

# LITERATURA E MÍDIA: VISÕES APOCALÍPTICAS EM UM MUNDO DESINTEGRADO

Anderson Pires da Silva (CES/JF)

Artigo recebido em: 11/11/2009  
Aceito para publicação: 21/12/2009

## RESUMO

Sob a forma geral da “morte”, a crítica cultural e a crítica literária procuraram responder à questão sobre o significado da literatura e da arte numa cultura mediatizada. Mas até que ponto a idéia geral de “morte”, uma espécie de “neo-nihilismo”, não representa um impasse epistemológico, ou até mesmo um refúgio para artistas e intelectuais? Até que ponto corresponderia às atuais posições e movimentações de artistas e intelectuais?

**Palavras-chave:** Indústria cultural. Autor. Cultura de massa.

## ABSTRACT

Under the general form of “death”, the cultural critique and literary critique have sought to answer the question about the meaning of literature and of art in a mediated culture. But to what extent is the general idea of “death”, a type of “neo-nihilism”, does not represent an epistemologic indecision, or even a refuge to artists and intellectuals? To what extent would it correspond to the current positions and movements of artists and intellectuals?

**Keywords:** Culture industry. Author. Mass media.

A pós-modernidade, para os que acreditam em sua existência, foi a principal agente funerária do pensamento moderno. A maioria que falou em seu nome, ou sob sua sombra, como Jean Baudrillard e Gianni Vattimo, assumiu um tom de profeta do apocalipse, decretando “o fim da modernidade”, o “fim da história”, o “fim da arte”. Neste artigo, pretendemos refletir sobre essas visões apocalípticas e, como contraponto, demonstrar como esse pensamento se interagiu com a cultura de massa.

Em 1990, Jean Baudrillard, em tom bombástico, anunciava que o *estético* havia transfigurado a insignificância do mundo, nada mais se contradizia, nem o mais sublime nem o mais banal. Nesse cenário, alardeava: “A arte desapareceu. Desapareceu como pacto simbólico, pelo qual se distingue da pura e simples produção de valores estéticos, que conhecemos sob o nome de cultura” (BAUDRILLARD, 1992, p. 21).

Obras de arte, no sentido institucional ou marginal, ainda aconteciam enquanto Baudrillard vaticinava seu fim. Logo, supostamente desaparecia um tipo de discurso especializado que via a arte como geradora de diferenças, tanto intelectuais quanto sociais, que costumava separá-la nestes limites rígidos: erudito e popular, culto e comercial. Tal estado de coisas, na visão de Baudrillard, não seria fruto do relativismo enquanto posição teórica, mas sim da contaminação epidêmica do estético, da redução de toda a produção simbólica em mercadoria. Na impossibilidade de um “transe estético” teríamos esta forma decadente, o “transestético”, isto é:

Através da liberação de formas, linhas, cores e concepções estéticas, através da mixagem de todas as culturas e de todos os estilos, nossa cultura produziu uma estetização geral, uma promoção de todas as formas de cultura, sem esquecer as formas de anticultura, uma assunção de todos os modelos de representação e de anti-representação. [...]. Até o mais marginal, o mais banal, o mais obscuro estetiza-se, culturaliza-se, “musealiza-se”. (BAUDRILLARD, 1992, p. 23).

O conceito de “transestético” se reflete na leitura Gianni Vattimo sobre a “mídia-esfera”. Segundo o filósofo italiano, o fator decisivo para a “explosão do estético” se configura a partir da ação das vanguardas históricas, que “pensavam a morte da arte como supressão dos limites do estético, em direção a um alcance metafísico, ou histórico político da obra”; desse modo,

a “saída da arte de seus limites tradicionais” não estaria condicionada a uma “utopia de reintegração metafísica ou revolucionária”, e sim “ao advento de novas tecnologias que, de fato, permitem e até determinam uma forma de generalização da esteticidade” (1996, p. 43).

A mídia-esfera, para Vattimo, representa uma espécie de realização perversa do “espírito absoluto” hegeliano, ou uma “caricatura sua”. Ao distribuir informação, cultura, entretenimento, “sob critérios gerais de ‘beleza’ (atração formal dos produtos)”, a mídia se constitui como “uma esfera pública do consenso, dos gostos e dos sentimentos comuns” (VATTIMO, 1996, p. 45).

