desde sempre frágil, uma vez que: “*ele só existe na medida em que os sujeitos agem como se ele existisse*” (ŽIŽEK, 2006, p. 18).

Por isso, os veementes ataques a que as celebridades são submetidas em *South Park* deveriam causar verdadeiro abalo sísmico no *star system*. No entanto, percebe-se que isso não ocorre. Daí que o pressuposto de Žižek ganha força. Se eles sabem o que fazem e continuam a fazê-lo mesmo assim, só podemos estar mesmo vivendo em uma era que, apesar de pós-ideológica, continua funcionando sob bases ideológicas. Segundo Safatle (2008, p. 69): “o cinismo aparece assim como elemento maior do diagnóstico de uma época na qual o poder não teme a crítica que desvela o mecanismo ideológico”:

Podemos dizer que tal crença desprovida de crença é exatamente a mola de funcionamento da ideologia na contemporaneidade e a garantia de sua perenidade. Os conteúdos já são previamente ironizados e é isso que lhes permite continuar circulando” (Idem, p. 69).

Paradoxalmente, a crítica operada por *South Park* não se realiza completamente, justamente devido a essa abordagem cínica compartilhada socialmente. Em outras palavras, existem dois momentos de crítica. Um primeiro momento é quando, ao ver descortinado o véu da fantasia que sacraliza a celebridade, nos damos conta de sua fragilidade. O segundo momento, que não ocorre, é justamente o momento da ação, em que o descobrimento do mecanismo operativo não impede o sujeito de continuar se relacionando com os discursos da mesma maneira:

*South Park* tem de ser visto como profundamente ambivalentepoliticamente. Esta ambivalência faz do programa um efetivo espelho para a nação polarizada politicamente e atormentada pela guerra cultural, porque em cada faixa política pode ver suas próprias ideologias refletidas e assim aparentemente justificadas. Ao mesmo tempo, contudo, por causa dessa mesma ambivalência, *South Park* não oferece uma visão de mundo política clara e portanto nenhuma solução política (BECKER, 2009, p. 160).

## O CAPITAL IMATERIAL DA CELEBRIDADE

Não se pode ignorar a conexão entre celebridade e capitalismo. Segundo Rojek (2008, p. 202): “o capitalismo deve mobilizar desejo no mercado” e para isso se vale do que ele denomina de “cultura de celebridade”. De acordo com ele: “a cultura de celebridade é um dos mecanismos mais importantes para mobilizar o desejo abstrato. Ele personifica o desejo num objeto animado, que admite níveis mais profundos de apego e identificação do que com

mercadorias inanimadas” (ROJEK, 2008, p. 203). Posto isso, para fins de nossa análise, é necessário que nos perguntemos o que Tom Cruise, Michael Jackson, Mel Gibson, Paris Hilton, Bono Vox e Barbra Streisand têm em comum<sup>13</sup>. A resposta mais óbvia seria: fama e fortuna. Além disso, podemos considerar que a celebridade tem algum tipo de capital imaterial que produz valor. Segundo Rojek (2008, p. 101): “As celebridades podem mesmo mudar as coisas e nos encher de fortes inclinações e anseios. Essa é uma das razões pelas quais o endosso da celebridade é um aspecto procurado no mercado, e as corporações pagam vultosas quantias para adquiri-lo”.

Edgar Morin (1989) denominou *Star system* ao aparato dedicado à construção de celebridades. Ainda de acordo com Rojek:

Celebridades são fabricações culturais. O seu impacto sobre o público pode parecer íntimo e espontâneo [...] Hoje, nenhuma celebridade adquire reconhecimento público sem ajuda de intermediários culturais como diretores de cena da sua presença aos olhos do público. “Intermediários culturais” é o termo coletivo para agentes, publicitários, pessoal de marketing, promoters, fotógrafos, fitness trainers, figurinistas, especialistas em cosméticos e assistentes pessoais. A tarefa deles é planejar uma apresentação em público de personalidades célebres que resultará num encanto permanente para uma plateia de fãs (ROJEK, 2008, p.2).

