

IMAGEM COMO CAPITAL



Leopoldo Pisanello (Roberto Benigni) foge de paparazzis em "Para Roma, Com Amor", filme de Woody Allen

MARCIA TIBURI

Do Facebook ao Twitter, busca pela fama é o grande valor da sociedade do espetáculo contemporânea

O maior valor da sociedade do espetáculo na qual vivemos é a fama. Fomentada e almejada, já não importa se ela é alcançada por algum tipo de mérito no campo das ciências, das artes, dos esportes ou da política. Nas redes sociais, a promessa da fama ao alcance de todos chama adeptos. “Amigos” no Facebook ou “seguidores” no Twitter são números a refletir o status de “popularidade” e “influência” de indivíduos.

A fama é o contexto no qual somos todos inscritos em contextos diversos como figuras distorcidas entre exposição e visibilidade.

A valorização de si tanto quanto a do outro é relevante de um ponto de vista ético e político. Elas constituem o valor socialmente fundamental do reconhecimento. Podendo ser concomitantes, fama e reconhecimento são, no entanto, opostos. O reconhecimento como valor ético implica a visão recíproca de alguém na direção de um outro quando a alteridade é compartilhada. Já a fama implica apenas que alguém seja visto e falado.

O reconhecimento é um processo de intersubjetivação. A fama é um processo de objetificação. O famoso é conhecido, mas não necessariamente reconhecido. O exemplo de Einstein nos mostra a diferença entre as duas condições: praticamente não há quem não tenha ouvido falar do famoso Einstein, embora quase ninguém saiba nada sobre sua teoria e não possa, portanto, reconhecer o cientista ou o ser humano capaz delas.

O filme Para Roma com Amor, de Woody Allen, nos oferece um retrato conceitual da fama que está em jogo em nosso tempo. O personagem Leopoldo Pisanello, interpretado pelo ator Roberto Benigni, torna-se famoso por acaso e deixa de sê-lo também por acaso. A fama que primeiro o importunava passa a fazer falta quando ele a perde. Pessoa simples que era, ele não ganha nada com a fama, a não ser a própria fama. A fama é este aparecer que torna-se um fim em si e que pode virar um negócio na vida das assim chamadas “celebridades.

Prostituição do reconhecimento

A fama tornou-se hoje uma forma de prostituição. Enquanto antigamente se vendia o corpo, vende-se hoje a imagem. Quem já é famoso mantém o capital de visibilidade conquistada avisando a indústria da fofoca para onde irão. Outros almejando a fama fazem seu trottoir pelas festas, lançamentos, praias, esperando que um paparazzi venha fotografá-los.

A lógica do mundo dos famosos tem diversas escalas. A fama, como uma moeda, é acrescentada ao cofrinho do dia-a-dia. Quanto mais famoso alguém é, mais famoso pode tornar-se. E, muitas vezes, quando a fama se traduz na moeda corrente, efetivamente mais rico do ponto de vista financeiro, pois o mundo da imagem é uma verdadeira bolsa de valores.

A expressão “estar bem na foto” vale em todas as escalas da fama numa sociedade dividida pelo grau de “visibilidade” dos seus partícipes. Verdade da experiência empobrecida na vida de nosso tempo, o famoso cresce e aparece, mas não sem esforço. Sem trabalho, a decadência é caminho seguro. Seja a senhora que envelhece fazendo seu trottoir entre as esquinas, seja o jogador de futebol cuja vida cai nas malhas da maledicência, seja a atriz que precisa estar na novela das oito ou na revista de fofocas, todos podem cair em decadência.

Daí que muitos preferam que “falem mal, mas falem” do que o simples esquecimento almejado por tanto outros.

A fama é o mero aparecer, repetitivo e compulsivo, sem que haja necessariamente algo para mostrar. Quando não se pode mais esperar nada, nem autoconhecimento, nem uma vida justa, quando “ser” de nada vale, aparecer é o caminho para a conquista da imagem como capital. Mais vale um sentido deturpado do que sentido nenhum em uma sociedade em estado de desespero.

marciatiburi@revistacult.com.br

Fonte: <http://revistacult.uol.com.br/home/2012/09/imagem-como-capital/>