

LIVROS, INTERNET, MARKETING E POESIA: UM OLHAR SOBRE A GERAÇÃO 90

Volmir Cardoso Pereira¹ (UFMS)

Palavras-chaves: Geração 90, literatura, mercado, internet.

Introdução

Os anos 1990 marcaram importantes modificações na cena literária brasileira. Marcada pela consolidação tumultuosa e frustrante da democracia fundada no voto direto, a década finissecular, tendo por base a premissa capitalista da liberdade de escolha do indivíduo, converteu-se em um palco de contrastes, trazendo até nós uma modernização tardia (regida pelo capital transnacional e pela ética suspeita vinda dos estúdios da TV Globo) e, ao mesmo tempo, aumentando as disparidades econômicas mediante o aumento da concentração de renda. Além disso, mantiveram-se no poder as velhas oligarquias políticas e a cultura ancestral do **favor**, dentro dos moldes governamentais do malufismo. Nesse ínterim, a literatura sentiu também na pele o significado desta liberdade paradoxal: enquanto se podia agora publicar livremente, sem medo de qualquer repressão ditatorial, o escritor, mesmo que soubesse **o quê** escrever, não podia mais ter a certeza de **para quem** escrever, pois os nichos de leitores que viam na literatura uma forma de resistência à ditadura militar já não existiam mais. Ironia fatídica: no momento em que a literatura tinha a liberdade de expressão como trunfo, podendo falar aos quatro ventos, os leitores se dispersaram e, com a revolução trazida pela tecnologia digital e pela internet, o livro não conseguiu emancipar-se satisfatoriamente como bem cultural no Brasil.

Embora a leitura nunca tenha atingido a sociedade brasileira consideravelmente (sobretudo por problemas estruturais como o analfabetismo, o baixo investimento em educação, a falta de acesso às livrarias, entre outros), os anos 1990 foram palco de uma verdadeira revolução no mercado livresco que, a princípio, parecia representar um avanço altissonante: de 1995 a 1998 o número de títulos publicados aumentou 50% em relação aos quatro anos anteriores, algo até então inédito em nosso país. Mas, em contrapartida, a tiragem média das obras teve uma queda considerável, levando-nos à seguinte conclusão: se publicou muito na década de 1990, mas visando atingir um número menor de leitores (EARP; KORNIS, 2005, p 29-30).

Dentro deste contexto renovador na cadeia produtiva do livro, mas ao mesmo tempo preocupante, a **literatura** – a arte literária – produzida na década de 1990 obteve importantes conquistas, embora tenha vendido muito pouco. Primeiramente, o grande trunfo da arte literária nesse período deu-se com a maior democratização dos meios de publicação. O surgimento de pequenas e médias editoras como Livros do Mal, Sete Letras, Cosac&Naify, Artes e Ofícios, Ateliê Editorial, Ciência do Acidente e tantas outras mais, assim como de sites literários como *O Bestiário* (www.bestiario.com.br), *Paralelos* (www.paralelos.org), *Cronópios* (www.cronopios.com.br), *Releituras* (www.releituras.com.br), *Rascunho* (www.rascunho.com.br) e uma infinidade de outros, deram novas opções de publicação para os novos escritores e, ao mesmo tempo, descentralizaram o jogo de cartas marcadas das grandes editoras. Desse modo, assistimos a uma banalização do ato de publicar. Se as pequenas editoras possibilitaram ao escritor uma janela vistosa para que adentrasse o mercado das letras, a *internet* lhe escancarou as portas através dos *sites* e *blogs*, anunciando o salto tecnológico do livro para o suporte *ebook*. Mas, na contramão desta euforia toda, estavam os números: quanto à publicação em papel, poucos autores novos conseguiam atingir a marca dos três mil exemplares vendidos, e os *blogs* e *sites* literários – que se popularizaram somente em fins da

¹ Mestrando em Estudos de Linguagens pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, departamento de Letras. E-mail: Volmirandraj@ yahoo.com.br

década de 1990 – não traziam uma resposta coerente, pois não era possível avaliar se o internauta visitante era de fato um leitor comprometido ou só mais um curioso chafurdando o caos interminável de informações e de *links*.