A morte da arte, também aqui, significa seu fim “como fato específico e separado do resto da existência”, para se configurar como “extensão do domínio dos mass media”. Para o autor, o fato de ainda acontecer obras no seu sentido tradicional, segundo ele, enquanto negação do estatuto arte e da cultura de massa, significa seu “elemento de vida perdurante, nos produtos que, apesar de tudo, ainda se diferenciam no interior dos marcos artísticos” (VATTIMO, 1996, p. 48).

Essa linha de pensamento acaba por confirmar, embora seus arautos discordem, o diagnóstico de Adorno e Horkheimer exposto em **Dialética do esclarecimento**, publicado em 1944. Em “A indústria cultural ou o esclarecimento das massas”, os autores apontavam que “a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

A indústria cultural, segundo os frankfurtianos, falsamente se confunde com o gosto popular, daí a ilusão que se trata de uma cultura democrática para a massa, porém “o que ninguém diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

Ao fundir cultura e entretenimento, a indústria cultural assume seu caráter totalizador, capaz de incorporar até as expressões mais radicais, uma forma perversa de dialética cuja síntese é o consumo. Assim como o que difere um carro da Chrysler de um General Motors é o número de acessórios, o que difere um filme de outro é o número de estrelas no cartaz. Promete a diversidade, mas o que oferece é sempre o mesmo, pois “a indústria

cultural não cessa de lograr seus consumidores”. Não sublima, mas reprime. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 131).

O problema com as visões apocalípticas é que são muito céticas a respeito da criatividade humana. Se olharmos retrospectivamente algumas manifestações veiculadas pela indústria cultural, desde os anos 1960, como as histórias em quadrinhos de Alan Moore, o cinema de Stanley Kubrick, o jazz de Coltrane, a música de Caetano Veloso são obras de arte. Ou pelo menos mereciam ser.

Subliminarmente, o juízo se ancora na tênue certeza de que esses artistas e suas produções, de alguma forma, seja pelo talento individual seja por um cochilo dos produtores, conseguiram criar uma oposição entre a lógica da obra e a lógica do consumo. Aliás, a crítica cinematográfica transformou esse juízo em um paradoxal comportamento aristocrático, quando elege como excelentes aquelas obras de “digestão difícil para o grande público”, como o cinema iraniano por exemplo.

Porém, dificultar as coisas para o leitor, ou até mesmo combatê-lo em seu próprio domínio, isto é, o terreno da leitura, tem sido uma prática comum na literatura desde o Simbolismo, ou em particular, desde Mallarmé – os eruditos não discordam, pelo contrário, são principais repetidores dessa sentença.

Os poetas simbolistas franceses, no final do século XIX, tinham diante de si um número de leitores bem maiores do que as gerações anteriores. É o nascimento do leitor médio, também do *Best seller* e o predomínio do romance no gosto de leitura. Isso ocorreu como uma consequência dos ideais de “liberdade, fraternidade e igualdade”. Clement Greenberg, no ensaio “Vanguarda kitsch” (1939), colocou a questão nestes termos:

Os camponeses que se estabeleceram nas cidades como proletariado e pequeno-burgueses aprenderam a ler e escrever em nome da eficiência, mas não conquistaram o tempo livre e a comodidade necessários para a apreciação da cultura tradicional da cidade. Perdendo, entretanto, seu gosto pela cultura popular cujo pano de fundo era o campo, e descobrindo, ao mesmo tempo, uma nova capacidade para o tédio, as novas massas urbanas passaram a exercer pressão sobre a sociedade para que lhes proporcionasse um tipo de cultura compatível com seu próprio consumo. (GREENBERG, 1996, p. 28).

A alfabetização das massas foi um fenômeno concomitante à instauração de uma cultura de massa e de uma indústria cultural. E, para alguns, essa coincidência foi um fator decisivo para o afastamento da literatura erudita de um novo público leitor. Pensando a realidade brasileira, Antonio Candido argumentava que “quando alfabetizadas e absorvidas pelo processo de urbanização”, a “grande massa” passaria para o “domínio do rádio, da televisão, da história em quadrinhos, constituindo a base de uma cultura de massa”, por isso “a alfabetização não aumenta o número de leitores de literatura” (CANDIDO, 2006, p. 174).

