



Revista FAMECOS: mídia, cultura e
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul
Brasil

França, Vera R. V.; Guimarães Simões, Paula
Celebridades como ponto de ancoragem na sociedade midiatisada
Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 21, núm. 3, septiembre-diciembre,
2014, pp. 1062-1081
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551017014>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Comportamento

Celebridades como ponto de ancoragem na sociedade midiatizada¹

Celebrities as a way of rooting in mediatized society

VERA R. V. FRANÇA

Pós-Doutora em Sociologia pelo Centre d'Etudes des Mouvements Sociaux da Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais. Professora Titular no Departamento de Comunicação Social da UFMG. Pesquisadora do GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade). <veravfranca@yahoo.com.br>

PAULA GUIMARÃES SIMÕES

Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais. Professora Adjunta no Departamento de Comunicação Social da UFMG. Pesquisadora do GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade). <paulaguimaraessimes@yahoo.com.br>

RESUMO

O objetivo deste texto é discutir o papel das celebridades na sociedade midiatizada contemporânea, marcada pela fragmentação da experiência. Para tanto, retomamos a noção de experiência de Walter Benjamin e sua reflexão acerca dos choques vivenciados pelos sujeitos, os quais os impulsionam a buscar formas de reconstrução de vínculos na vida cotidiana. O texto procura apontar algumas contradições e ambiguidades no pensamento do autor em relação a esse conceito, com o objetivo de ressaltar um aspecto central: a vivência de choques

ABSTRACT

This paper aims at discussing the role of celebrities in contemporary mediatized society, marked by the fragmentation of experience. It discusses Walter Benjamin's concept of experience and the *shocks* which propels individuals to seek forms of re-establish bonds in everyday life. The article seeks to point out some contradictions and ambiguities in Benjamin's thought related to this notion, with the aim of underline a central aspect: the experience of *shocks* which marks the contemporary individual boosts him to find

que marca o indivíduo contemporâneo o impulsiona a buscar diferentes espaços de constituição de vínculos e enraizamentos em sua experiência cotidiana. É entendendo a experiência nesse sentido que buscamos evidenciar o seu papel na edificação das celebridades na contemporaneidade.

PALAVRAS-CHAVE: Celebridades. Experiência. Walter Benjamin.

different spaces to establish bonds and ways of rooting in his daily life. Based on this idea, we seek to highlight the role of experience in the constitution of celebrities in contemporary society.

KEYWORDS: Celebrities. Experience. Walter Benjamin.

O objetivo deste artigo é refletir sobre o papel das celebridades no contexto da experiência fragmentada da sociedade contemporânea, atravessada pelo processo de midiatização. Partimos do pressuposto de que as biografias dos ídolos que alcançam grande repercussão e visibilidade são aquelas que, de alguma forma, tocam e afetam a experiência dos sujeitos na vida cotidiana; indicamos também que o papel dessas figuras de referência é particularmente significativo – e funcionam como pontos de ancoragem – no quadro das vivências imediatas e fugazes da modernidade.

Discutimos, inicialmente, a emergência das celebridades na contemporaneidade, levando em conta tanto a existência dos ídolos nas diferentes culturas (desde sempre) como sua configuração na sociedade midiatizada. Apresentamos, em seguida, a noção de midiatização e o modo como esse processo interfere na constituição das celebridades. A partir disso, evidenciamos algumas contribuições que a noção de carisma pode trazer para compreender as pessoas célebres. Por fim, procuramos evidenciar que a configuração de celebridades deve estar em sintonia com a experiência vivida pelos sujeitos.

A contribuição de Walter Benjamin nos parece essencial na compreensão da noção de experiência. Assim, o texto procura apontar algumas contradições e ambiguidades no pensamento do autor em relação a esse conceito, com o objetivo de ressaltar

um aspecto central: a vivência de *choques* que marca o indivíduo contemporâneo o impulsiona a buscar diferentes espaços de constituição de vínculos e enraizamentos em sua experiência cotidiana. É entendendo a experiência nesse sentido que buscamos evidenciar o seu papel na edificação das celebridades na contemporaneidade.

