

A MÍDIA E O MERCADO VENDENDO O ESPETÁCULO: ALGUMAS MÁSCARAS DA FICÇÃO BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA

Glória Regina Alves de Carvalho Amaral
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

A estreita relação entre o mercado e as artes vem de longa data, todos o sabemos. Desde o mecenato europeu, no século XVI, pelo menos. No Brasil, a novidade nesse casamento é a presença, cada vez mais constante, de um parceiro que chegou para ficar. O novo membro dessa família é ninguém menos que a famigerada *mídia*, que veio dividir deveres e direitos, os autorais também, é claro.

Tânia Pellegrini, em *A imagem e a Letra*¹, analisa as condições da produção literária brasileira das duas últimas décadas, incorporada pela indústria cultural ainda no regime militar, com a inserção do país no "capitalismo tardio", o qual supõe a lógica mundial de tornar todo o artefato uma "mercadoria", mesmo que esta seja uma obra de arte. Ela destaca o papel exercido pela íntima relação entre a mídia e o mercado na divulgação e estabelecimento de padrões globais de "gosto" e "preferência", ou seja, na homogeneização do produto cultural e na própria midiaticização da cultura. Tal relação acaba por forçar o surgimento de um novo público, fragmentado e conformado, que abre mão do seu poder de escolha por falta de opções. A mídia dá o tom, o mercado disponibiliza e o público consome o produto oferecido. Produto este forjado, ele também, dentro de tais padrões na intenção de uma "adequação do artefato cultural ao circuito da mercadoria" (Pellegrini, 1999, p. 181). Hoje, nesse casamento, a literatura estaria cada vez mais ajustada ao modo de produção e divulgação de todas as mercadorias: propagandas, exposição, vitrines.

¹ PELLEGRINI, Tânia. *A imagem e a letra*: aspectos da ficção brasileira contemporânea. Campinas, Mercado das Letras, São Paulo, FAPESP, 1999.

No entanto, seja por suas condições de existência, seja por sua abordagem temática, essa mesma literatura aponta o descompasso ainda presente no nosso país entre cultura e sociedade. O pós-moderno se instaura sem que tenhamos conseguido alcançar plenamente os benefícios prometidos pela industrialização moderna. Essa "esquizofrenia" social, que viabiliza uma crescente gama de leituras dessa “sociedade do espetáculo”, é vivida também pela Literatura que tem que se adequar a essa situação e se tornar um produto vendável para garantir sua sobrevivência.

Fábio Lucas², em artigo sobre a questão da literatura na era tecnológica, disponibilizado no site do Observatório da Imprensa, chama a atenção para o fato de vivermos num tempo em que o convite às arenas e aos espetáculos é permanente, no qual a lógica da indústria cultural pretende transformar em *show business* todo e qualquer produto cultural. Ele aponta como problema a “superexposição a que são submetidos os artistas e escritores, sob o efeito da telepresença (reunião de antípodas via TV, debates internos etc.) e da transparência” (Lucas, hipertexto). Tal superexposição estaria criando uma falsa noção de produto estético que “beneficia a improvisação e a oralidade, em detrimento de velhas conquistas da Humanidade: a árdua procura da perfeição formal.” (idem)

... a erosão da modernidade se caracteriza pela unificação do "eu" com a sociedade, por intermédio da proposta mercantil pela inserção da obra no mercado. Daí a dependência, em muitos casos, do artista em relação à mídia televisiva, cuja força suasória não está mais na retórica, mas na exposição de imagem, sem defini-la. Ou seja: a imagem se define pela exposição, sem nenhum esforço de conceituação. Ao longo dessa semiologia do não-verbal, chegaremos ao núcleo da entropia, o produto sem pé nem cabeça. (idem)

Apesar da crítica à era midiática da literatura, o ensaísta ainda aposta nas Letras como “saída” para esse tempo de conhecimento superficial e imagético. E nós também. Neste sentido observamos que através mesmo da tematização dessa situação da literatura brasileira “em tempo

² LUCAS, Fábio. *Literatura & tecnologia; palavras prévias*. 2001. Hipertexto. Site Observatório da Imprensa. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>> Acesso em 10/05/2001.

de espetáculo” e de tudo o que envolve sua produção, parece haver uma “corrosão” nesse controle midiático e mercadológico do imaginário ficcional.