O problema inicial com o conceito de “massa” é que, ao mesmo tempo em que se refere a grandes populações, também se refere à classe social. Cultura de massa muitas vezes se confundiu com cultura popular. O rádio foi um dos responsáveis pela confusão, ou melhor, os jornalistas, pois foram eles que nos ensinaram a ver a “era do rádio” como a era dos grandes cantores populares – como Orlando Silva, o cantor das multidões.

José Ortega Y Gasset, no livro **A rebelião das massas**, apontava que “massa” é um conceito quantitativo, pois se refere a multidão, mas também é um fato psicológico, nesse caso “sem necessidade de esperar o aparecimento dos indivíduos em aglomeração”. O que isso significa? Segundo Ortega y Gasset, uma pessoa só pode constituir um “homem-massa”, pois não se trata de classe social e sim classe de indivíduos, ou seja:

Massa é todo aquele que não atribui a si mesmo um valor – bom ou mau – por razões especiais, mas que se sente como todo mundo, e certamente, não se angustia com isso, sente-se bem por ser idêntico aos demais. Imagine-se um homem humilde que, ao tentar se avaliar por razões especiais, conclui que não possui nenhuma qualidade fora do comum. Esse homem se sentirá medíocre e vulgar, mal dotado; mas não se sentirá “massa”. (GASSET, 2007, p. 45).

O gosto do homem-massa se contenta com o mesmo e é isso que ele quer. O equívoco – ou preconceito – reside em acreditar que somente as produções comerciais são regidas por estruturas repetitivas. Também há um homem-massa no ambiente culto, por exemplo, no cinema-de-arte, pois todo filme “artístico” tem que ser lento, edificante e europeu.

Segundo Adorno e Horkheimer, a indústria cultural pode realizar

vtoriosamente a fusão entre cultura e diversão, ao satisfazer às necessidades de evasão do ser humano, sem provocar nenhum desconforto. Nesse sentido, “a fusão atual da cultura e do entretenimento não se realiza apenas como depravação da cultura, mas igualmente como espiritualização forçada da diversão” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 134).

Como podemos compreender, atualmente, o que os dois pensadores chamam de “cultura”? De certo, hoje, o termo é mais elástico do que em 1940. Sob a perspectiva da antropologia, o termo “cultura” abrange uma consciência grupal, a partir da elaboração de atos e objetos convergindo para uma identidade comum; alude a uma condição de vida superior alcançada através do aprimoramento das relações humanas; a uma pedagogia voltada para formação intelectual do indivíduo (LARIA, 2002). A palavra “cultura”, nas línguas de descendência latina, deriva do mesmo radical que forma a palavra “culto”.

Silviano Santiago, em um texto com pouca relação com nosso assunto, denunciava a visão preconceituosa de Machado de Assis no ensaio “Instinto de nacionalidade”, porque negava ao índio qualquer contribuição à formação da civilização brasileira (2006, p.138)<sup>1</sup>. “Civilização”, para Machado, significava cultura letrada. O próprio movimento da modernidade que confiou na alfabetização como uma condição básica de cidadania não traiu o romancista. “Cultura” e “civilização” fundiam-se como na música de Gilberto Gil e Torquato Neto. Como um novo aristocratismo social, surgiu o cidadão culto, com suas prioridades e suas exigências de exclusividade.

Quando Adorno, particularmente em seus textos sobre música, como “O fetichismo na música e a regressão da audição”, contrapunha a música erudita ao jazz, argumentava que o tempo de duração do último cabia na programação do rádio, não exigia atenção prolongada do ouvinte, por isso era uma música fácil. Além disso, podia ser ouvido em qualquer lugar.

A perda do valor de culto da obra arte foi algo que Walter Benjamin, em “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”, apontou como uma possibilidade libertadora dos meios de reprodução, em particular o cinema e os livros ilustrados. O valor de culto - argumenta Benjamin - “quase obriga a manter secretas as obras de arte”. Dessa forma, “somente são acessíveis ao sumo-sacerdote”, mas “à medida que as obras de arte se emancipam do seu

<sup>1</sup> SANTIAGO, Silviano. **Ora (direis) puxar conversa**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006. p. 138.

uso ritual, aumentam as ocasiões para que elas sejam expostas” (BENJAMIN, 1993, p. 173). O valor de exposição, através da reprodução gráfica e fotográfica, permitia o livre acesso às obras de arte, ou seja, o cidadão não precisaria mais ir à Capela Sistina para ver Michelangelo.

