

As múltiplas faces de um espelho: a Literatura e seu lugar no mundo

Prof^ª. Amanda Cássia Vieira

Prof^ª. Dr^ª. Betina Ribeiro Rodrigues da Cunha

Resumo

Este artigo discute a relação entre Literatura e Mídia, questionando o lugar daquela no cotidiano do homem-cidadão contemporâneo. Essa discussão permite concluir que o acesso à produção literária de massa é insuficiente para formar cidadania. Concebida a Literatura como um bem cultural de direito do cidadão, deve-se garantir a sua circulação sem barreiras, o que pode determinar rearranjos nos níveis de desigualdades sociais e nas formas de produção de conhecimento.

Palavras-chave: alienação, literatura, mídia.

Abstract

This paper discusses the relation between Literature and Mídia, questioning the place of that in men's daily life as a contemporaneous citizen. This study has a chance to conclude that the access to a literaly mass production is insufficient to construct citizenship. Literature is conceived as a cultural property of any citizen duty, so it is good to guarantee its circulation without limits, what it can determine the rearrangements in the levels of social differences and in the ways of knowledge production.

Key-words: alienation, literature, mídia.

Prof^a. Amanda Cássia Vieira

Qualificação:

Graduação em Letras
Centro Universitário do Planalto de Araxá - UNIARAXÁ

Local de trabalho atual:

Escola Cantinho do ABC

Endereço eletrônico: manndinhacassia@hotmail.com

Prof^a. Dr^a. Betina Ribeiro Rodrigues da Cunha

Qualificação:

Graduação em Letras
Universidade Federal de Uberlândia - UFU
Mestrado em Letras
Universidade de São Paulo - USP
Doutorado em Letras
Universidade de São Paulo - USP
Pós-doutorado em Literatura Comparada
Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ

Local de trabalho atual:

Centro Universitário do Planalto de Araxá - UNIARAXÁ

Endereço eletrônico: betinarcunha@uniaraxa.edu.br
betinarcunha@netsite.com.br

As múltiplas faces de um espelho: a Literatura e seu lugar no mundo*

Prof.^a. Amanda Cássia Vieira

Prof.^a. Dr.^a. Betina Ribeiro Rodrigues da Cunha

0. Introdução

Diante de uma sociedade capitalista, de conhecimento fragmentado, com senso de criatividade, raciocínio limitado e, conseqüentemente, da notável desvalorização da literatura, surgem algumas indagações a respeito deste tema tão polêmico. O que tornou o homem um ser alienado? Perante esta alienação, qual é o papel da literatura na sociedade? Por que esta se distanciou do cotidiano do homem?

Ao discutir a posição ocupada pela literatura na sociedade, percebe-se que tal manifestação se restringe a uma minoria, sendo propriedade de alguns. Neste mundo ocidental capitalista, preocupado somen-

* Monografia apresentada ao Uniaraxá em dezembro de 2006 como exigência parcial de conclusão do curso de Letras. Foram membros da banca os Profs. Ms. Hermes Honório da Costa e a orientadora, Dra. Betina Ribeiro Rodrigues da Cunha. O trabalho obteve nota máxima com recomendação para publicação.

te com a produção de bens; literatura é coisa para desocupados, loucos ou apaixonados, para quem vive em devaneios, ou seja, para um tipo especial de homem – o poeta. Este afastamento reservou às obras literárias um lugar especial, ora privilegiado, ora menosprezado. Desse modo, como a literatura pode contribuir no processo de desalienação do homem? Como se relacionariam literatura e massificação?

Tais questionamentos, aqui elucidados, serão abordados a fim de esclarecer e situar a sociedade perante a problemática da alienação. Já que é um tema extremamente complexo, não é intenção, tampouco está ao alcance dessa pesquisa, propor soluções para a desalienação social, e sim, possíveis alternativas para a amenização deste fenômeno, através da contribuição das obras literárias, conscientizando o homem da importância da literatura como instrumento de emancipação.

Inicialmente, analisa-se o lugar da literatura na sociedade e suas relações com o mundo contemporâneo, através de um estudo evolutivo, iniciado com as primeiras manifestações literárias, na antiguidade, culminando com a pós-modernidade.