Encontramos, na recente produção brasileira, vários exemplos de narrativas que utilizam essa questão como matéria-prima, talvez na tentativa de criticar, mesmo sem conseguir escapar completamente ao controle. Tematiza-se o papel do escritor, do artista, da crítica e mesmo a pertinência ainda da questão da “autoria”. Hoje produzimos e consumimos uma literatura que, por mais que tente – se é que tenta, não consegue muito se desenredar dos artifícios criados pela indústria cultural. Alguns desses textos trazem mesmo como pano de fundo e, às vezes, como recurso narrativo, o próprio tema da mídia. Essa, que como vimos, é a principal parceira do mercado editorial contemporâneo no exercício desse poder controlador, se torna uma "musa inspiradora" para a narrativa recente. Acreditamos que, ao ser representada, ela pode ser criticada, desmascarada, mas continua exercendo a sua função controladora. Nos textos que veremos, vamos encontrar subjetivações midiáticas que, ao mesmo tempo em que criticam a relação perversa do mercado e da mídia com a arte, querem a fama, buscam o reconhecimento, procuram suas identidades através dessa mesma mídia.

Os exemplos que usarei são de escritores que, de uma ou outra forma, se enquadram na lógica da recente produção literária: mídia e mercado, no controle e na berlinda. Eles estão incorporados a esses meios e aparecem na mídia jornalística e virtual não apenas como autores dos textos aqui comentados. São eles Jair Ferreira dos Santos e Arnaldo Bloch.

O conto *Espancando Betty Labarthe*, do livro **A inexistente arte da decepção**³, de Jair Ferreira dos Santos, nos apresenta Wilson, um *videomaker* revoltado com a recepção que teve seu último trabalho, a filmagem de uma suposta fruta do Xingu durante duas horas sem cortes e sem

³ SANTOS, Jair Ferreira dos. *A inexistente arte da decepção*. Rio de Janeiro, Agir, 1996.

A citação da obra em estudo far-se-á mediante a sigla *IAD* e número da página, logo após o trecho citado.

som, "recusado 167 vezes em mostras e por entidades nacionais e internacionais entrando para *Guinness* por isso" (IAD,34). O fracasso faz com que ele, desesperado, seqüestre Betty Labarthe (Lebre, para os íntimos), uma apresentadora de TV, que faz um programa para as donas-de-casa. Wilson pretende divulgar seu vídeo numa entrevista no programa de Lebre.

Paradoxalmente, ele afirma que seu trabalho pode ser visto "como uma cerimônia fúnebre para os tempos mortos (...) pelo vício da informação" (IAD, 35) quando acabara de descrever a imagem que trabalha no vídeo dizendo que "para quem sabe ser atento, passo a passo as diversas texturas da imagem iriam oferecendo associações a terras extremas, falácias, estamparias, feiras, enchentes, critérios e vendavais, assim como línguas impensadas contidas na fruta" (IAD, 34-5). Ao mesmo tempo em que pretende fazer uma "advertência contra o excesso de velocidade (...) um modesto panfleto contra o imediatismo" (IAD, 35), ele quer que o espectador "atento" perceba uma enorme gama de informações absolutamente aleatórias, conseguidas através da associação da "textura da imagem". A crítica do *videomaker* se anula em seu próprio trabalho.

