

Cinqüentenário
da morte de
Monteiro Lobato

FOL CLO RE

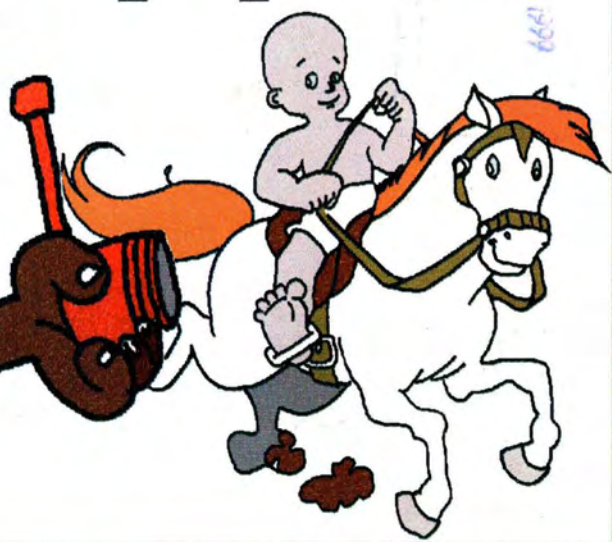
DF
LETRAS
A REVISTA CULTURAL DE BRASÍLIA

ANO V Nº 57/58
CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

CONTRATO Nº 281-0/97
ECT/CÂMARA LEGISLATIVA/DF
OP. AC/CÂMARA LEGISLATIVA



Tradição
e sabedoria
popular



91 FEB 1999

91 FEB 1999

VA
|
|
|



Para Edgar Morin, a corrente média triunfa e nivela, mistura e homogeneiza, levando Van Gogh e Jean Nohain. Favorece as estéticas médias, as poesias médias, os talentos médios, as inteligências médias e as bobagens médias. A cultura de massa é média em sua inspiração e em seu objetivo.

Literatura & mídia

□ NILTO MACIEL

Publicam-se todo ano no Brasil milhares de livros de poesia e prosa de ficção, quase sempre às custas dos próprios autores e em pequenas tiragens. A maioria desses livros não chega às livrarias, que hoje se dedicam a vender obras científicas (literatura médica, por exemplo), jurídicas, religiosas, filosóficas, infantis, ao lado de livros de auto-ajuda, política, amenidades, romances norte-americanos de segunda categoria e os clássicos da literatura universal e nacional.

O fim da editora tradicional talvez já tenha chegado. A literatura já estaria praticamente fora dos interesses dos editores e livreiros. A exceção a esta regra seriam os clássicos, que têm, como leitores, estudantes e escritores. A literatura nova (presente e futura) será editada por conta dos próprios autores ou pequenas editoras.

Para alguns escritores, as editoras não investem em literatura (daqui em diante

empregarei o termo literatura apenas para me referir à poesia e à prosa de ficção), a mídia não dá a mínima importância ao livro, não há editoras e livrarias em número suficiente para acolher todas as obras escritas etc. E aí estaria o grande problema do escritor. No entanto, críticos e jornalistas acreditam mais na incapacidade de comunicação da maioria dos escritores com o leitor, uns por serem pobres de talento e conhecimento, outros por terem muito talento e conhecimento e se isolarem na torre de marfim da poesia para poetas, do romance para romancistas etc. Muitos escreveriam para si mesmos ou para outros escritores. Seria uma literatura para iniciados, como se a literatura fosse a linguagem de uma sociedade secreta, com seus símbolos próprios. Seria a literatura fora de mercado, não-mercantil, em contraposição à sublitteratura e a uma literatura "popular", do gosto das massas.

Edgar Morin, em *Cultura de massas no*

século XX (*O espírito do tempo*), teoriza: "A corrente média triunfa e nivela, mistura e homogeneiza, levando Van Gogh e Jean Nohain. Favorece as estéticas médias, as poesias médias, os talentos médios, as inteligências médias, as bobagens médias. É que a cultura de massa é média em sua inspiração e seu objetivo, porque ela é a cultura do denominador comum entre as idades, os sexos, as classes, os povos, porque ela está ligada a seu meio natural de formação, a sociedade na qual se desenvolve sua humanidade média, de níveis de vida médios, de tipo de vida médio." E acrescenta: "Um exemplo de vulgarização ininterrupta esclarecerá esse propósito: *O vermelho e o negro* de Stendhal se torna um filme adaptado aos padrões comerciais; desse filme nasce *O vermelho e o negro*, folhetim em quadrinhos publicado num diário."

Esses escritores não-mercantis não estariam voltados para o leitor, para o outro, mas para si mesmos. Segundo Emanuel Medeiros Vieira, "escrevemos para perdurar, para vencer a poeira do tempo, para despistar a morte, para regar nossos fantasmas e obsessões, para nos comunicar". Porém como vamos os escritores nos comunicar com os leitores? Se escrevermos para nós mesmos, não haverá comunicação, e escrever será apenas catarse, psicoterapia, auto-análise.