Em um segundo momento, apresenta-se a alienação como um fenômeno social: nas primeiras manifestações de criatividade do homem, suas produções se fundiam ao prazer de fazê-las, traziam a sua marca. Hoje, a produção se tornou mecânica e o homem, uma engrenagem do sistema. Esta transformação teve início no trabalho e proporcionou a difusão cada vez mais intensa da alienação, alcançando diversos setores da sociedade, até mesmo a literatura.

Na terceira parte do artigo, enfatiza-se o período da modernidade, inicialmente eufórico e posteriormente descrente, no qual a alienação tornou-se mais acentuada devido à contribuição da mídia. Esta conquistou o público e através da colaboração da publicidade gerou no indivíduo um comportamento passivo.

Na quarta parte, diante da evidente desumanização do homem, a literatura revela-se como uma manifestação universal presente e atuante no meio social, portanto, um instrumento propulsor de cidadania e emancipação, capaz de resgatar e modificar valores e concepções.

Dessa forma, espera-se que este estudo possa ser visto como fonte de reflexão para a sociedade, diante do caos vivenciado pelo

homem contemporâneo. Além de ser um estímulo para a adesão destas propostas e conseqüente divulgação dos ideais veiculados, a fim de formar indivíduos mais participativos e conscientes de seu papel social.

1. Literatura e espaço social: um lugar ao sol?

Para discutir a posição ocupada pela Literatura na sociedade atual, faz-se mister, inicialmente, observar como surgiram as primeiras manifestações literárias, desde a Antigüidade do homem, representadas em suas canções através da linguagem. São criações que se fundem e simbolizam hábitos, costumes, ideais e estados de espírito, trazendo, em si, a sua marca. Desse modo, o trabalho do homem, os artefatos por ele produzidos eram partes integrantes de sua identidade, pois depositava em cada produto sua história, reconhecendo-se em meio de outros milhares. Tal atividade era intimamente relacionada ao prazer, ou seja, o homem criava e não reproduzia mecanicamente. É o que exemplifica Ivete Walty (2001, p. 86), ao retratar as *Chansons de toile*, forma mais antiga do lirismo na França, que encantavam as damas ocupadas em bordar e tecer. Nessas canções, o tecer da lã se fundia ao tecer da linguagem num fio único de vida e arte. Já no campo, as pessoas cantavam e dançavam durante o trabalho. O camponês descrevia o que fazia através de textos que expressavam sua integração com a natureza. O boiadeiro, nas suas canções, fundia o esforço com a alegria. A lavadeira não distinguia o canto do rio de seu próprio canto. Assim, nas comunidades mais primitivas o homem respirava e vivia a “literatura” como parte integrante de seu viver, através de uma forma espontânea livre e criativa.

Mas, aos poucos, estas manifestações, quase sempre coletivas, foram se afastando rumo aos palácios e às escolas, perdendo o vínculo com o povo e suas atividades diárias, até se restringirem a uma elite cultural. Dessa forma, as criações poéticas se tornam propriedades de alguns e inacessíveis à grande maioria. Hoje, ao ouvir nas fábricas uma música proferida por operários, percebe-se que não há nenhuma iden-

tificação com o seu trabalho; trata-se apenas de uma mera repetição, caracterizada pela produção dos meios de comunicação de massa. Nota-se, portanto, que a Literatura, entendida como uma manifestação natural do homem, de caráter criativo, humano e social, fora afastada do povo, sendo-lhe reservada um lugar especial, ora menosprezado, ora engrandecido.

Desde Platão, a Literatura é vista como uma distorção da realidade e da verdade, sem nenhuma utilidade para o homem. Seu conceito, ligado à ficção, sempre foi descrito como irreal e utópico. Isto porque, para Platão, o mundo se dividia em três segmentos: o modelo, reino das idéias absolutas; a cópia, o mundo que concretiza as idéias; e o simulacro, a cópia da cópia. A Literatura pertence a este terceiro degrau e se, para Platão, tudo que se afastasse do modelo era considerado inferior, o apelo para as emoções enfraquecia o homem por recorrer ao seu lado não racional. Assim sendo, consolidou-se a concepção de que a ficção está ligada ao sonho, não possuindo nenhuma relação com o real.