No nível textual, no entanto, a crítica é reforçada pela própria postura de Wilson, pela personagem Lebre e também pelos recursos narrativos utilizados. Wilson, como profissional do meio, tentando criticar, repete e reforça o caráter imediatista e superficial da linguagem tecnológica, televisiva, midiática. A linguagem utilizada por Lebre também denuncia o vazio e a superficialidade da informação televisiva. Mesmo em seu diálogo cotidiano, fora do alcance das câmaras, ela recorre a mesma linguagem que usa em seu programa. Frases como: "a gente volta já já" e outras são a confirmação da sua simulação. Ela mesma confirma: sua vida "é a soma de pequenas coisas com *strass* e paetês, igualzinho na televisão." (IAD, 48) Já a narrativa possui uma linguagem próxima à televisiva, mistura um possível roteiro de edição do programa – num

texto parecido com marcação/descrição de cena – com o próprio *talk show*, com perguntas, respostas, conversas associativas e informações demais com pouco conteúdo.

A relação da mídia com a espetacularização da vida na sociedade pós-industrial é analisada pelo próprio Jair Ferreira dos Santos em seu livro *O que é Pós-moderno*⁴. É interessante notar como Jair consegue, no conto em questão, ficcionalizar a sua própria teoria. É o próprio ensaísta que performatiza seu ensaio, veste a sua teoria de uma roupa pós-moderna e demonstra, na prática ficcional, as afirmações feitas no ensaio.

O narcisismo, o vazio da informação, a superficialidade das relações e, principalmente, a invasão da estética e da linguagem midiática na vida real, ou seja, o controle exercido pela "tecnociência" na vida do "sujeito atomizado" (Santos, 1986: 95) são tematizados no livro teórico, mas também servem de caldo para a argumentação dos contos, principalmente deste que tratamos. Na intenção de demonstrar essa via de nossa leitura, vamos recortar dois trechos:

- um do ensaio:

As sociedades pós-industriais vivem saturadas pela informação. Vai-se ao consumo pela informação publicitária, (...) devora-se informação nos mass media e na parafernália ofertada pela tecnociência (micro, vídeo etc.). O sujeito se converte assim num terminal de informação. Mas um terminal isolado de outros terminais, pois as mensagens não se destinam a um público reunido, mas a um público disperso (cada um em sua casa, seu carro, seu micro). Eis por que a massa pós-moderna é atomizada (ultrafragmentada). (...) para motivar e controlar sujeitos atomizados, a autoridade e a polícia são secundárias. Basta bombardeá-los commensagens que excitam seus desejos. (...) As mensagens são lançadas ao acaso, mas não são boladas de qualquer jeito. Não apenas representando o real, mas sendo hoje o real, as mensagens são criadas visando à *espetacularização da vida*, à *simulação do real* e à *sedução do sujeito*. Assim as compreende o sociólogo francês Jean Baudrillard.

A espetacularização converte a vida em um show contínuo e as pessoas em espectadores permanentes. (...) (Santos, 1986:95-6)

- outro, do conto:

(...)Sabe, Wilson, estive pensando outro dia, eu sou o 'cavalo' de um sonho, sonho de elegância e realização, charme e liberdade alimentado pelas donas-de-casa em seu cativeiro. Empresto a elas, que não têm partido nem sindicato, minha voz, minhas jóias, minhas idéias, para que também se sintam orgulhosas de suas vidas e não sejam devoradas pela melancolia.'

Wilson luta por um seqüestro enxuto, ateuico. Lebre teima em atrapalhar seus planos. (...) Omite, para não polemizar, que a televisão em conluio com as donas-de-casa e a melancolia forma o maior partido

⁴ SANTOS, Jair Ferreira dos. *O que é pós-moderno*. São Paulo, Brasiliense, 1986.

político em qualquer lugar, incentivado aliás por todos os regimes, o partido da redundância cotidiana, e diz: 'Os grandes melancólicos sempre viram no cavalo, sob qualquer forma, um irmão e um apoio. (...) É essa intimidade que você tem com a melancolia, Lebre, que fascina as donas-de-casa. Quer ver? Quando desligam a televisão, elas invariavelmente estão inchadas daquela sensação de logro, vácuo, nostalgia, pré-labirintite e estranheza que significaria, se contassem para elas: 'Por que eu vivo todos os dias uma outra vida que não a minha?' Isto é o oco da melancolia, querida. Você as mantém longe dessa pergunta e elas lhe são gratas por isso.' (IAD, 45-6)