Assim, o escritor da última década do século XX compreendeu que publicar não era sinônimo de repercutir. Dentro de uma cultura centrada no áudio-visual, onde a televisão se fez a propagadora e gerenciadora das informações e normas de conduta que regem a sociedade e, como diz Beatriz Sarlo (1997), tornou-se diretamente responsável pela construção de “comunidades imaginárias”, onde os indivíduos se reconhecem como coletividade a partir dos programas que assistem, vemos que a literatura feita a partir dos anos 1990 passou a ocupar uma posição cada vez mais marginal. Desse modo, o escritor contemporâneo passou a questionar constantemente em que medida a sua literatura poderia requerer um espaço dentro do mar de informações despejadas pela mídia massiva. Certo de que o que não passa pela indústria cultural praticamente não existe, seu grande desafio era não só ter o que escrever, mas também conseguir interlocutores, manter viva a tradição literária em uma sociedade disposta a confiná-la no silêncio de cripto-bibliotecas. Era preciso despír a literatura de sua quixotesca e fantasiosa condição de alta cultura e lançá-la de vez no ringue do mercado. O negócio era mais embaixo. Para sua própria sobrevivência, a literatura tinha de usar as armas da indústria cultural, jogar conforme as suas regras e, na melhor das hipóteses, criticá-la estando **dentro** dela, ou seja, era preciso redefinir o fazer literário em função de seu relacionamento indispensável com a indústria cultural. A obra literária tinha de competir com os cds de *hap*, com a Ivete Sangalo, com o futebol televisionado e com a novela das oito.

No fim das contas, a década de 1990 exigiu uma nova postura do intelectual-escritor, fez com que ele assumisse novos papéis representativos e, para que sua literatura não fracassasse, foi preciso atrelar-se às novas formas de publicidade, trazidas sobretudo pelas novas mídias e pelas novas relações mercantis. Mesmo que uma obra literária – um conto, um poema, um romance – fosse divulgada em um veículo independente (um site pessoal, ou uma mini-editora particular), não havia como se esquivar da lógica de consumo, do *marketing* pessoal, do patrocínio, do agente literário, da divulgação publicitária e das cotações de mercado. Em suma, ficou claro que ser escritor era, antes de tudo, uma profissão, e que a visão de mercado era tão imprescindível quanto o talento. Restava saber, contudo, se esta nova desmistificação do fazer literário não traria consigo o seu próprio cancelamento.

Nesse contexto, em que tem se tornado impossível falar de literatura sem estabelecer relações com a mídia e com a organização atual da sociedade de consumo, um grupo de escritores se reuniu em torno do conceito de Geração 90 e, de forma irreverente e sagaz, mostrou-se capaz de fazer literatura em meio aos novos paradigmas da indústria cultural, encarando assim o desafio de usar as armas do mercado para fazer poesia, sem recair nos clichês e estereótipos da cultura de massa.

1. O que faz uma geração literária?

Pouco antes da chegada do século XXI, um grupo de escritores começou a se encontrar em um café paulista para discutir literatura. Autores que começaram a se destacar a partir dos anos 1990 como Nelson de Oliveira, Marçal Aquino, Fernando Bonassi, Marcelino Freire, Ronaldo Bressane, Joca Reiners Terron, Marcelo Mirizola, Ivana Arruda Leite, entre outros, tinham como objetivo, através destas reuniões, estabelecer um ponto de encontro para escritores, a fim de concretizar relações pessoais a partir da leitura que um escritor fizera da obra de outro. Era a gênese do grupo que viria a ser conhecido como “Geração 90”.

Empolgados com estas reuniões literárias, as quais contaram até com a presença do crítico João Alexandre Barbosa, esses autores sentiram também a necessidade de transformar os profícuos encontros em algo palpável e que representasse os anseios e a literatura do grupo. Foi assim que

surgiu, por exemplo, a revista PS:SP², cujo objetivo era apresentar esses autores e sua literatura (reunidos em doze contos e com fotografias de J. R. Duran).

