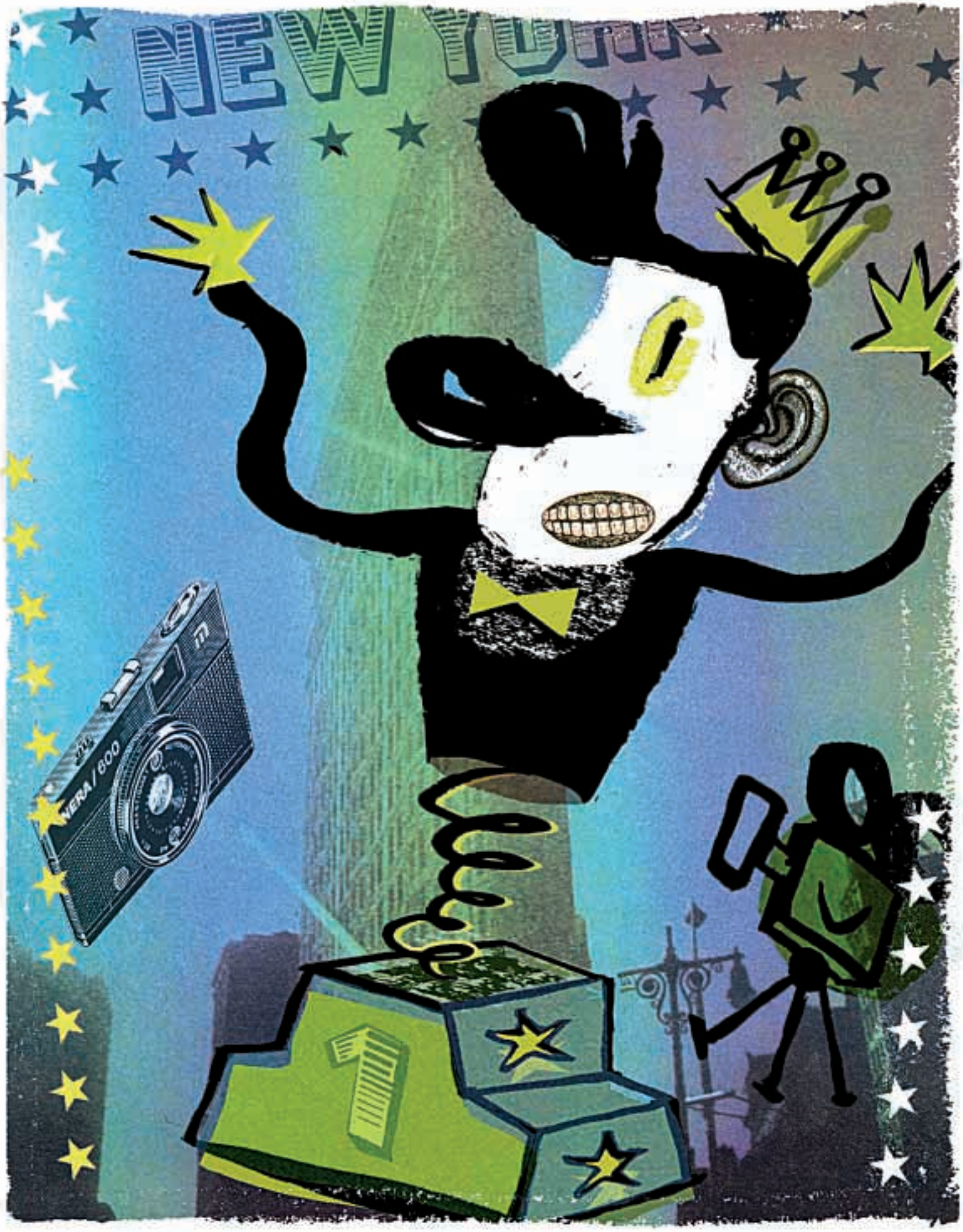
El vacío de la fama

Los quince minutos de fama warholianos son una realidad: deseable para muchos, aborrecible para otros, pero inevitablemente presente y casi ubicua en los medios de comunicación. Ser famoso significa ser visto, escrutado, cosificado. Los medios para alcanzar el fin ya no importan, sino la intensidad y duración de los flashes. Y éstos se reproducen de tal forma y tan contagiosamente que, si alguien está siendo fotografiado con intensidad, significa que *hay que* fotografiarlo. La fama como un virus aspiracional: se es famoso porque se es famoso, y el talento consiste en saber propagar y mantener el espejismo. ¿La calidad? Es directamente proporcional a la blancura de la sonrisa y a la frecuencia con que ésta brilla en las páginas de sociales. ¿El precio de la fama? Hay que pagar con la intimidad y encarnar una paradoja: el famoso se muestra profesionalmente, pero, para tener vida propia, se esconde, huye de su propia conquista. Nuestra gran tragedia consiste en no saber estar quietos en un cuarto, sí, que es lo mismo que no saber estar solos, sin el falso calor de una cámara registrando cada uno de nuestros actos. El fenómeno, además, crece velozmente, como lo demuestran otros países donde cunden la basura televisiva, la cultura rosa y la información de tabloide. Ofrecemos el análisis del vacío de la fama por parte de Gabriel Zaid y Xavier Velasco, y les deseamos lo mejor en este año que comienza. –

Ilustración / *Letras Libres*:
–MAX LUCHINI–


NEW YORK
VERA / 600