O papel que Lebre desempenha diante das câmeras é o de fazer com que essa massa de "sujeitos atomizados" que são as donas-de-casa não tenha tempo, motivação ou disposição para pensar sua vida. Assistindo a elegância e o glamour da apresentadora como se fossem seus, elas se conformam com o vazio de suas vidas. O partido formado pela televisão, junto com a melancolia e as donas-de-casa representa o próprio controle exercido na massa pós-moderna, atomizada, que dispensa o uso das autoridades e da polícia, como diz Jair em seu ensaio. No entanto, mesmo a vida pessoal da apresentadora, que cumpre um papel especular para seu público, não é senão reflexo também da imagem glamourosa. É, porém, apenas reflexo sem conteúdo, pois "sob luzes e lentes Lebre se transforma num autômato" (IAD, 44). Ao pensar na sua morte, por exemplo, ela age de forma teatral:

"caminha pela sala com os punhos fechados à altura dos seios, os braços sacudidos por staccatos, murmurando cyberlebre, cyberlebre (...) na certa avaliando a escolha entre as pompas fúnebres com cavalos empenachados à frente de imenso cortejo liderado por limusines brancas a essa bem-aventurança digital, seus gestos agora, parecendo tocar um instrumento mal acomodado ao corpo, indicam que vai mergulhar nessa segunda hipótese."

Durante todo o tempo ela representa um papel, age de forma tão automatizada quanto diante das câmeras, mesmo quando não está entrevistando: são frases de efeito e gestos "teatrais" que dão conta de representar o modelo apresentado na TV. No entanto, sua enurese – analisada psicologicamente por Wilson –, o emplastro sabiá que cobre um hematoma, e também a afirmação de que na sua idade a "imagem é apenas uma pirraça", contribuem para o efeito de "desglamourização" da "vida real" da personagem. Fica evidente que ela é a tentativa de realização de uma outra Lebre, apenas uma simulação da que vai ao ar. Ao se dar conta de que pode "desaparecer" da telinha caso morra de verdade, começa a falar de seu testamento, no qual

há inclusive "um obelisco (...) a ser construído em homenagem à televisão" (IAD, 54). Ela entra em um transe que logo se transforma em surto. A personagem Lebre vira um simulacro de sua personagem-apresentadora Betty Labarthe. O seu discurso torna-se "confuso, truncado, como se afetado por uma câibra mental ou viesse de um personagem não plenamente nascido dentro dela, enquanto a todo momento ajeita uma coroa e alisa um manto irreais" (idem).

Betty planeja sua "viagem derradeira" vendo croquis de um *portfólio* imaginário e discutindo especificações técnicas de uma lenda ou de uma possível biografia em sua homenagem. Wilson acha mesmo que ela pretende, depois de morta: "embalsamada, pairar sobre o Vale do Paraíba como Nossa Senhora Aparecida. Com o manto azul bordado por entrelaços gaélicos, sustentada por um aparato aeroespacial enquanto é mantida por artes balsâmicas" (idem).

Ao revelar a Wilson que está pensando se a sua ausência não seria um sinal, a personagem Lebre talvez esteja respondendo ao questionamento do ensaísta: a sua **presença** na tela, como vimos, já é um sinal de vazio, do seu vazio, do vazio das donas-de-casa, o vazio do sujeito atomizado. E sua **ausência** da tela seria um sinal de quê? De resgate de sua identidade? De possibilidade de questionamento para a massa de donas-de-casa? Talvez seja apenas sinal de que o "Paradoxo de Wilson" estava certo: "Antes era preciso estar em algum lugar para estar na tela. Em breve o que não estiver na tela não estará em lugar nenhum" (IAD, 47).