Para Rojek (2008), as celebridades possuem uma vida com maiores possibilidades de realizações que os demais, o que invariavelmente levaria os astros a adquirirem condutas “excêntricas”. Segundo ele, a celebridade possui um rosto que interage com o público e que é diferente do seu eu subjetivo. A assunção do “rosto público”, por parte da celebridade, leva a mesma a comportar-se de maneira muitas vezes considerada imprópria, inadequada. Por vezes, as celebridades querem estar acima da lei e não raros são os casos em que conseguem. Pelo mesmo motivo é comum ver celebridades (especialmente aquelas cujas carreiras encontram-se em curva descendente) exporem-se ao ridículo em rede nacional. O levante de *South Park* opera em ambos os casos. Constata-se que muitas das celebridades profanadas nas narrativas do programa possuem em comum reincidentes casos de infrações às leis e também de excesso de exposição midiática. Ainda de acordo com Rojek (2001, p.161): “o apetite por celebridades reflete um sede saciada das responsabilidades e regras que deixa a nós outros encurralados”. Ou seja, as celebridades têm uma gama de privilégios muito maior em relação aos demais indivíduos, ao mesmo tempo em que lhes é exigida uma quantidade muito pequena de

<sup>13</sup> Todas as celebridades descritas são satirizadas em pelo menos um dos episódios da série (nota do autor).



obrigações. São numerosos os casos de celebridades que escapam de assumir as consequências de seus atos.

Além de Barbra, Bono, Cruise, Hilton e Jackson, dezenas de outras celebridades tiveram sua carreira e/ou aspectos de suas vidas pessoais satirizados por Parker e Stone<sup>14</sup>. Via de regra, a alteridade da celebridade é sempre desqualificada e a celebridade é posta ora como ridícula (Mel Gibson, Ben Affleck, George Bush, Al Gore, entre muitos outros), ora como maléfica (Rob Reiner, Barbra Streisand, Sally Struders, entre tantos outros). Não é uma alteridade posta em posição de igualdade para um debate franco. É como se o espaço do programa fosse dedicado à *vendetta*<sup>15</sup>. Ao atingir o ponto extremo de desvalorização das celebridades, podemos interpretar que a crítica efetuada pelos enunciadores envereda-se por um viés ideológico. A celebridade é, então, dessubstancializada totalmente, talvez pela necessidade sentida de mostrar o outro lado da moeda numa sociedade que exalta as celebridades, justamente pelo diametralmente oposto, jogando-lhes na lama. Ainda assim, acreditamos que a intenção hiperbólica dos enunciadores seja estruturada para a obtenção de dois objetivos: primeiro, o efeito cômico que gera e, segundo, o efeito filosófico, que faz com que nos questionemos a cerca da função das celebridades enquanto modelos de identificação válidos. Se toda a audiência do programa o percebe da mesma maneira é algo que não se pode afirmar, no entanto, em resposta àqueles que acusam o programa de ser uma influência negativa fazemos coro à proposição de Richard Hanley:

Sejam melhores pais, sejam melhores cidadãos, sejam pessoas melhores. A única maneira de derrotar um programa como *South Park*, se este é o seu objetivo, é tornando-se as pessoas que eles acreditam que faltam no mundo. Num mundo cheio de modelos éticos positivos, um programa como *South Park* se tornaria irrelevante” (HANLEY, 2007, p. 269).

Como resultado da investigação a respeito da importância da celebridade na contemporaneidade, emerge a percepção de que a celebridade adquire em nossa sociedade determinado poder. Não apenas o poder em seu caráter estritamente material, de adquirir bens e viver as mais diversas experiências. O poder investido sobre a celebridade é de natureza biopolítica. Para Rojek (2001, p.15), a celebridade resulta de três processos históricos, o surgimento de uma sociedade democrática, o declínio da religião organizada e a comoditização do cotidiano, através da forma-mercadoria. Rojek assinala ainda que “o propósito da cultura de

<sup>14</sup> Trey Parker e Matt Stone são os criadores do programa *South Park*.