Celebridades na era da midiatização

O processo de construção das celebridades não é um fenômeno recente. Desde a Antiguidade, membros das elites políticas e religiosas buscam conquistar e manter uma distinção em relação aos outros. De acordo com Braudy (1986, p. 32), “no século XVII a busca pela fama estava claramente se tornando democratizada. Mais e mais pessoas ocupavam a arena pública”². É importante destacar esse contexto que marca a configuração das celebridades nas sociedades modernas, a fim de compreender as transformações que marcam tal processo no cenário contemporâneo marcado pela midiatização.

Segundo Rojek (2008, p. 15), três grandes processos históricos associados devem ser lembrados no despontar da celebridade como preocupação pública: a democratização da sociedade; o declínio da religião organizada; a transformação do cotidiano em mercadoria. Para o pesquisador,

“

o declínio da sociedade cortesã dos séculos XVII e XVIII implicou a transferência de capital cultural para homens e mulheres que venciam pelo próprio esforço. Com o desenvolvimento da sociedade moderna, as celebridades preencheram a ausência gerada pela decadência da crença popular no direito divino dos reis, e a morte de Deus.”

(Rojek, 2008, p. 15-16).

Além disso, o sociólogo aponta que o desenvolvimento do capitalismo acabou por transformar o rosto público de uma celebridade em bem de consumo. Na visão de Rojek, “celebidades humanizam o processo de consumo de mercadorias. A cultura da celebridade tem aflorado como um mecanismo central na estruturação do mercado de sentimentos humanos” (Rojek, 2008, p. 17). Pode-se destacar, ainda, a emergência do individualismo moderno como um fator impulsionador para o despontar das celebridades. Afinal, a valorização da expressão e da autenticidade individuais pode ser destacada como fator importante na constituição das mesmas.

Rojek (2008) registra ainda a existência de distintas origens do caminho da fama, e sugere três status de celebridade: conferida; adquirida; atribuída. Para esse autor, a primeira tem relação com linhagem, com o parentesco numa linha de nobreza; a segunda deriva de realizações e qualidades do indivíduo; a última tem a ver com visibilidade, com uma valorização atribuída por intermediários (frequentemente, a mídia).

Essa categorização é interessante, ao mostrar que o processo de celebrização provém de fontes distintas. Mas é preciso ressaltar que esses status são móveis e podem se cruzar na trajetória de um sujeito: um indivíduo cuja celebridade é decorrente de sua linha de descendência biológica (o filho de um rei) pode conquistar reconhecimento público também pelo desenvolvimento de habilidades em determinada área de atuação (seu desempenho militar no curso de uma guerra, por exemplo). Assim, aproveitando e adaptando essa tipologia, temos evidenciado, nos trabalhos desenvolvidos em nosso grupo de pesquisa³, que o surgimento das celebridades na cena pública contemporânea está relacionado com, pelo menos, uma das seguintes condições: ocupação de posição de prestígio ou proximidade com essa posição (ocupar um cargo de destaque, ser seu parente ou alguém muito ligado); possuir atributos ou primar por um desempenho exemplar em alguma atividade; estar inserido em um acontecimento significativo.

De qualquer forma, independente do status que caracteriza as celebridades, é inegável que seu processo de constituição foi transformado pelo desenvolvimento dos *media*. “O estado de ser amplamente conhecido era muito diferente antes do século XX e do desenvolvimento dos meios de comunicação de circulação massiva”, aponta Smart (2005, p. 7)⁴. A emergência do rádio e da TV, segundo o pesquisador, teve um impacto profundo na aquisição e na atribuição da fama. Se, antes, esta era associada a grandes feitos, agora, ela pode ser conquistada de outras formas: “a fama ainda pode residir na grandeza de ação ou realização, mas ela também se tornou um produto ou uma criação da representação midiática” (Smart, 2005, p. 6)⁵.

Tal papel da mídia na construção da fama é intensificado por seu interesse crescente na biografia de certos sujeitos, evidenciando a circularidade que marca a constituição das celebridades. Conforme Pena,

“cada momento da biografia de um indivíduo é superdimensionado, transformado em capítulo e consumido como um filme. Mas a valorização do biográfico é diretamente proporcional à capacidade desse indivíduo em roubar a cena, ou seja, em tornar-se uma celebridade. Aliás, as celebridades tornaram-se o pólo de identificação do consumidor-ator-spectador do espetáculo contemporâneo. São elas que catalisam a atenção e preenchem o imaginário coletivo.”