A função do simulacro é justamente a de reverter o conceito das idéias absolutas, relativizando a verdade ao mostrar que os acontecimentos são apenas representações da realidade sujeitas a questionamentos. Aqui, a quebra da hierarquia entre modelo, cópia e simulacro não se configura como algo interessante para o sistema. Porque o simulacro – representado, no caso, pela Literatura – é considerado como diferente, e tudo que é estranho é visto como questionável.

Diante de uma sociedade regida pelo capital, só tem valor aquele que produz algo que possa ser revertido em dinheiro, e o seu impulso é a produção. Não há mais espaço para a Literatura; o poeta é visto como alienado, um “louco” que só pensa em construções “sem nexos” e utopias. Tal caracterização constitui-se como uma forma de neutralizar seu poder questionador, já que é tido como perigoso para a estabilidade do sistema, o qual dispõe de artifícios bastante eficazes para afastar a Literatura da sociedade. Percebe-se esse processo no próprio estatuto ficcional a ela conferido. Um conceito ligado a questões somente realizáveis na imaginação, ou seja, irrealis. Ao analisar a origem da palavra ficção, esta surpreende por sua complexidade e pela rever-

são de seu conceito original. Já que ficção vem do latim *fictionem*, com raiz no verbo *fungo/fingire*, que se liga ao verbo fazer e criar. Desse modo, criar, dar vida e fingir não parecem ser atos tão opostos. Ficção e realidade não possuem fronteiras tão longínquas.

Na leitura, o acesso e o espaço de circulação dos livros não abrangem a classe menos favorecida, pois a forma, o vocabulário, a sintaxe e os conhecimentos veiculados criam um leitor-modelo distanciado. Aliás, todo texto pressupõe um leitor ideal, que age como figura interagente e colaboradora da obra. Logo, conforme (PUGLIATTI, 1989, apud ECO, 1999, p.22) “o que determina a competência dos leitores-modelo é o tipo de estampagem genética que o texto lhes transmitiu”. Desse modo, poucos têm acesso aos textos literários. Essas produções, segundo o discurso ideológico do sistema ou da coletividade, são qualificadas como uma atividade não séria, sem nenhuma importância para o progresso da sociedade. Outro exemplo dessa manipulação encontra-se na desvalorização das ciências humanas, ocorrida nas próprias escolas, e nas quais as disciplinas ligadas à criação como Artes e Literatura possuem a menor carga horária: a metáfora e os símbolos só possuem privilégio na Literatura; foram extirpados do meio social e não pertencem mais ao dia-a-dia das pessoas; são controlados à distância e tratados como um elemento estranho. Tal fato não é percebido nas disciplinas referentes à área das ciências exatas, pois são consideradas mais técnicas e objetivas, ou seja, mais racionalizáveis e científicas. Logo, percebe-se a desconsideração do elemento conotativo em relação ao denotativo; uma tentativa explícita de excluir a criatividade, a sensibilidade e o imaginário do cotidiano das pessoas.

Outro fato digno de ser abordado refere-se à influência do sistema capitalista nas artes. Através da cultura de massa e da mídia, que vem alimentando e criando os sonhos, dúvidas e anseios nas pessoas, o sistema social enfatiza valores que interessam à ideologia dominante. Ao apresentar soluções mágicas para os problemas, produz-se convenientemente a utopia:

○ princípio da realidade se subordina à ideologia dominante. ○

indivíduo assimila valores, introjeta censuras, sob o controle das instituições sociais de que ele participa, do real de que ele faz parte. Até seus sonhos e seus desejos são fabricados pela sociedade em que ele vive. (WALTY, 1999, p. 36)

A própria Literatura está sendo desnorteada de seu fluxo original. E cabe a ela, se não quiser perder sua legitimidade e autenticidade como expressão do homem e da sociedade, não compartilhar da ideologia do consumismo, já que a indústria cultural enfeitiça o homem, impõe-lhe ideais de consumo e abafa as possibilidades de crítica e autonomia, tão específicos do ser humano. Nesta perspectiva, a Literatura fica impossibilitada de cumprir sua verdade estética, fator indispensável para que seja geradora de transformações sociais. E essa distorção sofrida pela Literatura, em conjunto com seu progressivo afastamento das camadas populares é resultante de sua potencialidade revolucionária, ao evidenciar arbitrariedades e mostrar que tudo são representações sujeitas a questionamentos, pois tanto os discursos factuais como os ficcionais fazem apenas uma leitura do real.

