

Adriane de Paula MAJCZAK  
Universidade Tuiuti do Paraná – Brasil

**Imagem e visibilidade em  
um espetáculo *nonstop*:  
o show do eu**

Imaje y visibilidad em  
Um espetáculo *nonstop*:  
el show del yo

Image and visibility at a nonstop  
entertainment: the show of me

Resenha de:  
SIBILIA, Paula.

**O Show do EU** – A intimidade como  
espetáculo.

Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, 288 p.  
ISBN: 9788520921296

Recebida em: 01 nov. 2010  
Aceita em: 15 jun. 2011

Artista visual e mestranda em Comunicação e  
Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná.  
Contato: adriane@yahoo.com

## Introdução

A sociedade em que vivemos não nos concede uma vida cuja realidade poderia ser definida como simples ou estável. O entorno no qual construímos relações e norteamos nossa sobrevivência por meio de um trabalho ou subsistência está, atualmente, redefinido como um palco, onde luzes e câmeras são operadas por todos, ao mesmo tempo. A partir de tal palco se espera dirigir uma espécie de espetáculo: atuar, ser visto. Para Neal Gabler<sup>1</sup>, hoje se vive em uma espécie de pós-realidade, onde a vida apresenta-se em episódios reais que despertam avidamente o interesse das pessoas. A realidade e ficção tornaram-se conceitos cada vez mais difíceis de separar. Esta é, enfim, uma *sociedade do espetáculo*, conforme definida por Guy Debord<sup>2</sup> em sua emblemática obra assim intitulada. Para o autor, o espetáculo é a *sociedade* em si, bem como as relações sociais, que a permeiam, midiaticizadas por imagens; ainda, um instrumento de unificação e o atual modelo da vida dominante<sup>3</sup>, no qual, aliás, nos tempos atuais, tudo parece estar elevado à máxima potência de intensidade e rapidez.

Apresentamo-nos nas redes sociais de amigos e não-amigos, expostos na forma de *avatars* que somente refletem o que permitimos como verdade. Na obra *O Show do Eu*, Paula Sibilia teoriza sobre aquilo que pode ser percebido como uma autoconstrução contínua por meio da exposição de nossas verdades. Nessa perspectiva, o trabalho resenhado se concentrará nos fenômenos das redes sociais, seu apelo e seu efeito sobre a construção do eu, do indivíduo dos tempos de hoje conforme o pensamento de Sibilia.

## Do avesso para fora – *Inside Out*

Valores relacionados ao não visível estão desvalorizados em comparação com o apelo magnético da imagem e da visibilidade como um fim. Contudo, nem sempre foi assim. Nossa civilização passou por um momento em que a subjetividade era muito preciosa para ser dividida. Deveria ser cultivada e florescida com cuidado, em solidão. Com a expansão desta subjetividade permitida, o interior passou por um delicado momento de escrutínio e excessiva significância. Sofrer pelo que se é e durante o

<sup>1</sup> GABLER, Neal. **Vida, o filme**. Como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999, p.17.

<sup>2</sup> DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p.13-16.

<sup>3</sup> *Id.*, p. 13-15.

processo de conhecer-se e de ater-se a analisar a sociedade que cerca o indivíduo de então, traz, certamente, enriquecimento interior.

### **O Show do Eu – o Eu como Produto e Protagonista**

Os meios virtuais que são a sede das redes sociais como o *Orkut*, *Hi5*, *LinkedIn* e o *Facebook*, tornaram possível a um grande número de pessoas manipular informações e se reinventar, ou melhor, redefinir a si mesmo quase que instantaneamente. E qualquer dado inserido nestas páginas poderia ser considerado verdade – ou não.

Em prosseguimento, o falso *perfume* de grande necessidade que uma dada mercadoria nos inspira, evoca, e utiliza, a justificativa de que a vida é pontuada pelo lucro ou extrema bem-aventurança quando deste consumo – sendo esta a mercadoria de que se fala – o consumo é o do próprio eu e da sensação de se estar sendo apreciado.