(Pena, 2002, p. 148)

Dessa forma, as experiências vividas dos sujeitos suscitam a atenção dos meios de comunicação, os quais se apropriam daquelas na constituição de narrativas biográficas a serem publicizadas nos dispositivos midiáticos. Tais narrativas convocam

os espectadores a se identificarem com as celebridades que movem a construção dessas intrigas e é nessa interlocução entre os discursos midiáticos e o público que as celebridades se constituem. Com isso, atentamos sim para a importância da mídia nesse processo, mas ressalvando sempre que ela, sozinha, não responde pela edificação das celebridades na contemporaneidade.

Vale destacar, contudo, que essa presença marcante da mídia na vida social vem alterando não apenas esse processo de constituição de celebridades, mas o próprio modo como a sociedade se constrói. Os meios possibilitaram novos tipos de interação e vêm configurando um processo de midiatisação da sociedade. Esse pode ser entendido como uma dinâmica em curso na contemporaneidade, na qual os processos midiáticos se tornam “o processo interacional de referência” (Braga, 2007). Isso significa que a mídia passa a dar o tom aos processos subsumidos – que funcionam ou passam a funcionar segundo suas lógicas, segundo Braga (2007).

Sucedendo e complementando processos interacionais anteriores (como a oralidade e a escrita), a midiatisação passa a funcionar como princípio organizador da sociedade. Essa organização se realiza, conforme Braga, a partir de um conjunto de características, como uma maior abrangência e disponibilidade de registros e a ampliação dos processos de comunicação diferidos e difusos, que instauraram uma complexa interacionalidade social (Braga, 2007). Segundo ele, a midiatisação deve ser pensada como um processo em curso na sociedade hodierna, que ainda apresenta desafios e lacunas.

Essa visão da sociedade midiatisada também é discutida por Fausto Neto (2008). Para o pesquisador, assistimos hoje à processualidade da sociedade dos meios para a sociedade da midiatisação. Isso significa que “as mídias perdem este lugar de auxiliaridade e passam a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e atores

sociais” (Neto, 2008, p. 93). A partir disso, ele discute o que chama de uma “analítica da midiatisação”, a fim de refletir sobre as transformações nas práticas discursivas midiáticas. Segundo Fausto Neto (2008), o modelo de enunciação das realidades construído pelas mídias edifica um ato analítico, que é centrado em suas próprias operações, como possibilidade de produzir inteligibilidade sobre o real.

Dessa forma, os diferentes tipos de celebridades são constituídos na sociedade midiatisada e povoam o cenário de visibilidade ampliada da mídia. É fundamental destacar, uma vez mais, que a mídia não é o único fator determinante na edificação de celebridades. Estas se constituem a partir de complexas relações entre as próprias celebridades, os dispositivos midiáticos e o contexto social em que estão inseridos. É nessas relações entre mídia, contexto e indivíduos que o estatuto célebre de alguns sujeitos se configura. Nesse processo, um elemento desempenha um papel central e merece ser aqui discutido: o carisma.

O papel do carisma

O conceito de carisma pode ser muito enriquecedor para a análise das celebridades. Na reflexão de Max Weber, o carisma é definido como um conjunto de “dons específicos do corpo e do espírito, dons esses considerados como sobrenaturais, não acessíveis a todos” (Weber, 1982, p. 171). O autor chama atenção mais para a dimensão individual do carisma, na medida em que ressalta a determinação interna que o caracteriza. Para o sociólogo, “o líder carismático ganha e mantém a autoridade exclusivamente provando sua força de vida” (Weber, 1982, p. 174). Ao afirmar que é destino do carisma (ao chegar às instituições permanentes de uma comunidade) ceder lugar “aos poderes da tradição ou da socialização racional”, Weber destaca que tal desaparecimento “indica, geralmente, a decrescente importância da ação individual” (Weber, 1982, p. 177). Em sua apropriação que faz do conceito weberiano, Geertz destaca que tal conceito

não é explícito com relação àquilo que ele nomeia – se um fenômeno cultural ou um fenômeno psicológico:

“

Como o carisma ora é definido como 'uma certa qualidade' que destaca um indivíduo, colocando-o em uma relação privilegiada com as origens do ser, e ora considerado um poder hipnótico que 'certas personalidades' parecem possuir e que lhes torna capazes de provocar paixões e dominar mentes, não é possível saber ao certo se ele é um status, um estímulo ou uma fusão ambígua dos dois.'