<sup>15</sup> Vingança (grifo nosso).

celebridade é guiar o populacho para o consumo imitativo” (Idem, p.38). Numa época em que a celebridade se distigue dos demais por um processo que Rojek denomina “celebrificação” (Idem, p.195) e é transformada em ego-ideal, distanciando-se assim dos demais e prostrando-os em um universo escasso de realizações que desemboca em violência narcísica<sup>16</sup> como manifestação da frustração, presenciamos o surgimento de um programa que simbolicamente transborda essa violência de volta para as celebridades e, desse modo, visa justamente destituir o poder das mesmas. No entanto, a crítica efetuada por *South Park* não se limita ao pessimismo da exposição crua de um real que diz respeito ao vazio dos modelos célebres contemporâneos. Identificamos um esboço crítico que legitima a existência de modelos identificatórios mais substanciosos<sup>17</sup>.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procurou-se empreender uma análise que buscasse compreender *South Park*, programa que, por sua própria natureza semiótica (programa de massa, desenho animado, *sitcom* etc), aliado ao fato de sua incorreção política, seu discurso ultrajante e sua violência aparentemente gratuita, é geralmente desqualificado como superficial e desprovido de valor de crítica, posição simplista que buscamos recusar. Para exemplificar essa afirmação recorreremos ao prefácio de *Taking South Park Seriously*<sup>18</sup> (2008), volume organizado por Jeffrey Andrew Weinstock, onde ele descreve as dificuldades do empreendimento que realizou. Segundo ele, mesmo em fóruns de debate a respeito da série foram encontradas resistências ao estudo de *South Park*

<sup>16</sup> Buscamos em Freud as bases conceituais necessárias para explicar esse processo identificatório entre os sujeitos convertidos em massa e as celebridades postas em papel de líderes. Entendemos que um público nada mais é do que uma massa que projeta seus desejos e aspirações sobre um ou mais indivíduos. Para tanto, recorreremos a aspectos da psicologia das massas. Levamos em consideração também o mito do narciso, ligado ao próprio corpo, o que sugere um investimento pulsional em si próprio. De acordo com Freud, numa primeira fase da infância não há separação entre o eu e o objeto externo (FREUD, 2011, p. 10). Freud propôs que, devido às coerções a que foram submetidos os indivíduos durante o curso do desenvolvimento civilizatório, a energia libidinal do sujeito seria transferida para outras atividades. Dentre elas a do investimento libidinal em objetos de prazer pela via da identificação. Assim, o caráter descartável que a celebridade assume na atualidade poderia ser explicado a partir de uma perspectiva lacaniana: o imperativo do gozo impossível de ser satisfeito resultará numa falta que lhe será constitutiva. Dessa forma, a substituição incessante de modelos num mercado que os oferece em profusão torna-se a tônica das relações de identificação contemporânea. O avesso disso seriam os rompantes de violência, manifestações do denominado “ódio narcísico”, ou seja, o ódio por aquele(s) que lembra(m) a diferença: o estrangeiro, o torcedor do time oposto, o vilão da novela etc. Já foi dito anteriormente que a imersão dos indivíduos na massa propicia terreno fértil para a regressão do espírito objetivo e o surgimento de comportamentos irracionais e intolerantes.

<sup>17</sup> Ver capítulo três da dissertação intitulada “*South Park*:(des)construção iconoclasta das celebridades: [http://www.sapientia.pucsp.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=14929](http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=14929)

<sup>18</sup> Levando *South Park* a sério.

como possibilidade de crítica sócio-cultural legítima. Portanto, trata-se de rebater uma pseudo-crítica rasa *onipresente* que desqualifica o potencial crítico do programa, uma vez que “muitos fãs resistem vigorosamente à idéia de que *South Park*, um programa que eles apreciam, possa ter algo interessante a dizer sobre a cultura contemporânea (WEINSTOCK, 2008, p.2).