O segundo texto de que trataremos é de Arnaldo Bloch, jornalista que se arrisca pela segunda vez na trilha da ficção. Seu segundo livro, *Talk Show*⁵, é bastante ilustrativo da matéria que aqui tratamos. Parece mesmo feito sob encomenda para o tema.

⁵ BLOCH, Arnaldo. *Talk Show*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

O texto trabalha a questão da identidade de um escritor que precisa se afirmar através do reconhecimento dos outros (a mídia, a crítica, o público) e, parece querer mostrar que a busca por fama e sucesso passa por caminhos sinuosos e complicados e que tudo pode ser apenas um engodo, um embuste. A fama, o sucesso, o brilhantismo, nesse caso eram pura "bolha de sabão".

Talk show é a história de Yossi Menelik, um judeu negro de olhos azuis, nascido na Etiópia e que vem para o Brasil com seus pais, que são convencidos de o deixarem aqui sob a tutela de um primo. Yossi é educado e aliciado sexualmente pelo primo. Ele se torna um exímio sedutor que tira proveito de seus dotes físicos e intelectuais para explorar homens e mulheres seduzidos pelo seu charme. Yossi é um escritor bem sucedido, que faz sucesso também como amante, na badalada sociedade carioca. Porém sua fama é abalada com o surgimento de um sócia, que se faz passar por ele e toma seu lugar. No entanto, o jogo de trocas é tamanho que o leitor fica sem saber quem é quem, no fim das contas. A mídia cria o mito, anuncia seus livros e denuncia seus crimes, indiscriminadamente, Yossi é um vilão e é também uma vítima: ao mesmo tempo em que explora, é usado e, posteriormente, desprezado pela sociedade. A grande revelação de sua dupla identidade, o "desmascaramento" do suposto sócia se dá em um programa de televisão, estilo Jô Soares.

A forma híbrida usada para compor o texto deixa claro o objetivo de colocar a discussão no nível textual. Flávio Carneiro, em resenha publicada pelo Jornal do Brasil, afirma que não há narrador em *Talk Show*, há, sim um "romance que se narra, a partir das colagens de vários fragmentos". Não pode, então, haver uma verdade quando as vozes que narram são impessoais: artigos de jornais, comunicados para conferências, discursos feitos em voz alta num bar vazio, programas de rádio e televisão, convites para lançamento de livros, papagaios, sócia... Na verdade, assim como a matéria de que trata, esse texto é o próprio embuste midiático. Zuenir

Ventura, na orelha do livro, convida o leitor para a leitura que pode ter vários caminhos: "como uma parábola sobre a ambigüidade, uma sátira sobre o embuste ou uma simples brincadeira".

O livro ainda não é matéria de estudo da crítica literária acadêmica especializada, com pouco mais de dois anos de sua publicação e sendo o autor também um quase estreante, a crítica a que tivemos acesso é feita basicamente de resenhas em jornais e revistas. Tais resenhas recebem o livro como uma crítica à imprensa e ao mercado editorial e o evocam como bom exemplar da literatura brasileira de 2000:

Norma Couri, (Caderno 2, O Estado de São Paulo, 2/08/2000): "Entre as taras e a Torá, a memória do Rio Tana e de Copacabana, os suicídios e a sofreguidão sexual, segue a trama deste livro, um jogo de espelhos, identidades, falas e falos. Fábula anárquica cheia de armadilhas de estilo e conteúdo, este é um bom exemplar da literatura ano 2000"

Hugo Almeida, doutorando em Literatura Brasileira na USP, e autor de romances (Jornal da Tarde, 14/10/2000) : "O escritor carioca fez uma experiência mais ousada no novo trabalho: uma crítica irônica e divertida, em alguns momentos ferina, à vaidade dos escritores de sucesso."