(Geertz, 1997, p. 182)

Para Geertz, muitos estudiosos da sociologia clássica tendem a considerar apenas a dimensão psicológica do carisma, o que, segundo o autor, não corresponde à complexidade do conceito formulada por Weber. Dessa forma, Geertz procura chamar mais a atenção para a dimensão social e cultural do carisma, destacando que “o carismático não é necessariamente dono de algum atrativo especialmente popular, nem de alguma loucura inventiva; mas está bem próximo ao centro das coisas” (Geertz, 1997, p. 184). Ele enfatiza, assim, a dimensão de poder que atravessa o carisma, constituído na relação entre os indivíduos e as esferas de poder em um contexto sócio-cultural.

É justamente para esse diálogo entre as dimensões individual e coletiva do carisma que se volta Marshall (2006), em sua análise sobre as celebridades nos campos político e do entretenimento. A proposta do autor é apreender as relações entre celebridade e poder, entendendo o poder daquela como “sua capacidade de alojar concepções de individualidade e, simultaneamente, de personificar ou ajudar a personificar

‘configurações coletivas’ do mundo social. Na cultura popular, essas configurações coletivas são chamadas de *audiências*” (Marshall, 2006, p. xi-xii, grifo do autor)⁶.

Marsahll (2006) parte de uma revisão de estudos sobre o modo como o poder dos indivíduos foi pensado em termos de liderança e notoriedade, incluindo, além das contribuições de Weber sobre o carisma, os trabalhos de Freud sobre o papel dos seguidores na constituição de um líder. Marshall procura apontar que a articulação dessas abordagens permite pensar o poder das celebridades a partir de um ponto de vista tanto individual como coletivo.

O autor desenvolve análises empíricas de três celebridades em diferentes indústrias de entretenimento: Tom Cruise (filme), Oprah Winfrey (televisão) e *New Kids on the Block* (música popular). Essas análises são desenvolvidas a fim de revelar os modos como essas celebridades “personificam tipos particulares de ‘subjetividade das audiências’ e assim alojam a formação do poder afetivo na cultura contemporânea” (Marshall, 2006, p. xiii)⁷. Além de analisar essas celebridades no campo do entretenimento, Marshall procura compreender como o sistema de celebridade informa a construção da cultura política. Para o pesquisador, as fronteiras entre a cultura popular e a cultura política foram diluídas, no processo de organização do espetáculo da política na contemporaneidade.

Compartilhamos da visão de Marshall, segundo a qual é preciso pensar nas dimensões tanto individual como coletiva da constituição das celebridades. Acreditamos que essas não se configuram apenas a partir do porte de dons internos especiais. Como apontam Bonner e seus colaboradores, a “celebridade não existe como uma propriedade de indivíduos específicos; mais do que isso, ela é constituída discursivamente através do modo como os indivíduos são representados” (Bonner et al., 1999, p. 56)⁸. Esse status tampouco é derivado de uma exclusiva atribuição de algo externo (proveniente do contexto).

Assim, é na estreita relação entre os indivíduos e os contextos que se configuram as celebridades. As histórias dos ídolos que se sobressaem no cenário sócio-midiático são justamente aquelas que afetam a experiência dos sujeitos na vida cotidiana. É nesse sentido que a noção de experiência é essencial para compreender a construção das celebridades na contemporaneidade – e é para esse conceito que nos voltaremos na próxima seção.

Choque, experiência e configuração das celebridades

O conceito de experiência é central no pensamento de Walter Benjamin. Em um texto de 1918 (*Programa da Filosofia Vindoura*), o autor aponta a necessidade de desenvolver um conceito superior de experiência: “Um conceito de ‘experiência’ capaz de corresponder às necessidades humanas de uma ‘existência plena de sentido’” (Konder, 1999, p. 26, grifo do autor). O mesmo conceito será abordado em outros ensaios, escritos na década de 1930, apresentando nuances que destacamos aqui.