Benjamin, outra vez, em suas leituras sobre a tecnologia e a imprensa, previa que os meios de comunicação poderiam dissolver a diferença entre o artista profissional e o amador. O fácil acesso à tecnologia, hoje, parece lhe dar razão. Um exemplo claro ocorre na música, com o funk e o rap; tão logo passou-se a ter acesso a um *sampler*, começou-se a produzir. Os funkeiros realizam o que os punks, seus rivais por questões musicais (e também sociais e raciais), chamavam de “faça você mesmo” (*do it yourself*).

O acesso aos meios de impressão, como mimeógrafo e xerox, já havia possibilitado à geração de poetas marginais de 70 a publicação de seus escritos. A precariedade desses meios conferia aos seus livros um aspecto mal-acabado, “sujo”, logo chamado de *lixeratura*. Ao longo da década de 80, as várias expressões independentes na literatura, na música, nos quadrinhos e no cinema, tomaram a “sujeira” como um valor estético, como negação aos critérios de boa produção difundidos comercialmente pelo *mainstream*. Portanto, as produções alternativas acabam re-encenando os rituais de “morte”, não só como uma posição teórica, mas também prática. E aqui, igualmente, a negação às exigências e ao gosto classe média funciona como expressão de “vida”.

Uma coisa, contudo, ainda permanece intacta nas produções alternativas: a propriedade intelectual. Foi em nome dela que surgiu o “cinema de autor” como contraposição – ou promessa de excelência – à produção comercial hollywoodiana. Atualmente, a propriedade intelectual é um campo minado.

Temos assistido, talvez desde o modernismo, toda uma concepção de literatura baseada na paródia e na citação. Na música, desde a invenção do *sampler*, aparelho que permite ao músico colar trechos de composições alheias à sua composição. Aliás, foi o acesso ao *sampler* que praticamente definiu o surgimento do rap (*rhythm and poetry*), pois os primeiros *rappers* usavam as composições clássicas do funk como base para sua falação. James Brown, na década 80, chegou a ficar conhecido como “o músico mais sampleado da década”.

O *sampler* criou um novo tipo de músico, não especializado em nenhum instrumento, às vezes nem tocar algum instrumento sabe. Trata-se de outro tipo de especialização, outra sensibilidade. É sob essas condições, que o lugar da autoria, ou que é um autor, retorna ao foco central das discussões, e para qual parece ainda não haver nenhuma teoria capaz de dar conta.

A figura do autor começa a ser, de novo, questionada, mas não enquanto sujeito “biográfico” ou “gramatical”, mas sim enquanto assinatura, proprietário legítimo e único de um texto. Esse questionamento, no fundo, vai além do autor, porque envolve todo o complexo legal criado pelas editoras, pela indústria da música, etc., para proteger seus lucros, sob o nome de “propriedade intelectual”. A própria idéia de proibir a reprodução integral de livros serve mais para garantir o direito das editoras do que dos autores.

Uma das figuras (virtual, diga-se de passagem) emblemáticas desse novo panorama é Luther Blisset, autor dos livros **Guerrilha psíquica** e **Q, caçador de hereges**. Luther Blisset simplesmente não existe, é uma criação de diversos escritores, que assinam seus textos com este nome. Qualquer um pode publicar um texto assinando Luther Blisset. Claro que isso está longe de ser uma prática nova na cultura ocidental. Por outro lado, Luther Blisset é emblemático porque ridiculariza os conceitos impostos pela mídia capitalista sobre a identidade autoral. Não é por acaso que ele surgiu, primeiramente, na internet. Ao mesmo tempo, voga igualmente na rede o plágio como sabotagem esperta da autoridade do autor, porém isto representa uma ética bem questionável, pois o que mais se destaca no *you tube*, por exemplo, são pastiches. Todos produzem sob a certeza estéril de que não há nada novo debaixo do sol. Nada se cria, tudo se parodia.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W.; HORKEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica: arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal**. São Paulo: Papyrus, 1992.
- CANDIDO, Antonio. **A educação pela noite**. Rio de Janeiro: Ouro Sobre Azul, 2006.
- GASSET, Ortega y. **A rebelião das massas**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- GREENBERG, Clement. **Arte e cultura**. São Paulo: Ática, 1996.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- SANTIAGO, Silvano. **Ora (direis) puxar conversa**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.
- VATTIMO, Gianni. **O fim da modernidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