Embora as reuniões fossem deixando de acontecer, o projeto de divulgação do grupo estava firmado. Foi Nelson de Oliveira quem se incumbiu de levar a cabo duas antologias – Geração 90: manuscritos de computador (2001) e Geração 90: os transgressores (2003) – que visavam justamente, além de divulgar esses nomes da prosa paulistana, reunir em um projeto ambicioso “os melhores contistas surgidos na década de 90” (OLIVEIRA, 2001, p. 11). A partir desta sentença tão eletiva quanto excludente, tem-se início as polêmicas (o que não seria difícil de se esperar se pensarmos o que representa uma antologia). Primeiro ponto: será possível eleger uma lista de contistas e chamá-los de “os melhores”? Em uma época onde todas as posturas tradicionais da arte estão sofrendo reavaliações e num país tão grande como é o caso do Brasil, é possível eleger com segurança esses escritores como sendo os melhores contistas de uma década? Segundo: o que muitos críticos vão questionar também é justamente o que viria a ser “Geração 90”. No mundo contemporâneo, falar em “geração literária” parece ser algo extremamente antiquado dentro do que podemos chamar de cenário pós-moderno, pois seriam marcas de nossa época a extinção das vanguardas, das escolas literárias e a estagnação das possibilidades de inovação (o *make it new* moderno desacreditado ante o mercado) e a simultaneidade de estilos contrastantes e paradoxais. Sob essa ótica, a crítica pergunta, qual seria a proposta dessa “Geração 90”? Que bandeira estética esses escritores estariam dispostos a empunhar, quase que anacronicamente, dentro do mundo pós-moderno?

Frente a essas dúvidas todas, poderíamos crer até que Nelson de Oliveira teria, no que tange à sua proposta fundamental, fracassado na empreitada que resultou nas duas antologias. Isso porque, se fizermos uma leitura atenta de Geração 90: manuscritos de computador, por exemplo, veremos que os autores reunidos possuem características muito diversas, o que por si só já inviabiliza qualquer noção de um grupo coeso e bem definido. Se os contistas da geração de 70 possuíam uma proposta clara – a retratação de um cotidiano oprimido pelo medo imposto durante o regime ditatorial –, a geração 90, por sua vez, não parece apresentar um elemento temático que se sustente como elo. É o que percebe muito bem Beatriz Resende em seu ensaio Ficção brasileira hoje: a multiplicidade como sintoma (2006), publicado na revista virtual Semear 7, ao comentar a primeira antologia organizada por Nelson:

À primeira vista, portanto, poderia parecer que estamos diante de um conjunto homogêneo, de uma literatura com marcas em comum. Ousaríamos suspeitar que um “estilo de época” se manifestasse no grupo. Quem sabe uma espécie de continuidade entre eles, ou, ao menos, a expressão de alguns “movimentos”. Mas não, a principal marca desta amostragem de nossa literatura contemporânea pode ser identificada como a heterogeneidade na realização do texto. Diferem, e em muito, as propostas, as intenções e, principalmente, o formato. (RESENDE, 2006)

É, portanto, a partir dessa multiplicidade detectada por Beatriz Resende que se firma o conceito de “geração 90”. Sendo assim, se tomarmos o conceito tradicional de geração literária, concluiremos que estamos diante de um paradoxo: se não há geração literária sem um motivo estético que aproxime seus membros, logo não poderia haver uma “geração de heterogeneidades”. O fato de esses escritores terem se destacado nos anos 1990 ou de simplesmente serem escritores não justificaria assim a existência de uma “geração”, assim como foi a Presença, a turma de 22, a 45, a Mimeógrafo, etc. Diante dessas considerações, talvez o que dê ainda alguma justificativa ao conceito seja justamente o subtítulo da primeira antologia: “manuscritos de computador”, uma vez que todos esses escritores, desde os anos 90, têm se valido do computador tanto para escrever quanto para publicar. Pode parecer um motivo pequeno, mas talvez não o seja. Quando se diz que a literatura da geração

² A revista PS:SP (um trocadilho com o termo “pos scriptum” e a sigla da capital paulista), teve somente um único número, sendo lançada em março de 2003.

90 é fundamentada em “manuscritos de computador”³, não se está dizendo simplesmente que o computador é um novo suporte para a criação literária, mas já se subentende aí que sua utilização também transforma o próprio fazer literário, uma vez que:

Os textos não existem fora dos suportes materiais (seja eles quais forem) de que são os veículos. Contra a abstração dos textos, é preciso lembrar que as formas que permitem a sua leitura, sua audição ou sua visão participam profundamente da construção de seus significados. (CHARTIER, 2002, p 61-62)