O ensaio *Experiência e Pobreza* (1994) é iniciado com a parábola de um velho que, no momento de sua morte, transmite aos filhos uma experiência: a de que a felicidade está no trabalho e não no dinheiro. Benjamin destaca o significado dessas experiências transmitidas aos jovens, com a autoridade e a loquacidade da velhice, através de provérbios e histórias. Entretanto, o autor atenta para o modo como as gerações das primeiras décadas do século XX estavam se tornando “mais pobres em experiências comunicáveis” (Benjamin, 1994, p. 115), levando o autor a se questionar: “Qual o valor de todo o nosso patrimônio cultural, se a experiência não mais o vincula a nós?” (Benjamin, 1994, p. 115). Frente à terrível experiência da Primeira Guerra, à fome, à inflação e à técnica, uma nova forma de miséria coletiva estaria surgindo, sobrepondo-se ao homem. “Sim, é preferível confessar que essa pobreza de experiência não é mais privada, mas de toda a humanidade. Surge assim uma nova barbárie” (Benjamin, 1994, p. 115).

Ainda que constate a existência de uma nova barbárie que estaria trazendo a pobreza da experiência humana, Benjamin não aponta um caminho de desesperança, sem volta. Ao contrário, o autor quer introduzir “um conceito novo e positivo de barbárie”, apontando a possibilidade de reconstrução da experiência:

“

Pois o que resulta para o bárbaro dessa pobreza de experiência? Ela o impele a partir para a frente, a começar de novo, a contentar-se com pouco, a construir com pouco, sem olhar nem para a direita nem para a esquerda. Entre os grandes criadores sempre existiram homens implacáveis que operaram a partir de uma tábula rasa. Queriam uma prancheta: foram construtores.

(Benjamin, 1994, p. 116, grifos nossos)

Essa ambivalência no tratamento da experiência é marca no pensamento benjaminiano. Ao mesmo tempo em que fala desse “começar de novo” a partir da pobreza da experiência, o autor afirma que não devemos imaginar que os sujeitos anseiem por novas experiências, mas sim por libertar-se de toda experiência (Benjamin, 1994, p. 118).

Essa tematização da pobreza da experiência também aparece em *O narrador* (1994). Nesse ensaio, Benjamin associa o declínio da arte de narrar com a redução da capacidade de compartilhar experiências. Na visão do autor, a fonte para a constituição das narrativas era a experiência que passava de pessoa para pessoa; o narrador valia-se de sua sabedoria para tecer os conselhos na substância viva da existência. Entretanto, com o advento do romance e, posteriormente, com o desenvolvimento da imprensa, os quais constroem leituras solitárias, realizadas por indivíduos isolados, a arte de narrar

teria entrado em extinção. Como aponta Gagnebin (1994, p. 11), “o depauperamento da arte de contar parte, portanto, do declínio de uma tradição e de uma memória comuns, que garantiam a existência de uma experiência coletiva, ligada a um trabalho e um tempo partilhados, em um mesmo universo de prática e de linguagem”.

A associação entre experiência e constituição da memória também aparece em *Sobre alguns temas em Baudelaire* (1989). Nesse ensaio, Benjamin reitera uma atrofia da experiência, em virtude da substituição da antiga forma de narrar pela informação, e desta pela sensação. Segundo o autor, a narração não tem a pretensão de apenas transmitir um acontecimento, como faz a informação. Ela “integra-o à vida do narrador, para passá-lo aos ouvintes como experiência. Nela ficam impressas as marcas do narrador como os vestígios das mãos do oleiro no vaso da argila” (Benjamin, 1989, p. 107). Entretanto, ele contrapõe a experiência (*Erfahrung*) a uma outra forma de conhecimento, que se dá através da vivência (*Erlebnis*). Como explica Konder (1999, p. 83),

“*Erfahrung* é o conhecimento obtido através de uma experiência que se acumula, que se prolonga, que se desdobra, como numa viagem [...]; o sujeito integrado numa comunidade dispõe de critérios que lhe permitem ir sedimentando as coisas com o tempo. *‘Erlebnis’* é a vivência do indivíduo privado, isolado, é a impressão forte, que precisa ser assimilada às pressas, que produz efeitos imediatos.”

Para Benjamin (1989), a experiência está ligada a dados acumulados, frequentemente inconscientes, que constroem a memória – a *memória involuntária* de que fala Proust (1981). “Onde há experiência no sentido estrito do termo, entram em conjunção, na

memória, certos conteúdos do passado individual com outros do passado coletivo” (Benjamin, 1989, p. 107). Já a vivência é resultado dos contatos rápidos propiciados pelo ritmo da vida moderna; fragmentos que, pela sua dinâmica passageira, não se articulam com a experiência anterior, e são vividos no presente. A eles Benjamin (1989) deu o nome de *choques* (conceito apropriado de Freud e com algum parentesco com a ideia de trauma): vivências rápidas, choques aparados pelo consciente, de modo imediato, e incorporados ao acervo das lembranças conscientes (à *memória voluntária*).