Desse modo, a Literatura propõe novos pensamentos, atitudes e distintas formas de ver o mundo, a fim de promover a liberdade de expressão do que foi reprimido. Esse despertar do sujeito para a criticidade é definido como um comportamento ameaçador da ordem instituída, que deseja a permanência da alienação e do senso comum. Por conseguinte, a Literatura é isolada em espaços próprios porque esta é a única forma de neutralizá-la. A sociedade complexa, que procura dar a cada coisa o seu lugar, exclui o poético como manifestação social, enquanto impõe como verdadeiros outros discursos. Ao rejeitar o discurso ficcional, o sistema legitima os discursos jornalísticos, técnicos, científicos que passam a ser lidos e comprovados; é o método utilizado pelo sistema: dividir para melhor dominar. Dessa maneira, os discursos objetivos circulam pela sociedade sem contestação e com aprovação. O literário é reprimido e usado somente como instrumento de distração.

2. Literatura: alienação e ideologia do consumo?

O lugar ocupado pela Literatura na sociedade, nesta época contemporânea, é reflexo de um aglomerado de circunstâncias que levaram o homem a se distanciar de si próprio. A preocupação demasiada com o supérfluo, com bens materiais, seu individualismo e falta de reflexão conduziram-no à condição de alienado. A alienação é um termo muito em voga atualmente, recebendo várias definições como cessão de bens, transferência de domínio de algo, perturbação mental, na qual se registra uma anulação da personalidade individual, arrombamento de espírito e loucura. Percebe-se, portanto, que é um termo amplo, extremamente complexo e que pode ser analisado sob distintos aspectos. Etimologicamente, alienação vem do latim *alienare*, *alienus*, que significa “que pertence a outro”. Desse modo, alienação é transferir ao outro o que lhe pertence.

O conceito de alienação é histórico, tendo uma ligação recíproca entre sujeito, objeto e condições concretas específicas: a história afirma que o homem evoluiu de acordo com o seu trabalho. Portanto, a diferença do homem está na forma criativa de procurar soluções para seus problemas e na capacidade de transformar o mundo construindo sua própria existência. Com a prática do trabalho, o homem desenvolve seu raciocínio e sempre aprende uma “nova lição”. Entretanto, o surgimento do capitalismo constituiu-se em um regime de exploração e de injustiças sociais. Tal fato se explica em decorrência do surto de industrialização ocorrido em todo cenário mundial, no século XVIII, no qual a energia natural é substituída pela máquina a vapor e favorece o surgimento de uma nova classe, a burguesia. Vive-se, neste período, a ascensão da técnica e da ciência em detrimento dos agentes sobrenaturais, antes validados. Diante do novo saber instituído, a ciência é considerada o único saber possível, provocando transformações cruciais no ambiente humano. E a exaltação da ciência aliada ao otimismo transparente de que a razão é fonte de progresso, leva o homem à crença na perfeição e verdade absoluta. Todavia, o resplendor do progresso não oculta a questão social e desfaz o sonho utópico da sociedade ideal. O fascínio despertado pela máquina provoca a intensificação da procura

do lucro e retira do homem a posse de seu produto.

Assim, a alienação se manifestou a partir do momento em que o objeto fabricado se tornou alheio ao sujeito criador, ou seja, ao criar algo fora de si, o funcionário se negou no objeto criado. As indústrias se utilizavam da força de trabalho sem que os funcionários necessitassem ter conhecimento do funcionamento da indústria inteira; a produção foi totalmente coletivizada, precisando de várias pessoas para a confecção de um produto, mas nenhuma delas teria o conhecimento de todo o processo.

Tal fato foi denominado por Marx de *Fetichismo*¹, processo pelo qual mercadorias inanimadas são consideradas como se tivessem vida. A relação entre os produtores não ocorriam entre eles, seres humanos, mas entre os produtos. A mercadoria adquiriu um valor superior ao homem e o importante não era mais o sentimento, a consciência, mas sim o que a pessoa tinha, sendo o dinheiro o maior fetiche desta cultura. Em consequência, a humanização da mercadoria levou à “coisificação” do homem, a sua desumanização.