Nesse sentido, é como se a noção de manuscrito admitisse novas significações, pois já não se restringe à noção de uma escrita manual sobre um objeto (no caso, o papel). O manuscrito passa a ser entendido como resultante do ato de se escrever valendo-se de um teclado e de uma tela, na qual é visualizado rapidamente o resultado do que se digita. Em sua nova concepção, traços que o constituíam são perdidos, como por exemplo, a marca autoral da letra escrita à caneta ou a lápis, ou até mesmo da arcaica máquina de escrever (pois os erros não podiam ser apagados e todo o processo individual e doloroso da escrita permanecia visível). Valendo-se dos formatos de letra disponibilizados nos programas de computador, da auto-correção imediata, do arquivamento em *bits*, a idéia pleonástica de “manuscrito original” é impossibilitada. A escrita já nasce simulacro, sem distinção entre original e cópia. Poderíamos até nos perguntar se as marcas individuais – o estilo – não estariam sendo solapadas diante dos moldes e visualidades impostos pelos *softwares*. Mas talvez seja precipitado fazer tal afirmação. Embora essa escrita higiênica (onde os erros são automaticamente corrigidos e as contradições sumariamente deletadas) retire muitas das características que fundamentavam o processo de escrita, isso não quer dizer que o **estilo** também se perca no caminho. O computador, enquanto invenção humana, obviamente não pode apagar o humano. O homem-escritor é afetado pela máquina, o que o leva a uma postura reflexiva (e não passiva). A literatura sem dúvida é de alguma maneira marcada por essa relação (os textos tendem a ser mais curtos – preferência pelo conto –, sendo possível publicá-los e lê-los em poucos minutos, o que reflete a velocidade e o dinamismo da máquina, já incorporados à ação cotidiana do homem contemporâneo), mas continua sendo literatura na medida em que resulta da imaginação individual e de uma poética que emana da própria vivência – e vidência – do homem-escritor. É nessa perspectiva que Beatriz Resende comenta a literatura dos escritores da geração 90:

De saída, pode-se constatar que os manuscritos da era da informática poderiam, muitas vezes, ser chamados de caligrafias de computador, às vezes até de bordados de computador. Em praticamente todos os contos a escrita é extremamente cuidadosa e as rupturas com a sintaxe, com o nexos, só acontecem quando buscadas, intencionalmente provocadas. Cai rapidamente por terra qualquer temor diante dos efeitos perversos do computador. Bem ao contrário, com as costas doendo menos e a correção imediata, nossos escritores estão escrevendo tão rápido quanto bem. Que alívio! (2006)

2. Entre a estética e a publicidade

Se as novas tecnologias parecem realmente ter facilitado a vida dos novos autores dando-lhes maior rapidez tanto para escrever quanto para publicar, e isso sem que a qualidade seja minimizada, podemos entender que a Geração 90 é, antes de tudo, um grupo de escritores que mantém a preocupação estética como fundamento de sua literatura. Não se pode dizer que esses escritores se renderam às regras do mercado. Eles ainda preferem fazer um “biscoito fino” (célebre expressão de Oswald de Andrade), mesmo sabendo que dificilmente cairá em gosto popular. Quando nos

³ Nelson de Oliveira atribui essa frase-fórmula a Marcelino Freire no prefácio de sua antologia.

deparamos, por exemplo, com a escrita minuciosa de Cíntia Moscovich, retomando a intensidade narrativa de Clarice Lispector ou Lygia Fagundes Telles, ou com a linguagem propositalmente paranóica e humorística (muitas vezes guiada por matizes surrealistas) de Nelson de Oliveira, ou com a prosa de Marcelo Mirizola, marcada por uma sexualidade desconfortante e pela degradação dos valores burgueses, ou com a coloquialidade sofisticada e ritmada de Marcelino Freire, ou com a ironia fina de Marçal Aquino, ou com a linguagem paródica de André Santana, na qual os bordões e ideologias apregoados pela mídia são comicamente desarticulados, enfim, quando lemos qualquer um destes autores, notamos que, apesar de estilos tão diferentes, não temos uma literatura de fácil digestão. Por isso esses escritores não figuram nas listas dos *best sellers*, já que, para eles, não é uma obrigação fazer uma literatura sem perturbações ou pasteurizada para um suposto leitor simplista.