“

Para Benjamin, a irrupção da modernidade surgiu nesse afastamento da experiência concebida como uma acumulação contínua em direção a uma experiência dos choques momentâneos que bombardearam e fragmentaram a experiência subjetiva como granadas de mão. [...] Experimentar os choques era experimentar o instante. [...] O choque empurrava o sujeito moderno para o reconhecimento tangível da presença do presente. Na presença imediata do instante, o que podemos fazer – a única coisa que podemos fazer – é senti-lo.”

(Charney, 2004, p. 323-324, grifos nossos)

Essa vivência dos choques é característica da existência das massas na modernidade. Benjamin retoma da poesia de Baudelaire essa imagem do “homem que mergulha na multidão como em um tanque de energia elétrica” (Benjamin, 1989, p. 125). Para o poeta, esse homem é “um caleidoscópio dotado de consciência”. Conforme Oliveira (2007, p. 1-2),

“o choque é apresentado como uma vivência corriqueira da rua moderna, não apenas pelos acotovelamentos e esbarrões, mas sim e muito mais pelas constantes e bruscas interrupções que fragmentam a percepção. Os olhares constantemente lançados em todas as direções pelo transeunte atendem predominantemente a funções de segurança, buscam proteger a integridade da consciência do excesso de estímulos provocados pelo entrecruzamento de tantas relações e significados, impressos nas coisas e na multidão.”

Essa vivência de choques acontece, assim, na vida concreta dos sujeitos, nas diferentes formas como eles experimentam o mundo e constroem sua relação com ele. Tal vivência também caracteriza, segundo Benjamin, a relação entre o espectador e o cinema, a partir da sucessão de fragmentos que caracteriza a montagem cinematográfica. Em seu conhecido ensaio *A obra de arte na era de sua reproduzibilidade técnica*, o autor chama a atenção para as mudanças de percepção trazidas pelas novas técnicas, as quais transformaram as relações entre os sujeitos e entre esses e o mundo. Nesse ensaio, Benjamin fala da vivência do choque promovida pelo cinema, comparando-a à do transeunte na multidão.

“O cinema é a forma de arte correspondente aos perigos existenciais mais intensos com os quais se confronta o homem contemporâneo. Ele corresponde a metamorfoses profundas do aparelho perceptivo, como as que experimenta o passante, numa escala individual, quando enfrenta o tráfico, e como as experimenta, numa escala histórica, todo aquele que combate a ordem social vigente.”

(Benjamin, 1994, p. 192)

Ao comentar o choque benjaminiano, Vattimo (1992) ressalta o modo como a vivência dele promove um desenraizamento, um estranhamento, “que exige um trabalho de recomposição e de readaptação” (Vattimo, 1992, p. 57). Seguindo as indicações de Benjamin – e também de Heidegger –, Vattimo evidencia, assim, dois aspectos fundamentais do choque, que dizem respeito 1) à mobilidade e à hipersensibilidade dos nervos e da inteligência, característica do homem metropolitano; e 2) ao desenraizamento e à oscilação, “que têm a ver com a angústia e a experiência da mortalidade” (Vattimo, 1992, p. 64).

Partindo dessa visão sobre o choque, Vattimo procura apontar algumas implicações do desenvolvimento dos *mass media* na vida social. Contra a ideia de massificação niveladora e alienação, em que acreditou durante muito tempo a sociologia crítica, o autor propõe pensar uma possibilidade alternativa: se o advento dos *media* trouxe mobilidade e superficialidade da experiência, há um enfraquecimento da própria noção de realidade e de toda a coação. Além disso, destaca Vattimo, a sociedade do espetáculo

“

não é apenas a sociedade das aparências manipuladas pelo poder; é também a sociedade em que a realidade se apresenta com características mais brandas e fluidas, e em que a experiência pode adquirir os aspectos da oscilação, do desenraizamento, do jogo.”