Haveria, então, uma literatura sem mercado ou fora dele e uma literatura produzida especialmente para o mercado. Os livros produzidos para o mercado têm cotação: os mais vendidos, os *best sellers*, os que interessam diretamente às editoras, aos livreiros e à mídia. Segundo Juan Liscano, em entrevista a Floriano Martins, no livro *Escritura conquistada*: "Enquanto o *best seller*, um produto para o mercado, constitui hoje em dia a meta da literatura, a poesia situa-se no extremo contrário, representando, portanto, o não mercantil literário, o trabalho nobre artesanal, o ofício tradicional, mesclado com as funções xamânicas de expressar o humano em transe de universalização arquetipal (a tribo de que falou Mallarmé)." Não está

descartada a hipótese de uma obra literária tornar-se *best seller*. Porém isto se dará quase que por acaso ou dependendo do *merchandising* do editor. Assim, um grande romance pode em determinado tempo tornar-se o mais vendido em algum país ou em parte do mundo. Foi o caso dos *Versos satânicos*, de *O nome da rosa* e outros.

São ainda de Edgar Morin as seguintes observações: "Em certo sentido aplicam-se as palavras de Marx: 'a produção cria o consumidor... A produção produz não só um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto'.

De fato, a produção cultural cria o público de massa, o público universal. Ao mesmo tempo, porém, ela redescobre o que estava subjacente: um tronco humano comum ao público de massa.

Em outro sentido, a produção cultural é determinada pelo próprio mercado. Por esse traço, igualmente, ela se diferencia fundamentalmente das outras culturas: estas utilizam também, e cada vez mais, as *mass media* (impresso, filme, programas de rádio ou televisão), mas têm um caráter normativo: são impostas, pedagógica ou autoritariamente (na escola, no catecismo, na caserna), sob forma de injunções ou proibições. A cultura de massa, no universo capitalista,

não é imposta pelas instituições sociais, ela depende da indústria e do comércio, ela é proposta. Ela se sujeita aos tabus (da religião, do Estado etc.), mas não os cria; ela propõe modelos, mas não ordena nada. Passa sempre pela mediação do produto vendável e por isso mesmo toma emprestadas certas características do produto vendável como a de se dobrar à lei do mercado, da oferta e da procura. Sua lei fundamental é a do mercado."

Em outra página o filósofo francês acrescenta: "No entanto, se nos colocarmos do ponto de vista dos próprios mecanismos do consumo e do ponto de vista do tempo, podemos considerar que, ao longo dos anos, os temas que desabrocham ou desfalecem, evoluem ou se estabilizam no cinema, na imprensa, no rádio ou na televisão, traduzem uma certa dialética da relação produção - consumo.

Não se pode colocar a alternativa simplista: é a imprensa (ou o cinema, ou o rádio etc.) que faz o público, ou é o público que faz a imprensa?

A cultura de massa é imposta do exterior ao público (e lhe fabrica pseudo-necessidades, pseudo-interesses) ou reflete as necessidades do público? É evidente que o verdadeiro problema é o da dialética entre o sistema de produção cultural e as necessidades culturais dos consumidores. Essa dialética é muito complexa pois, por um lado, o que chamamos de público é uma resultante econômica abstrata da lei da oferta e da procura (é o "público médio ideal" do qual falei) e, por outro lado, os constrangimentos do Estado (censura) e as regras do sistema industrial capitalista pesam sobre o caráter mesmo desse diálogo.

A cultura de massa é, portanto, o produto de uma dialética produção - consumo, no centro de uma dialética global que é a da sociedade em sua totalidade."

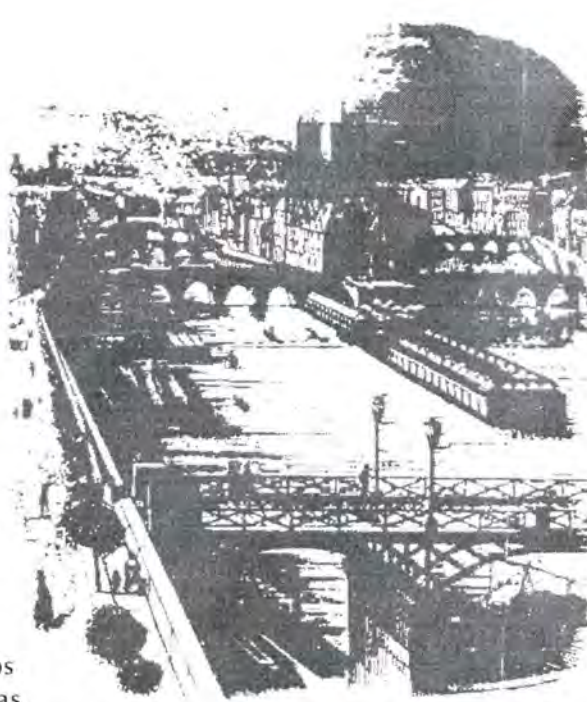
Na verdade, o grande problema do livro não está na distribuição, ao contrário do que afirmam algumas pessoas. Porque mesmo que as livrarias - que são poucas no Brasil - aceitassem os livros de todos os escritores, ou de grande parte deles - mesmo assim não estaria



garantida a comercialização dos livros editados. Não há leitor para literatura, especialmente poesia e prosa de ficção. A circulação das obras literárias é e deverá ser sempre restrita a outros escritores, estudiosos, pesquisadores, críticos, estudantes etc. Livros com distribuição garantida a todas as livrarias e bancas de revistas são aqueles livros produzidos com os ingredientes da violência, cenas de sexo, drogas etc. Os *best sellers* norte-americanos são o melhor exemplo desse tipo de "literatura".

