

ÍNDICE

Introdução

Desejo de agradar e sedução soberana.....	13
A extensão irresistível do domínio da sedução	16
Sociedade sedutora ou universo antissedutor?	19
Mudar de paradigma.....	21
A sedução criadora.....	27
Para uma sedução aumentada	28

PRIMEIRA PARTE A SEDUÇÃO ERÓTICA

Capítulo I

Da sedução restringida à sedução soberana

Amplificar o poder de sedução	35
<i>Festas, jogos e danças</i>	35
<i>A voz encantadora</i>	36
<i>Adornos e ornamentos</i>	38
<i>Magias</i>	42
A sedução superlativa: heteras, gueixas e estrelas	44
<i>Heteras e cortesãs</i>	45
<i>A gueixa como obra de arte viva</i>	46
<i>A estrela e o glamour</i>	49

A sedução restringida	52
<i>O casamento tradicional ou a antisedução estrutural.....</i>	53
<i>Do poder feminino à soberania masculina</i>	57
Casamento por amor e sedução soberana.....	63
<i>Agradar-se, amar-se e casar-se.....</i>	64
<i>Casamento e imperativo de sedução.....</i>	66
<i>A sedução soberana e os seus inimigos.....</i>	67

Capítulo II

Cortejar, flirter, engatar

Flirte e convivência moderna.....	72
<i>A liberdade moderna de convivência.....</i>	73
<i>A invenção do flirte.....</i>	75
A sedução anticonvencional	80
<i>O engate</i>	80
O hipermercado da sedução	85
<i>A explosão dos sites de encontros</i>	86
<i>Engate máximo, ritual mínimo</i>	87
Ciberengate e consumismo	89
<i>Sob a revolução das redes, a continuidade</i>	93

Capítulo III

Do gesto à fala

No princípio era o gesto.....	98
<i>A corte silenciosa</i>	99
<i>O presente amoroso.....</i>	102
O modelo galante.....	104
<i>As palavras que acariciam.....</i>	105
<i>O espírito cortês</i>	107
<i>O estilo galante.....</i>	109
Da corte sentimental à sedução relaxada.....	115
<i>A sedução pós-romântica</i>	116
<i>A pós-coqueteria feminina</i>	119

A galantaria tem futuro?	121
<i>Perpetuação da desigualdade sedutora</i>	121
<i>Tato, delicadeza e ligeireza</i>	125

Capítulo IV

O adorno e a artialização dos corpos

A artialização do corpo	134
<i>A sedução como ornamentação</i>	137
<i>A divisão sexual das aparências</i>	139
<i>Adornos e agência</i>	140
<i>100 000 anos de sedução</i>	142
O adorno e a exceção humana	144
<i>Adornos e amor-próprio</i>	149
<i>Os nossos primos símios</i>	151
<i>Sedução e poder humano de negação</i>	153
Sinais honestos e sedução enganadora.....	157

Capítulo V

A beleza tentadora

A beleza sem limites	165
<i>Da beleza ambivalente à beleza positivada</i>	166
<i>A consagração do direito de agradar</i>	168
<i>A espiral das técnicas da beleza</i>	169
<i>A sedução em qualquer idade</i>	171
A consagração democrática da maquilhagem.....	174
<i>As condenações da maquilhagem</i>	174
<i>A maquilhagem invisível</i>	177
<i>A maquilhagem como arte</i>	178
<i>A maquilhagem desculpabilizada</i>	180
<i>Rosto, publicidade e cinema</i>	183
<i>Sentir-se mais si próprio</i>	185
O «não sei quê» e a sedução singular	187

A sedução interdita	191
Tiraniam da sedução?	195

Capítulo VI

O feitiço da moda

A atração da inconstância	200
<i>O artifício, o frívolo e o esplendor</i>	202
A individualização da aparência	205
<i>O reinado do look</i>	206
A erotização das aparências	208
<i>O sexy</i>	210
<i>O encanto do minimalismo</i>	212

SEGUNDA PARTE

A SOCIEDADE DA SEDUÇÃO

Seduções extra-eróticas	217
A sedução em regime contínuo	223
«Agradar e tocar»	228