(Vattimo, 1992, p. 65, grifos nossos)

Assim, mais do que marcar uma separação entre *experiência* e *vivência*, como faz Benjamin (1989), é preciso pensar no modo como esse jogo de significados fluidos,

que promovem choques nos sujeitos, acarreta uma outra forma de experiência, mais desenraizada, justaposta, carente de pontos de referência. Apropriando-se das reflexões realizadas por aquele filósofo, é possível pensar sobre os fragmentos simbólicos disponibilizados pelos *media* e a maneira como eles propiciam esse outro tipo de experiência.

Na sociedade midiatizada em que vivemos, somos bombardeados por uma profusão de imagens e informações, as quais, em muitos momentos, nos fazem experenciar choques: elas promovem oscilação, mobilidade e hipersensibilidade do indivíduo contemporâneo. Sentindo-se desenraizado, o sujeito busca, ao mesmo tempo, e no mesmo material simbólico construído e/ou disponibilizado pelos *media*, novas formas de aglutinar. Ele procura “proteger a integridade de sua consciência do excesso de estímulos provocados pelo entrecruzamento de tantas relações e significados” (Oliveira, 2007, p. 1-2). Os fragmentos midiáticos que são capazes de captar de forma mais intensa o olhar do espectador são aqueles que, de alguma maneira, afetam a sua vida concreta; afetam sua percepção do mundo; suas identificações e reconhecimentos; o quadro de valores que baliza suas diferentes relações com o mundo e com os outros.

Nesse cenário de desenraizamento e oscilação, as narrativas biográficas das celebridades construídas na mídia emergem como um modo de reenraizar os sujeitos; de ampará-los; de reestabelecer vínculos abalados pelas experiências de *choque* na sociedade midiatizada. A partir das identificações e reconhecimentos que suscitam, assim como dos valores que encarnam, as celebridades podem ser vistas como alguns desses estilhaços simbólicos capazes de sensibilizar os sujeitos contemporâneos no jogo que configura a experiência na era da midiatização. Como destacamos anteriormente, as celebridades se tornaram um importante polo de identificação do espectador na sociedade contemporânea. “São elas que catalisam a atenção e preenchem o imaginário coletivo” (Pena, 2002, p. 148).

Destaca-se, assim, tanto a dimensão individual das celebridades (capazes de interpelar a sociedade a partir de determinados atributos) como a dimensão coletiva e social das mesmas: é a partir da sintonia com o quadro de valores em certo momento que as celebridades conseguem, de alguma forma, construir vínculos com os sujeitos na vida social. Pode-se perceber, a partir disso, a natureza individual e social do carisma, evidenciada acima.

Dessa forma, a identificação com as celebridades pode conceder um lugar de acolhimento aos indivíduos nesse cenário móvel, marcado pela fragmentação. Ao se projetarem na trajetória de vida célebres e se posicionarem em relação a elas, os sujeitos manifestam o desejo de endossar certos valores que consideram importantes em sua própria vida, ao mesmo tempo em que podem rejeitar outros.

Considerações finais

Na sociedade midiatizada, os *media* são um espaço central de emergência de uma gigantesca profusão de fragmentos simbólicos, os quais podem desestabilizar e desenraizar os indivíduos – como os transeuntes na multidão das grandes metrópoles, na discussão de Benjamin. Ao mesmo tempo, porém, é preciso que os indivíduos, de alguma forma, busquem espaços de encontro, estratégias de aglutinação. Esse movimento é feito a partir de identificações, reconhecimentos e partilhamento de valores comuns.

Assim, as celebridades emergem como polos de identificação dos sujeitos, na medida em que reúnem valores que se oferecem como *pontos de ancoragem* a indivíduos, muitas vezes, desenraizados e hipersensíveis. Em meio aos estilhaços simbólicos que povoam a sociedade contemporânea, as celebridades se configuraram como aglutinadoras de anseios, desejos e valores que movem os indivíduos em determinado contexto. Não basta que elas sejam dotadas de atributos e dons especiais, não acessíveis aos sujeitos

comuns. É fundamental que elas concentrem expectativas e aspirações que consigam sensibilizar e afetar a experiência da sociedade em que se inscreve – o que revela a dupla natureza (individual e social) do carisma.