Durante o desenvolvimento desse trabalho acalentamos a idéia de que *South Park* constrói um universo de crítica da cultura e sociedade contemporâneas e optamos pelo recorte específico da celebridade por entender que o modelo de superprodução semiótica de celebridades atuaria de maneira, grosso modo, universal, valorizando os mesmos atributos: beleza, dinheiro, sucesso etc. Essa universalidade da construção do *status* célebre na cultura ocidental explicaria a aderência do programa fora dos Estados Unidos, diversamente de outros recortes possíveis, como as questões étnicas e políticas, cuja dificuldade de transposição seria muito maior, visto que muitas vezes é necessário considerar outras formas de organização social. Sendo assim, a crítica feita ao *star system* norte-americano pode nos ajudar a compreender as implicações do fenômeno aqui, ao menos em teoria. Em adição a essa hipótese, também levamos em consideração a possível falência de crítica do programa em virtude da predominância de um modelo de sujeito histórico que responderia de maneira cínica à interpelação. O programa interpela o sujeito para desvalorizar as celebridades, mas o sujeito não se engaja efetivamente nessa interpelação. Ele adere superficialmente a ela no decorrer do programa, mas isso não chega a mudar sua maneira de agir em relação às celebridades no que chamamos de vida real. Tal recepção cínica receberia a crítica como “um excesso permitido”, no qual pode se dar ao luxo de imergir por trinta minutos.

Sob uma casca de vulgaridade, perversidade e rebeldias aparentemente juvenis, o que se encontra é um trabalho de muito fôlego filosófico e sociológico: “Seu humor de privada é divertido e bem menos perigoso que a hipocrisia daqueles que ocultam sua intolerância por trás de uma fachada de compassiva tolerância” (WEINSTOCK, p.5). À sua maneira, o programa surge como uma afronta aos cânones da sociedade contemporânea. O embate revela o cinismo do sujeito pós-moderno e a presença latente da ideologia numa era apregoada como pós-ideológica e mais, nos revela a fragilidade das instituições e dos vínculos humanos nos tempos das micro-políticas do eu.

O programa, desde seu surgimento, propõe-se como contrahegemônico, operando, no entanto, dentro de uma sistemática capitalista, sendo um filão de ouro para a indústria através da venda de *merchandises* diversos (camisetas, CDs, DVDs, *action figures*, calendários e uma

infinidade de outros artefatos), além da publicidade, pois já em 1998 os espaços publicitários do programa eram vendidos por preços que chegavam a ser dez vezes mais altos que os praticados pelos demais canais na mesma faixa horária. Esta contradição, presente no programa desde sua gênese, chega a ser perturbadora. Se por um lado, o programa sugere ser um foco de resistência à hegemonia vigente, a saber, a cultura das classes médias, que têm na indústria cultural seu instrumento de dominação, em contrapartida, reforça a lógica de consumo fetichista do capitalismo tardio por meio de seus inúmeros produtos promocionais, ao tornar-se ele próprio objeto fetichizado pelo mesmo *star system* contra o qual se levanta de maneira tão pungente.

Com base no acima exposto, procurou-se empreender a análise de maneira a compreender o objeto em toda sua contradição constitutiva. Para um olhar menos ingênuo essa “contradição” é justamente o mote de *South Park*: apresenta a visão conservadora como naturalizada, para, em seguida, mostrar, de modo mordaz e irônico, suas consequências ridículas e obscenas. Compreende-se que a crítica efetuada pelo programa é válida, embora por vezes, incompleta e não perfeita, pois: “ajuda os telespectadores a pensar mais criticamente acerca de suas próprias crenças”. (GOSSAGE, 2009, p.47). A profanação da celebridade operada por *South Park* provocaria um curto-circuito que removeria o véu de sacralidade que a envolve, invalidando-a como ego-ideal, sugerindo a necessidade de novas marcações de posição no que diz respeito à identificação. Segundo Žižek (2003, p.185), uma escolha só pode ser livre quando podemos modificar livremente o conjunto das coordenadas de nossas escolhas e não quando a única escolha que temos é cerceada por um conjunto de coordenadas pré-estabelecidas. Um palpite um pouco mais arriscado seria o de que esse movimento profanatório que quebra a ilusão da celebridade abriria o caminho para a emancipação do sujeito dessa estrutura alienadora. Interpretamos que a motivação dos enunciadores do programa ao desenvolverem suas narrativas profanatórias seria essa, a idéia de que na fase adulta não precisamos mais de modelos de conduta, ao menos não tantos e definitivamente não esses que o *Star System* nos oferece como sendo os únicos modelos possíveis. Não devemos optar entre os modelos de conduta oferecidos e sim, modificar as coordenadas dos nossos modelos. No mínimo, *South Park* nos ensina a não levar essas figuras tão a sério, o que já é bastante, ainda que insuficiente, visto que, apesar de extremamente competentes em apontar diversos pontos negativos no modo de viver contemporâneo, o programa não esboça nenhuma construção alternativa efetiva, daí que alguns pensadores afirmam que o programa, de fato, exploraria a