Com isso, a alienação extrapolou os domínios da fábrica e atingiu outros setores, tornando-se um fenômeno de proporções globais, adquirindo complexidade com o transcorrer do tempo, até se definir em uma das principais preocupações da sociedade contemporânea. Trata-se, portanto, de uma técnica social de dominação, iniciada com o advento da indústria, na qual o homem se encontra reduzido a gestos mecânicos, pelo parcelamento de suas atividades.

Com esses princípios, será feito um estudo sobre alguns tipos de alienação situada no trabalho, no consumo, no lazer e até mesmo na Literatura, os quais se fazem primordiais para a compreensão da arte como objeto de transformação do homem contemporâneo.

2.1. Alienação e trabalho: identidade fragmentada?

O homem é um ser social, enleado em suas relações inter-humanas, históricas e concretas. É produto e criador de uma sociedade, regida nos moldes capitalistas da divisão do trabalho, troca e proprieda-

de privada. O trabalho, ao invés de ser uma atividade de objetivação e um mobilizador da sociabilidade, acaba por se caracterizar como uma atividade alienante. O homem é, assim, dominado por aquilo que cria.

O emprego do termo *alienação*² ganhou ênfase a partir da implantação do sistema fabril porque, nos moldes artesanais, o artesão participava de todas as etapas da confecção de um produto. O trabalho era algo pertencente a ele, e seu fruto constituía-se em um produto único, com suas características e seu estilo. Com a divisão do trabalho, o processo de produção foi “racionalizado”, conhecido, a partir de então, como *Taylorismo*³. Esse processo de trabalho visa o aumento da produtividade com a diminuição do tempo e a redução de gestos desnecessários, garantindo a simplificação e maior rapidez na produção. Desse modo, o produtor se separa de seu produto, o qual se torna estranho a ele, não mais lhe pertencendo, o que constitui alienação. De acordo com Codo (1985, p. 94),

Eis o reinado da alienação: o produto se separa do seu produtor, enfrenta-o como ser estranho, meu trabalho, meu modo de ser no mundo não me pertence. Por esta via eu me separo de mim mesmo, do outro, da história.

O capitalismo explorou o lado egoísta do ser humano e, ao promover gratificações e promoções àqueles que mais produzissem, garantindo-lhes uma ascensão social, estimulou a competição ao invés da solidariedade, disseminando, também, o individualismo. Esta fragmentação proporcionou ao capitalismo o domínio absoluto do produto final e, ao operário, a desvalorização do sentimento, do desejo e do prazer perante o produto. Em suma, o sistema capitalista favoreceu a sua “coisificação”.

O prazer de se confeccionar um produto, incutir em uma obra a sua identidade, seus valores e, enfim, reconhecer-se nesta criação, constitui-se em uma atividade eliminada do cotidiano do homem contemporâneo. As pessoas não são valorizadas por seu caráter, personalidade e atitudes, mas sim por suas posses e prestígio social. Dessa forma, constrói-se uma sociedade dominada pelo capital e pessoas manipula-

das como se fossem cifras ou coisas. Nesse sentido, a alienação do trabalho é gerada na sociedade devido à produção de mercadorias, confeccionadas pelos trabalhadores explorados. E o lucro vem a ser a usurpação do trabalhador para que mais mercadorias sejam produzidas e vendidas acima do preço investido no trabalhador. Portanto, a redução do homem a esta condição alienante é resultado de uma técnica bastante sutil e ambiciosa do sistema. Aranha e Martins ilustram com excelência esse processo:

Não é fácil submeter o operário a um trabalho rotineiro, irreflexivo e repetitivo no qual, enquanto homem, ele se encontra reduzido a gestos estereotipados. Se não compreendemos o sentido da nossa ação e se o produto do trabalho não é nosso, é bem difícil dedicarmos-nos com empenho a qualquer tarefa. (ARANHA; MARTINS, 1999, p.14)

Desse modo, o trabalho, antes instrumento de realização e liberação do ser humano, torna-se uma atividade de exploração e alienação em que o operário é submetido a uma carga horária extensa, de um exercício repetitivo e desestimulante. O sistema usa de estratégias nas quais não aparece mais um opressor individualizado e sim uma ideologia a moldar o homem segundo seus critérios, tornando-o dócil e submisso.