A partir dos valores e das expectativas que engendram, as celebridades podem ajudar os indivíduos a se protegerem, frente à profusão de choques que marca sua existência na sociedade contemporânea. Ao se identificarem com as pessoas célebres e se posicionarem em relação a seus comportamentos, os sujeitos exibem valores que orientam sua própria conduta na vida cotidiana. Dessa forma, as celebridades se constituem como um referencial para os indivíduos, assim como estes se configuram como essenciais para a solidificação da imagem pública daquelas, em uma constante interlocução que marca a experiência na era da midiatisação. ●

REFERÊNCIAS

- ANDALÉCIO, M.L. *Em busca da fama: performances e representações no programa Ídolos*. 2010, 126f, Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.
- BRAGA, José Luiz. Mediatisação como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, Ana Silvia L. D.; ARAUJO, Denise C.; BRUNO, Fernanda (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167.
- BENJAMIN, Walter. *Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- _____. Experiência e Pobreza. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 114-119.
- _____. O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 197-221.
- _____. A obra de arte na era de sua reproduzibilidade técnica. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 165-196.
- BONNER, F. et al. Celebrity and the media. *Australian Journal of Communication*, v. 26, n. 1, p. 55-70, 1999.

- BRAUDY, Leo. *The frenzy of renown: fame and its history*. New York: Oxford University Press, 1986 *apud*
GAMSON, Joshua. *Claims to fame: celebrity in Contemporary America*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1994.
- CHARNEY, Leo. Num instante: o cinema e a filosofia. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa (Org.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. *MATRIZes*, São Paulo, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.
- GAGNEBIN, Jeanne Marie. Prefácio: Walter Benjamin ou a história aberta. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 7-19.
- GEERTZ, Clifford. Centros, reis e carisma: reflexões sobre o simbolismo do poder. In: _____. *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- GAMSON, J. *Claims to fame: celebrity in Contemporary America*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1994.
- KONDER, Leandro. *Walter Benjamin: o marxismo da melancolia*. 3. ed. Rio de Janeiro: civilização Brasileira: 1999.
- MARSHALL, P. David. *Celebrity and power: fame in contemporary culture*. 5. ed. Minneapolis, London: University of MinnesotaPress, 2006.
- OLIVEIRA, Bernardo Barros Coelho de. Baudelaire, Benjamin e a arquitetura das flores do mal. *Alea: Estudos Neolatinos*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 1-11, 2007.
- PENA, F. Celebridades e heróis no espetáculo da mídia. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. XXV, n. 1, p. 146-157, jan.-jun. 2002.
- PROUST, Marcel. *Em busca do tempo perdido – No caminho de Swann*. Rio de Janeiro; Porto Alegre: Globo, 1981. v. 1.
- ROJEK, C. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- SMART, B. *Modern Sport and the Cultural Economy of Sporting Celebrity*. New Delhi: SAGE, 2005.
- VATTIMO, Gianni. A arte da oscilação. In: _____. *A sociedade transparente*. Lisboa: Relógio D'Água, 1992. p. 51-66.
- WEBER, Max. *Ensaios de Sociologia*. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

NOTAS

- ¹ Agradecemos o apoio do CNPq, da FAPEMIG e da PRPQ/UFMG.
- ² Do original: "By the seventeenth century the pursuit of fame was clearly becoming democratized. More and more people occupied the public stage".
- ³ Veja-se, a propósito, a dissertação de Andalécio (2010).
- ⁴ Do original: "The state of being widely known was very different before the twentieth century and the development of mass circulation means of communication".
- ⁵ Do original: "Fame may still reside in greatness of deed or achievement, but it has also become a product or creation of media representation"
- ⁶ Do original: "its capacity to house conceptions of individuality and simultaneously to embody or help embody 'collective configurations' of the social world. In popular culture, these collective configurations are called *audiences*".
- ⁷ Do original: "[they] embody particular kinds of 'audience-subjectivity' and thus house the formation of affective power in contemporary culture".
- ⁸ Do original: "celebrity does not exist as a property of specific individuals; rather, it is constituted discursively by the way in which individuals are represented".

Recebido em: 16 jan. 2014

Aceito em: 24 set. 2014

Endereço das autoras:

Paula Guimarães Simões <paulaguimaraessimoes@yahoo.com.br>
Vera R. V. França <veravfranca@yahoo.com.br>
Universidade Federal de Minas Gerais
Av. Presidente Antônio Carlos, 6627 – Pampulha
31270-901 Belo Horizonte, MG, Brasil