No dizer de Luciano Trigo, em resenha apresentada na IstoÉ online, o texto de Bloch apresenta uma crítica ferina à fogueira das vaidades do meio editorial que é apresentado como um mundo feito de aparências, repleto de pessoas que mostram atitudes mas não têm conteúdo:

Menelik tira proveito – sexualmente, inclusive – de sua relação com todas elas, sem deixar de julgá-las ridículas. É uma galeria grotesca: o editor afetado Joan Alfred, com sapatos franceses, gravatas coloridas e grandes óculos de armação vermelha que não disfarçam o olhar embotado; a agente literária Florina Inaiá e a dermatologista Lucy, uma e outra sexualmente vorazes e pervertidas; o crítico literário suarento Cid Ferreti, que faz de sua atividade um instrumento de ascensão social; e até um papagaio, Verde Louro (parente politicamente incorreto do Louro José?), que substitui o escritor numa noite de autógrafos.

A crítica jornalística também contribui na leitura deste como um romance que fala das aparências, do vazio, da falácia. É interessante retomar a idéia de Jair Ferreira dos Santos, quando aborda a questão da saturação da sociedade pós-industrial pela informação e do sujeito pós-moderno: *Narciso dessubstancializado* (Santos, 1997:102) é o próprio Yossi Menelik, mas são

também Florina, Cid Ferreti, Joan Alferd e até o Verde Louro. A galeria de personagens que representam os "sujeitos atomizados" aumenta com esse romance.

A mídia continua tratada aqui como um personagem, sendo usada como matéria-prima para o texto e exposta em toda sua "impostura". No texto, mídia e mercado "recheiam" uma identidade vazia, criam personagens que serão adorados, venerados, imitados mas, quando convém, ela mesma se encarrega de desmitificá-los, tiram a máscara do indivíduo, e não há nada para ver. Esse personagem controlador, como num jogo de espelhos, vira "o dono da voz" e faz a propaganda do livro que traz, como eles mesmos dizem, uma "crítica à imprensa", "uma crítica ao mercado editorial". Interessante pensar nessa troca de papéis, controladores e controlados medindo seus passos e espaços, avaliando até onde ir e como recuar.

@ @ @

A partir desses exemplos percebemos que uma das possibilidades para a literatura contemporânea é se utilizar mesmo desse jogo com a mídia e o mercado. Até certo ponto, ela está trilhando um caminho anunciado e pretendido mesmo por Silviano Santiago em seu conhecido ensaio *Fechado para Balanço* ⁶ onde ele coloca que apesar de não querer "jogar o romancista moço às feras do mercado, pedindo-lhe que utilize indiscriminadamente os recursos dos meios de comunicação de massa para escrever um *best seller* segundo as leis do consumo" (Santiago, 1982:94) parece-lhe evidente a necessidade de se apropriar desses recursos para a elaboração de uma literatura que alcance o público. É necessário, acredita Silviano, a intervenção crítica nas leis de consumo que nos são impostas pelo "texto ficcional (a novela) que nos é impingido pela TV" (Santiago, 1982:95).

⁶ SANTIAGO, Silviano. *Fechado para balanço; 60 anos de Modernismo*. In: PROENÇA FILHO, Domício (org.) *O livro do seminário*. São Paulo, LR Editores, 1982.

Como este não é um tempo de muitas certezas, não chegaremos, obviamente, a nenhuma conclusão fechada, podemos apenas apostar em algumas pistas que sirvam como fios e dobras a serem posteriormente mais desenvolvidas e melhor elaboradas.

Talvez os nossos ficcionistas contemporâneos estejam tentando realmente isto, intervir criticamente, levantar questões e propor alternativas a esse real virtual que percebemos agir no cotidiano de nossas vidas, e principalmente, na produção e divulgação da nossa cultura. Pode ser que desejem tratar da impossibilidade de se falar “em nome de” alguma coisa, da impossibilidade de controlar sequer a sua imaginação quando todo seu real é fantasmagoricamente controlado por uma hiperrealidade virtual. Mas, quem sabe, não seja nada disso. Talvez eles só queiram mesmo se divertir, brincar de escrever. E nós estaríamos então, num lugar controlador, quase como mídia e mercado, tentando adivinhar seus desejos.