Quando isso acontece, nos inserimos em nossa rede de relações virtuais. Podemos tentar ser quem almejamos ao nos edificarmos como perfil, aparências, preferências e atitude – o que remete, invariavelmente, ao olhar do outro. Deste modo, a construção da imagem do indivíduo ganha uma importância assombrosa. Como um exemplo, o significado – e o valor, por assim, dizer – adquirido pelo *avatar* usado como representante virtual do indivíduo no *Orkut*, bem como a de suas fotografias em seu álbum, agiganta-se e assume um caráter de verdade. Essa impressão de validação da imagem enquanto coisa real, ou crível, não é algo completamente verdadeiro quando promove fruição da imagem edificada em tempos do show do eu. Isso se dá, entretanto, porque o espírito ou interesse pela imagem engloba o irreal, o falso ou não-cru, em contraste com o apelo da crueza da fotografia em vídeo. Esta verdade nos levou a preferir encontrar nossos amigos *on-line*, e a compartilhar nossas vitórias, perdas ou mesmo banalidades do dia-a-dia por meio das redes virtuais que nos servem de sala de estar.

### **A Modorra Celebratória**

A autora Paula Sibilia propõe uma visão, algo pessimista deste panorama caracterizado pela perda das âncoras que nos protegiam. Isto se relaciona com a noção de identidade e de inteligibilidade que atribui ao *eu* certo *espessamento*.

A arte, bem como toda produção cultural e tribos urbanas, vem mostrando a mudança de foco pela qual a humanidade está passando – de *overexposition*<sup>4</sup> e de extrema rapidez em detrimento da atenção e do aprofundamento, o que realmente mostra um caráter superficial e de perda da identificação em meio a uma multidão de aspirantes a celebridades auto-construída. *Reality shows* proliferam e transbordam a programação televisiva e de *web*, sendo imediatamente esquecidos.

A banalidade como protagonista, comentada por André Lemos<sup>5</sup> ao citar o fenômeno de elevação da vida banal ao estado de ‘arte pura’, que acontece tipicamente nas redes sociais entristece. Entretanto, como Sibilia aponta, em meio ao absurdo de uma era em que a humanidade não pausa para refletir sobre si mesma, há uma “luz no fim do túnel”, como Albert Camus, em *O Mito de Sísifo*, aponta em uma visão um tanto crua: felicidade e absurdo são, enfim, inseparáveis<sup>6</sup>.

Estamos expostos e há um preço a se pagar por isso; há, então, uma condição única, inédita de poder, ainda que passageiro, que é advindo do privilégio de se poder usufruir da atenção de alguém. Some-se, ainda, uma noção de responsabilidade; e da melancólica conclusão de que nos tornamos mais superficiais e vendáveis. Podemos, porém, ser capazes de nos permitir a visão otimista de que, vivendo como as celebridades de agora, podemos realizar algo válido. Ao final, Sibilia surpreende ao terminar seu livro em um tom um tanto positivo, ao fechar sua argumentação com a esperança de que haja, enfim, algo mais no futuro para o homem absurdamente exposto e mutante que nos tornamos. Se a felicidade e o absurdo são, na visão de Camus, inseparáveis, quem sabe algo positivo pode frutificar após a febre por reconhecimento e a reinvenção visível de si mesmo tenham nos abandonado, sendo substituída por uma visão menos deslumbrada do que o show do eu realmente pode significar.

---

<sup>4</sup> *Overexposition* – do Inglês, em tradução livre: superexposição, além do que seria considerado normal em uma dada circunstância.

<sup>5</sup> LEMOS, André. A Arte da Vida: Diários Pessoais e Webcams na Internet. Disponível em: [http://www.faced.ufba.br/~edc708/biblioteca/blogs/A%20ARTE%20DA%20VIDA.htm#\\_ftn1](http://www.faced.ufba.br/~edc708/biblioteca/blogs/A%20ARTE%20DA%20VIDA.htm#_ftn1)

<sup>6</sup> CAMUS, Albert. *O Mito de Sísifo*, ensaio sobre o absurdo. Rio de Janeiro: Livros do Brasil, 2002, p. 121-127.