2.2. Alienação no consumo: falsa identidade?

O ato de consumir é característica do ser humano, que deseja suprir suas exigências orgânicas, culturais e estéticas; não só aquelas referentes à sobrevivência, mas também aquelas que promovem o crescimento psicológico do ser humano, já que é um ser dotado de uma inteligência e que precisa lapidá-la. Tais necessidades variam conforme a realidade de cada indivíduo, ou seja, o meio sociocultural no qual está inserido. Neste ato de consumo o ser humano é movido por sua sensibilidade, imaginação e liberdade, podendo fazer suas escolhas e definir

o seu estilo. Mesmo que o homem sofra influências externas, há a possibilidade de escolha autônoma que define este ato como um consumo não-alienado.

Entretanto, o que torna o *consumo alienado*⁴ é o fato de estas necessidades serem estimuladas artificialmente. O consumo, por exemplo, de refrigerantes e sanduíches de empresas alimentícias internacionais gera um consumidor que vai comer um alimento e, logo, vem na embalagem a marca de uma rede. Na verdade, a pessoa não comprou o produto por considerá-lo mais saboroso, mas sim por ser de uma empresa estrangeira e ser muito divulgada pela mídia. Esse consumismo exacerbado gerou aberrações. Monta-se uma biblioteca com os mais diversos estilos literários sem apreciá-los; compram-se várias edições de revistas sem lê-las; monta-se uma sala de som sem gostar de música. As pessoas trocam de roupa, de eletrodomésticos, de carros por se tornarem obsoletos ou mudarem o *design*. O mercado exige essa atitude, convencendo os consumidores de que a aquisição de determinado produto é indispensável para sua aceitação social.

E, pelo fato de o trabalhador não encontrar prazer na realização de suas atividades profissionais, é através da posse de bens cada vez mais compulsiva que ele busca sua sofisticação. Desse modo, pode-se afirmar que a alienação não é um atributo apenas da produção, concretizando-se, finalmente, no consumo. Ao prosperarem materialmente, os trabalhadores vêm no consumo uma atividade de prazer e compartilham do “espírito do capitalismo”.

Assim, a produção depende do consumo e vice-versa. O consumo produz a produção, e sem o consumo o trabalhador não produz. A produção consome a força de trabalho, também sustentando o consumo, pois cada produto consumido vira um produto a ser produzido. Por conseguinte, ao se consumir uma mercadoria que não é por si produzida, fecha-se o ciclo da alienação. Outro ponto problemático do consumo é que esta alienação é constantemente alimentada pelas propagandas de produtos que desumanizam os homens, tendo o objetivo de relacionar o produto com o consumidor. Portanto, a mídia apropriase dos homens e atinge seus propósitos a partir do momento em que o produto é consumido.

Tal comportamento e aparente satisfação configuram-se como uma ilusão pois, ao contrário do que se pode pensar, este consumo, impulsionado pela mídia, em que as pessoas devem comprar e consumir de uma forma intensa e frenética, aliena e descentraliza o homem cada vez mais. Quando o desejo de consumir torna-se incontrollável e nunca satisfeito, a ponto de a ânsia de consumir perder toda relação com suas necessidades reais, o homem é impedido de ver sua própria exploração e conseqüente perda de sua liberdade. O indivíduo deixa de ser o centro de si mesmo e, dessa forma, tem sua capacidade crítica e reflexiva comprometida, o que implicaria, conseqüentemente, na desvalorização das artes, da filosofia e da Literatura.

2.3. Alienação no lazer: identidade sem prazer?

O lazer é indiscutivelmente uma criação da sociedade industrial, e atingiu características especiais a partir do século XX. Antes era uma atividade restrita aos nobres e, mais tarde, tornou-se também um privilégio dos burgueses. Este tipo de atividade não se estendeu aos camponeses que viviam antes da revolução industrial.

Com o advento da era mecanizada, a sociedade tomou novas proporções. Os trabalhadores conquistaram alguns benefícios, dentre eles, a diminuição da jornada de trabalho que cria o tempo *liberado*, definido como aquele gasto na realização das atividades domésticas, obrigações familiares, ou seja, tempo aplicado de distintas formas. Entretanto, este não se configura como uma atividade de lazer, já que o tempo propriamente livre é aquele que sobra após a realização de todas as atividades que exigem uma obrigatoriedade. Mas afinal, o que é lazer?