Mas, se a literatura desses autores busca manter uma qualidade estética, isso não os impede de usar os mais variados recursos da publicidade para fazer suas vozes ecoarem diretamente na indústria cultural. E, voltando a falar do conceito “Geração 90”, se levarmos em conta que seu uso não tem muito a ver com uma militância estética em sua concepção tradicional, poderemos chegar à conclusão de que seu apelo parece se dirigir ao mercado (uma vez que Nelson de Oliveira a qualifica de “logomarca”). Isso fica mais evidente quando o próprio autor do referido conceito afirma, em tom jocoso:

O conceito de Geração 90 foi forjado. (...) Eu, um pouco malandramente, forjei esse conceito porque percebo que o público precisa de facilitadores, de quem sintetize determinado painel pra que ele possa compreender o que está acontecendo.(...)Meu método foi mais indutivo, eu forcei a coisa a tal ponto que comecei a ver jornalistas usando a expressão “Geração 90”. (OLIVEIRA, Nelson de. Apud. MYRTES, Adrienne, 2007)

Ao dizer isso, vemos que o autor está tratando a própria literatura em um contexto bem diferente do discurso acadêmico mais conservador. Se primeiramente Nelson de Oliveira havia dito que suas antologias contemplavam os melhores contistas da década de 90 (o que demonstraria uma postura tradicional de sua parte ao corroborar a idéia de um cânone), agora ele assume a arbitrariedade do conceito “geração 90”. Uma arbitrariedade, no entanto, que tem um propósito claro: adquirir visibilidade no mercado. Diante de uma proposta destas, muitos críticos, de índole mais conservadora, levantariam suas objeções. Basta lembrar o que dizia Leyla Perrone-Moisés ao constatar que os novos escritores pareciam cada vez mais se “vender ao mercado”:

Os novos escritores não estão nem um pouco interessados em ingressar futuramente no cânone; interessa-lhes ter seus livros rapidamente publicados, traduzidos em línguas hegemônicas, adaptados para o cinema e a televisão; Para conseguir esses objetivos, é necessário ‘um longo assentimento’, basta figurar na lista dos mais vendidos. A difusão dos livros passa atualmente, menos pelos críticos e professores universitários do que pelos agentes literários, e pelas várias formas de publicidade. (1998, p 176)

Embora ela não estivesse falando à Geração 90 diretamente, suas palavras realmente parecem ser dirigidas a ela (com exceção de “figurar na lista dos mais vendidos”). Ao reconhecer que a publicidade da qual se vale a literatura atual tem, muitas vezes, atuado sem o aval acadêmico, a autora expõe o perigo de se estabelecer uma literatura sujeita à lógica do espetáculo e à crítica jornalística superficial. Contudo, a grande questão é: devemos condenar este uso pelo escritor das estratégias de *marketing*, dos holofotes, das entrevistas, das feiras, das “logomarcas”, ou devemos ver nestas ações uma nova possibilidade de inserir a literatura dentro da cultura *pop* contemporânea?

Partindo desta questão polêmica, várias discussões se levantam. Como exemplo, pode-se citar a discussão entre Luiz Ruffato e Marçal Aquino (pertencentes ao grupo “Geração 90”) *versus* Bernardo Carvalho e Milton Hatoum (escritores novos, mas de postura mais conservadora). Em um

debate promovido pela Folha de São Paulo, os quatro escritores debateram sobre literatura contemporânea e, como não poderia deixar de ser, o conceito Geração 90 gerou muita controvérsia. Carvalho, por sua vez, fez a mesma crítica de Leila aos escritores de hoje, só que focalizando o grupo encabeçado por Nelson de Oliveira:

O que é curioso e até perigoso é uma militância que não tem a ver com a literatura, mas com a visibilidade, um traço normal de militância de minorias. Se você pegar essas pessoas, elas não têm nenhuma questão em comum. Não é como a *nouvelle vague*, um grupo que fez um manifesto, iniciou um movimento. Aqui é uma militância para criar espaço no mercado. O perigo da impostura nisso é grande. Você junta alhos com bugalhos, como se fosse propaganda. (...) A literatura para mim tem um trabalho solitário muito diferente do das outras artes. Os movimentos são secundários. O que importa é o que vai ficar, não abertura de mercado. (CARVALHO. Apud MACHADO, 2006)

Levantada a polêmica, o autor de *Subsolo Infinito* rebateu posteriormente as críticas dizendo em tom sarcástico:

Bernardo Carvalho e eu concordamos, com o sinal invertido, quanto a associar a ‘geração 90’ a certa militância de minorias. Bernardo não dá nomes aos autores, talvez por ignorar seus livros. Apenas diz que ‘essas’ pessoas’ estão apenas se promovendo, estão só em busca de visibilidade, de espaço no mercado editorial. É a pura verdade. Não conheço escritor, genial ou medíocre, que não esteja em busca de visibilidade. A boa propaganda duela com armas brancas, sempre. É ela que leva os escritores da ‘geração 90’ a ler seus textos em praças e escolas, organizar saraus, criar revistas e blogs, falar de literatura 24 h por dia (...). Todo esse movimento é sinal de vida literária, de sangue correndo no corpo. Tudo isso bate de frente com a literatura de gabinete, voltada apenas para o cânone e distante do corre-corre cotidiano, postura aristocrática que casa bem com a fixação de Bernardo e Hatoum na questão da permanência. Questão bizantina, porque discutir "quem vai ficar e quem não vai ficar" é discutir o sexo dos anjos. (OLIVEIRA, 2007)

Embora o tom seja passional, as palavras de Nelson de Oliveira mostram-se lúcidas. Se a literatura não entrar no jogo pós-moderno do capital transnacional, da lógica do mercado e de suas artimanhas firmadas na publicidade, talvez não sobreviva. O jovem escritor que ficar esperando reconhecimento e respaldo canônico sem entrar no ringue do mercado está fatalmente “despontando para o anonimato”, tenha talento ou não. Nesse contexto, a glamourização literária (em academias, feiras, resenhas, blogs, etc.), o marketing pessoal do autor, as “logomarcas” seriam legitimadas justamente por que hoje se tornaram componentes indispensáveis para se ter existência no mercado. A velha figura do escritor solitário, desligado do mundo, já não condiz mais com o que se pode esperar da literatura hoje (a não ser que essa “persona eremita” seja também transformada em marketing, como no caso de Danton Trevisan). Se a preocupação de Bernardo Carvalho é válida quando questiona se a própria literatura não estaria ficando em segundo plano ante esse processo de autopromoção, devemos nos lembrar também que grande parte dos escritores da Geração 90 possui uma bagagem respeitável de conhecimento literário e, mais do que isso, possui também uma visão crítica apurada da tradição cultural e do tempo presente. Muito distantes da romântica e arcaica noção de “inspiração” e “gênio”, eles se mantêm atualizados e cada vez mais profissionalizados. Descompromissados com qualquer estética ou escola, valem-se das vanguardas que bem entenderem, utilizam os estilos que julgarem propícios (o estabelecimento do pastiche como a grande possibilidade pós-moderna), e passam toda a tradição cultural (não só a tradição literária) pelo crivo de seu olhar crítico.

Considerações Finais

Sabemos que a literatura atual está indiscutivelmente transpassada pelas leis de mercado, mas devemos nos lembrar de que, se o livro hoje é mercadoria, isso não quer dizer que ele deve ser vendido e consumido como sabonete. Aliás, a verdadeira obra de arte, mesmo dentro do mercado de consumo, não é consumível. Os escritores se valem da mídia, da tecnologia, das técnicas de publicidade, enfim, dos suportes ideológicos do capitalismo para expressar sua voz e seu descontentamento com o mundo. Ao narrar, eles também desdizem, desconcertam ideologias e confrontam o leitor com novas formas de apreensão da realidade, fazendo com que este se torne novamente capaz de imaginar, pensar e agir mais livremente mediante o olhar poético. As obras instigantes de muitos autores da geração 90, por exemplo, trazem estampados problemas como violência, globalização, miséria, consumismo, o subdesenvolvimento, a cidade, a televisão, a solidão, a falta de esperança, enfim, esses temas que permeiam toda a realidade brasileira atual, na busca não de resolvê-los, mas sim de problematizá-los, de lançar um olhar enviesado sobre eles.

Valer-se da mídia, da indústria cultural, não significa conformar-se a ela. É por isso que Canclini irá eleger a figura de Jorge Luis Borges como paradigma e postura do escritor contemporâneo. Segundo ele, o escritor argentino serve como exemplo na medida em que sempre buscou utilizar os próprios ritos da publicidade e da indústria cultural e simultaneamente desconstruí-los, ironizá-los, fazer deles literatura. Comenta:

Todos os suportes da arte moderna – a novidade, a celebridade individual, os autógrafos que parecem conferir-lhe autenticidade, o cosmopolitismo e o nacionalismo – são ficções frágeis. Segundo Borges, melhor que indignar-se com a desrepeitosa demolição que lhe inflige a “sociedade de massas”, é assumir, mediante esse trabalho cético, a impossível autonomia e originalidade da literatura. (...) Os paradoxos da narrativa e das declarações borgianas o colocam no centro do cenário pós-moderno, nessa vertigem que geram os ritos de culturas que perdem suas fronteiras, nesse simulacro perpétuo que é o mundo. (CANCLINI, 2003, p 112)

Fazer literatura tendo como matéria-prima a própria indústria cultural. Uma poética que se esboça sob/sobre a própria publicidade, sob/sobre o próprio mercado. Usar literariamente os próprios códigos e simulacros que constituem a lógica do consumo e até mesmo a própria persona do escritor. Parece ser esse o desafio do escritor de hoje. E nesse sentido, a geração 90 tem se mostrado afinada com o paradigma borgiano.

Independentemente dos nacos de realidade que hoje nos são apresentados e que vivenciamos – seja a favela carioca, São Paulo, Disneylândia, Holywood, as novelas televisivas, as máscaras virtuais nas salas de bate-papo *on-line*, etc. –, é justamente sobre eles que a literatura contemporânea se constrói. E, nesse sentido, as palavras de Umberto Eco mostram-se propícias:

Ler ficção significa jogar um jogo através do qual damos sentido à infinidade de coisas que aconteceram, estão acontecendo ou vão acontecer no mundo real. Ao lermos uma narrativa, fugimos da ansiedade que nos assalta quando tentamos dizer algo de verdadeiro a respeito do mundo.

Essa é a função consoladora da narrativa – a razão pela qual as pessoas contam histórias e têm contado histórias desde o início dos tempos. E essa sempre foi função suprema do mito: encontrar uma forma no tumulto da experiência humana. (ECO, 1994, p 93)

Dar um sentido ao mundo real, esta é a missão da literatura – mesmo que este real hoje esteja cada vez mais virtual. Fora da linguagem, o real é impossível, absurdo, diria Lacan. E a literatura, nos tempos hodiernos, é desafiada a encontrar algum sentido em um mundo em que a informações e as imagens em simulacro se desmancham e se recriam a cada segundo, um mundo em que a

linguagem se torna uma sucessão de símbolos descartáveis, até que se reste somente os puros atos de compra-e-venda como valor. É, portanto, nesse mundo de narrativas fragmentadas que emerge a literatura da Geração 90, uma literatura que busca entender, dentre outras coisas, o homem perdido na metrópole subdesenvolvida, visando não explicá-lo, mas sim exibi-lo em seus mais variados nuances, deixando os sentidos possíveis a cargo do leitor, através da reflexão catártica.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad Heloísa Pezza Cintrão; Ana Regina Lessa (tradução prefácio à 2^a ed). 4^a ed. São Paulo: EdUSP, 2003.

CHARTIER, Roger. *Os desafios da escrita*. Trad. Fulvia M. L. Moretto. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

ECO, Humberto. *Seis Passeios pelo Bosque da Ficção*. Trad Hildegard Feist. São Paulo: Companhia da Letras, 1994.

EARP, Fábio Sá; KORNIS, George. *A economia na cadeia produtiva do livro*. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.

MYRTE, Adrienne. *A voz da Geração 90*. Disponível em: <http://www.foresti.locaweb.com.br/03_eraOdito/pssp.html>. Acessado em 20 de janeiro de 2007.

MACHADO, Cassiano Elek. *Folha reúne quatro autores para debater a ficção feita no país*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u35365.shtml>>. Acessado em 23 de dezembro de 2006.

OLIVEIRA, Nelson de. *Geração 90 – Manuscritos de Computador*. São Paulo: Boitempo, 2001.

_____. *Geração 90 – Os Transgressores*. São Paulo: Boitempo, 2003.

_____. *Nelson de Oliveira comenta críticas de Bernardo Carvalho e Hatoum*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada /ult90u35549.shtml> . Acessado em 23 de dezembro de 2007.

PERRONE-MOISÉS, Leyla. *Altas literaturas: escolha e valor na obra crítica de escritores modernos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

RESENDE, Beatriz. *Ficção brasileira hoje: a multiplicidade como sintoma*. Disponível em: <http://www.letas.puc-rio.br/catedra/revista/7Sem_13.html>. Acessado em 03 de novembro de 2006.

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna*. Trad Sérgio Alades. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