fragilidade e apatia do sujeito pós-moderno. Segundo Groening (apud WEINSTOCK, 2008, p.116): “*South Park* trata os estereótipos como parte do dia-a-dia, ridicularizando-os e não oferecendo possibilidades para desfazer o preconceito”. No entanto, entendemos que esse é justamente o dispositivo retórico de que o programa faz uso: reduzir e revelar o ridículo/obsceno de uma sorte de posturas que são falseadas pelos sujeitos em suas práticas diárias. O que nos leva de volta à nossa hipótese de que a recepção cínica anula a potência crítica do discurso, revelando a presença incontestável de tomadas de posições ideológicas na sociedade.

*South Park* é estruturado como uma sátira, por atender a quatro quesitos elementares:

- 1) fantasia (geralmente grotesca);
- 2) um apontamento moral firme;
- 3) um objeto de ataque;
- 4) um propósito educacional.

Com base nessa estrutura é possível argumentar que o programa oferece a cada episódio pequenos diagnósticos a respeito dos problemas contemporâneos e nesse aspecto difere dos similares, uma vez que esse diagnóstico é enunciado às claras (*you know, I learned something today...*). Em outros produtos como *Os Simpsons*, a crítica aparece de maneira subjacente (necessita ser lida) e, como foi demonstrado, o texto é comprometido desde sua concepção uma vez que traz o parodiado para participar, transformando-se num pastiche<sup>19</sup> reverente a este. Se olhado através desse viés, o texto de *South Park* goza de uma liberdade sem precedentes (dadas as circunstâncias de sua produção e veiculação), o que possibilita que o programa se apresente de maneira ácida. O método de *South Park* mostra-se, no entanto, perigoso, pois, ainda assim é possível que recortes convenientes sejam feitos ao texto para que o mesmo pareça servir como apologia a aspectos que de fato, sabe-se que são condenados por ele: “No processo de exagerar humoristicamente outras posições, *South Park* tem a tendência de fazer coisas como o anti-semitismo e a islamofobia parecerem muito divertidas” (SIENKIEWICZ e MARX, 2009, p.17). O diagnóstico de *South Park* sobre o cinismo foi desenvolvido em *You’re getting old*. Stan completa dez anos e começa a enxergar tudo como se fosse “merda”, literalmente, não

---

<sup>19</sup> O pastiche, assim como a paródia, é a imitação de um estilo peculiar e único (JAMESON, 2006, p.23). Em um mundo em que a inovação estilística não é mais possível, “tudo o que resta é imitar estilos mortos, falar através de máscaras e com as vozes dos estilos no museu imaginário” (IDEM, p.25). O pastiche seria, portanto, “uma prática neutra, desprovida de sátira”.

conseguindo diferenciar um cartaz de cinema de uma foto de um excremento dentro de um forno de microondas. O diagnóstico de Stan é o de que ele tem uma condição que, embora comum, parece não ter cura ou tratamento, pois ele se tornou um “cuzão cínico<sup>20</sup>”. A condição de Stan bloqueia sua possibilidade de engajamento em qualquer coisa, e mesmo sua amizade com Kyle extremece, uma vez que sua visão turva de que tudo ao seu redor é feito de merda o torna uma pessoa desagradável e apática. Stan é, portanto, um sujeito cínico numa sociedade cuja premissa básica é o direito de dizer uma coisa e fazer outra completamente diferente. Essa talvez seja a crítica mais contundente desenvolvida por Parker e Stone acerca de seu próprio país:

[Cartman]: Eu aprendi algo hoje. Esse país foi fundado por alguns dos mais espertos pensadores que o mundo já conheceu. E eles sabiam de uma coisa: Uma verdadeira grande nação pode ir à guerra, e ao mesmo tempo, agir como se não quisesse a guerra.  
 [Randy]: Ele está certo. A força desse país é a habilidade de fazer uma coisa e dizer outra.  
 (fragmento extraído do episódio *A little bit country*)

Muito mais do que uma crítica específica aos Estados Unidos, talvez essa seja a definição definitiva do tempo contemporâneo: um momento histórico que permite que sujeitos cínicos possam dizer uma coisa e agir de maneira totalmente diferente. Como resultado, temos um sociedade tida como “aberta” e tolerante e no entanto, estagnada e mergulhada em ideologia justamente a partir dessa clivagem entre o dizer/fazer imanentes aos sujeitos. Em suma, a construção discursiva em *South Park* nos revela uma cidade confusa e fragmentada onde nada ocorre e somente a catástrofe consegue, momentaneamente, envolver o corpo social: a eminência de um ataque terrorista em *Cartoon Wars*, a hecatombe ambiental provocada pelo ego daqueles que adquiriram um carro híbrido em *Smug alert* ou o aquecimento global provocado pelos flatos excessivos em *Spontaneous combustion* etc. Em *South Park* encontramos heróis (poucos) e grandes idiotas (muitos). Com relação ao sujeito histórico contemporâneo, ele é retratado em *South Park* como uma criatura sempre perdida, esperando por orientação e buscando preencher essa falta (*lack*) constitutiva, consumindo objetos e estilos de vida. Enquanto os sujeitos permanecerem nesse estado de alienação, não importa o quão violentamente as celebridades sejam mortas em *South Park*, aqui elas continuarão vivas, relevantes e influentes.

<sup>20</sup> A cynical asshole (tradução literal).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGAMBEN, Giorgio. **Profanações**. São Paulo: Boitempo, 2007.
- AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Santa Catarina: Argos, 2009.
- ARP, Robert. **South Park and philosophy: you know, I learned something today**. USA: Blackwell, 2007.
- BARTH, Maurício. Bart Simpson: o ultimo dos rebeldes. **Revista Anagrama**: revista científica interdisciplinar da graduação-USP. Ano 4 edição 2. Dez 2010 – Fev 2011.
- CÂMARA, Sérgio. **O Desenho animado**. Lisboa: Editorial Estampa, 2004.
- DURÃO, Fábio Akcelrud *et al* (org). **A Indústria Cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008
- FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2009, 14ª ed.
- FRANÇA, Vera V. “A felicidade ao seu alcance”: que felicidade, e ao alcance de quem, afinal? In: FREIRE FILHO, João. (org). **Ser Feliz hoje**. Rio de Janeiro: FGV, 2010
- JAMESON, Fredric. **A virada cultural**: reflexões sobre o pós-modernismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- JOHNSON-WOODS, Tony. **Blame Canada! South Park and contemporary culture**. New York: Continuum Books, 2007.
- MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- ROJEK, Chris. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- SAFATLE, Vladimir. **Cinismo e falência da crítica**. São Paulo: Boitempo, 2008.
- SIENKIEWICZ, Matt e MARX, Nick. **Beyond a Cutout World**: Ethnic Humor and Discursive Integration in *South Park*. <http://www.press.uillinois.edu/journals/jfv.html>. Acesso em: 27/09/2010
- STRAYNER, Leslie, KELLER, James R. (Org). **The Deep End of South Park**: Critical Essays on Television's Shocking Cartoon. Washington, DC: Paperback, 2009.
- WEINSTOCK, Jeffrey Andrew(org). **Taking South Park Seriously**. New York: Sunypress, 2008.
- ŽIŽEK, Slavoj. **Bem vindo ao deserto do real**. São Paulo: Boitempo, 2003.
- ŽIŽEK, Slavoj. **Como ler Lacan**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- ŽIŽEK, Slavoj. **Lacrimae Rerum**: ensaios sobre cinema moderno. São Paulo: Boitempo, 2009.