Capítulo VII

O capitalismo de sedução

A industrialização da sedução	232
Economia de mercado e conquista dos consumidores	237
A magia do novo e da variedade	243
<i>Retrato de Don Juan como consumidor</i>	244
<i>Variedade, escolha e personalização</i>	245
Lazeres e entretenimento	248
<i>Extensão do domínio do entretenimento</i>	250
<i>Televisão e entretenimento</i>	252
<i>A atração irresistível da preguiça</i>	253
Estilização e erotização da mercadoria	256

O <i>design</i> do mundo comercial.....	257
<i>Arte destetizada e quotidianidade estilizada</i>	258
<i>Publicidade, beleza e erotismo</i>	259
Marketing, ficções, redes sociais: o império da afetividade... 261	
<i>O marketing emocional</i>	262
<i>As redes sociais como plataformas emocionais</i>	264
<i>A intimidade emocional</i>	268
Velocidade e mobilidade	270
O culto das marcas.....	271
Um desencanto das marcas?	273
A economia colaborativa contra o hiperconsumo?	275
<i>Fim do desejo de propriedade?</i>	276
<i>Fim do hiperconsumo?</i>	278

Capítulo VIII

A política ou a sedução falhada

Da propaganda ao marketing político	282
<i>Sedução e mercado político</i>	284
<i>Após a «violação das massas»: a comunicação-sedução</i> ... 288	
As novas alavancas da sedução política.....	293
<i>Mediatização da intimidade e «peopolização»</i>	
<i>da vida política</i>	294
<i>Relooking</i>	297
<i>A política da compaixão</i>	300
<i>A atração antipoliticamente correta</i>	302
A política na era do entretenimento mediático	305
<i>O espetáculo da proximidade</i>	306
<i>A política como corrida de cavalos</i>	307
<i>Infoentretenimento</i>	310
<i>Uma desnaturalização da vida pública?</i>	313
O encanto perdido da política	314
<i>O universo encantado da política</i>	314
<i>Sedução contra revolução</i>	316

<i>A vaga da despolitização</i>	318
<i>Desconfiança e desamor</i>	320
<i>A política ainda pode fazer sonhar?</i>	322

Capítulo IX

A situação descontraída da educação

Os pais e o desenvolvimento da criança	329
<i>O medo de ser rejeitado pelos filhos</i>	334
<i>A idolatria dos bebês</i>	335
<i>Uma manipulação das crianças?</i>	337
A escola atrativa.....	340
<i>Miséria escolar da sedução?</i>	343
Educação e fascínio digital	349

Capítulo X

Sedução, manipulação, alienação

Adestramento ou sedução?.....	356
<i>Controlar a procura</i>	356
<i>Um marketing tentacular</i>	358
<i>Uma onipotência invisível</i>	359
<i>Um marketing totalitário?</i>	363
Engano, vigarice e sedução.....	364
<i>Um capitalismo vigarista</i>	365
<i>A publicidade: entre potência e impotência</i>	366
<i>Publicidade e cumplicidade</i>	369
<i>Marketing de manipulação ou marketing de sedução?</i>	370
Sedução ou desindividualização?.....	373
<i>Sedução ou autoaniquilação?</i>	375
Sedução e frustração	378
<i>Uma frustração insuperável?</i>	379
<i>Uma frustração crescente</i>	380
Sedução e infantilização	382

Alienação, dependência ou sedução?	384
<i>A dependência das compras</i>	385
<i>Um mundo estranho a si próprio?</i>	387
<i>A unidade e a dispersão</i>	390
Mal-estar na civilização sedutora	392

Capítulo XI

Amanhã: que sociedade da sedução?

A ecologia contra a sedução comercial?	398
<i>O casamento da sedução e do sustentável</i>	399
A ilusão do pós-consumismo.....	403
Sedução negra	408
<i>Atração fatal</i>	409
<i>Jiadismo e sociedade da sedução</i>	414
A sociedade da sedução vigiada.....	416
Entreter ou estupidificar?	420
<i>A sedução estupidifica?</i>	420
Inovação, formação e criação.....	426
<i>Inovação, ciência e paixão de empreender</i>	427
<i>Para uma sociedade educadora global</i>	430
<i>Criação e cultura</i>	431
Notas	437
Índice onomástico	465