



# **Imagem deslocamento**

***Image displacement***

***Foto desplazamiento***

***Ricardo Nascimento Fabbrini***

*Professor associado livre-docente no Programa de Pós-graduação em Filosofia no Departamento de Filosofia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH-USP) e no Programa de Pós-graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo (PGEHA-USP). São Paulo, Brasil.*

O tema do dossiê de ARA 8 é o estatuto da imagem na contemporaneidade. Estamos vivendo, para certos críticos e artistas, um drama da percepção, ou seja, uma guerra das imagens: uma *agonística*, entendida como o momento decisivo (*ágon*) no qual o sentido ou o destino das imagens está sendo decidido. Mas “o que está acontecendo, afinal, com as imagens?”. É possível produzir na atualidade uma imagem que opere algum *deslocamento* em face dos clichês? O que seria uma imagem-enigma, ou de resistência, que se subtrairia à hegemonia das imagens vazias, planas; sem face oculta, ou mistério? Como produzir *uma imagem* que rompa com o horizonte do provável, interrompendo toda organização performativa e tautológica das imagens que circulam ininterruptamente nos meios de massa e na rede digital? O que é uma imagem que não seria um clichê? Onde acaba o clichê e começa a imagem pensativa, de beleza inquietante, que força sensivelmente o pensamento? Não se pode ignorar, no entanto, que as reações contra os clichês engendram, não raras vezes, outros clichês.

Frente à saturação de imagens própria a sociedade do espetáculo que nos tornou cegos, de tanto ver, é necessário, assim, uma reeducação dos sentidos que devolva à percepção sua capacidade de apreender as nuances de uma *dada* imagem. Constatando-se a necessidade de reorientação da percepção, é preciso que o observador substitua a pergunta habitual, própria do hedonismo ansioso: “o que veremos na próxima imagem?”, pela indagação morosa: “o que há para se ver *nesta* imagem que temos diante de nós?”. Porque é na percepção marcada pela demora, pelas hesitações, pela perda de tempo e pelo tempo perdido, pela paciência em desvelar o segredo de *uma imagem de exceção*, que teríamos a negação da temporalidade do consumo capitalista, com suas palavras de ordem: gozo, narcisismo, competitividade, *performance*, ou sucesso.