As livrarias não aceitam livros editados por pequenas editoras, geralmente criadas por um escritor para editar os próprios livros. E quem são os escritores que têm leitores? Os melhores? E quem são os melhores? Geralmente os melhores são eleitos pelos professores de literatura e pelos críticos. Os primeiros, talvez por falta de tempo, já chegam às cátedras das Faculdades de Letras com os mesmos nomes de sempre, os escritores que leram e estudaram: Fernando Pessoa, Machado de Assis, Graciliano Ramos, Guimarães Rosa, Carlos Drummond, Manuel Bandeira e poucos outros. Mesmo grandes poetas e prosadores são esquecidos, como Jorge de Lima. Dirão: daqui a 50 anos outros nomes serão incluídos nessa lista dos melhores. Será a sua vez - dizem, como consolo, ao escritor de hoje. O grande público, porém, não conhece esses bons escritores. Isto é, um pequeno número de pessoas, ilustres leitores e estudiosos, seleciona os melhores.

Moacyr Scliar resumiu a questão escritor - leitor, valendo-se de palavras de outros grandes escritores: "Quem não espera um milhão de leitores não deveria escrever, dizia Goethe, mas desde então as expectativas têm sido mais modestas. Stendhal: 'Escrevo para apenas cem leitores, e desses seres infelizes, amáveis, encantadores, conheço apenas um ou dois'. Arthur Koestler levou mais adiante a fórmula dos "cem leitores": uma centena, sim, mas que possam ser trocados por dez



ao cabo de uma década e por um único no fim de um século." (Revista *Literatura* nº 3, dezembro, 1992).

O público de jornal, de revista semanal e de televisão não tem interesse por literatura. Mesmo a literatura mais banal, mais popularesca, mesmo essa não tem grande público. Daí a mídia não ter interesse nela. Ora, a política, nacional e internacional (agora mais do que nunca, com a globalização da informação), os esportes, o crime, a música pop têm público, grande público. Daí as muitas páginas nos jornais. E os melhores horários na televisão.

Eloésio Paulo, em seu recente *Teatro às escuras - uma introdução ao romance de Uilson Pereira*, afirma: "A propósito das relações entre o texto literário e o padrão de comunicação estética estabelecido pelos veículos de comunicação de massa, o poeta João Cabral de Melo Neto já apontava em 1954 para a necessidade de um comércio maior entre as formas poéticas e novos meios de difusão. Cabral destacava principalmente as virtualidades do rádio como difusor da poesia, apresentava, como uma direção inevitável para o poeta moderno, reformular sua posição enquanto agente de um processo de comunicação, ao mesmo tempo mantendo a alta elaboração estética na base de seus objetivos e procurando abrir-se à possibilidade de atingir o grande público.

Via-se o poeta, portanto, diante de um impasse representado pela concorrência dos *mass media*, que por outro lado encerrava, dialeticamente, a própria saída ou solução, já que o tornar a poesia capaz de "entrar em comunicação com os homens nas condições que a vida moderna oferece" era, para Cabral, a "contraparte orgânica" da luta pela expressão poética desobstruída do tom oratório característico do lirismo tradicional."

E diz mais: "Se a ficção do período (anos 50 e 60) não ignorava a cultura de massas, é certo que encerrou a problemática

em outros termos, distanciando-se do mundo racionalmente administrado da sociedade em industrialização para mergulhar nos impasses da consciência individual e nas indagações metafísicas, coincidindo os escritores mais importantes numa pesquisa estética em nada dirigidas para a massificação da literatura."

Há alguns anos os jornalistas eram, antes de tudo, escritores, como Machado de Assis e outros. Os donos dos jornais ou os editores-chefes precisavam desses escritores. Sem eles, não teriam como editar seus periódicos. Daí também os suplementos literários, que certamente nunca ressurgirão. Não havia ainda os cursos de comunicação. Mesmo assim, ainda hoje temos os artigos assinados, sim. Porém seus autores geralmente são políticos profissionais, sociólogos ou economistas. Que eventualmente podem ser escritores.

Edgar Morin cita um trecho de Robert Musil, em *O homem sem qualidades*, quando o personagem Arnheim pergunta: "Você não notou que nossos jornalistas ficam sempre melhores e nossos poetas sempre piores?" E tira sua conclusão: "Efetivamente, os padrões se enchem de talento, mas sufocam o gênio. Um *copy desk* do "Paris-Match" escreve melhor que Henri Bordeaux, mas não saberia ser André Breton."

(Artigo extraído do livro *Divergências*, de autoria de João Carlos Taveira e Salomão Sousa.)