O lazer pode ser caracterizado como um conjunto de ocupações, às quais o indivíduo se entrega livremente para se divertir, informar-se ou descansar. O lazer favorece a mudança, quer seja de hábitos, como aqueles propiciados por viagens, cinema, jogos ou de cunho intelectual com o estímulo às atividades formativas, como a leitura e a escrita. O lazer verdadeiro é *ativo*, e em outras palavras, promove um desenvolvi-

mento no ser humano, dando prazer e transformando-o.

Entretanto, em um mundo regido por uma sociedade em que a produção e o consumo se tornaram alienados, é difícil que o lazer também não o seja. O lazer tornou-se uma extensão da alienação do trabalho, da obediência, da passividade e da renúncia à auto-atividade. A hierarquia, a submissão da vida ao planejamento de outros permanecem e se realizam também no lazer. Os grandes eventos de massa, os mega-shows, a relação com os grandes “astros” da indústria de entretenimento, a uniformização dos gestos, apenas reproduzem a massificação do trabalho alienado. O lazer do homem contemporâneo é aquele “tempo livre” do “escravo” do salário, que submete o conjunto de seu tempo às compensações inúteis.

Nas sociedades mais primitivas o lazer estava intrinsecamente ligado à cultura, que pressupõe continuidade, experiência em comum, memória e atividade, apresentando uma noção de cultura inseparável da festa, da comemoração, da religião e da arte. Eventos em que os indivíduos restabeleciam o encontro com sua comunidade, com seu modo de vida, seus valores, sua memória e seus interesses em comuns. Ou seja, o lazer promovia o prazer.

No capitalismo contemporâneo, o lazer transformou-se em uma forma de atividade econômica, numa mercadoria consumível, disseminando na sociedade a ideologia do *igualitarismo*⁵, tendo como pressuposto o assalariamento (no qual uns assalariam e outros são assalariados), no lazer todos são iguais, ilusoriamente iguais. O lazer, assim, torna-se uma inversão da vida; é situado na aparência do sistema, como uma experiência do cansaço e da frustração:

Sabe-se que pessoas submetidas ao trabalho mecânico e repetitivo na linha de montagem têm o tempo livre ameaçado pela fadiga mais psíquica do que física, tornando-se incapazes de se divertir. (ARANHA; MARTINS, 1999, p. 18).

Desse modo, o lazer do homem contemporâneo, ao invés de promover uma visão seletiva, crítica e, conseqüentemente, prazerosa,

não acrescenta nada de novo, apenas reforça o comportamento mecanizado. Vale lembrar que o lazer criativo não é apenas aquele com funções didáticas. Pode-se assistir a qualquer tipo de programa. O que diferencia uma atividade passiva de uma ativa é justamente a postura do indivíduo diante dela, pois ele pode mostrar-se ou não consciente do processo em que está envolvido.

2.4. Alienação na literatura: arte ou artifício?

A Literatura, que antigamente se inspirava no pretérito, nos clássicos passados, com a modernidade se voltou para uma nova ótica, ou seja, para as pretensões contemporâneas. Com o ingresso no mundo moderno, na era da velocidade, a Literatura também entrou em caráter de urgência. E, como a filosofia do consumismo invadiu as páginas dos livros, houve uma banalização do discurso, uma vulgarização da leitura e da escrita, os quais se deslocaram do seu sacro lugar. Ou seja, a massificação da Literatura tornou-a influenciada por outros meios de comunicação de apelo imediato ao consumismo.

A mídia teve sua grande parcela de contribuição para este acontecimento. Através da televisão, as pessoas entram em contato com milhares de estímulos sedutores que penetram em suas mentes e remetem-nas para diferentes tempos e espaços sem que façam nenhum esforço. Segundo Bucci (2004, p. 273), “A televisão virou o grande palco – talvez o único – dos acontecimentos da história contemporânea, das representações, dos signos e dos sentimentos de todas as pessoas”. A mídia interfere em todas as instâncias públicas ou privadas e entra praticamente em todos os domínios da existência humana. Por despertar um fascínio, e desta forma atuar no imaginário das pessoas, a televisão proporciona ao telespectador certo amortecimento e ao mesmo tempo uma satisfação, por meio de conteúdos de fácil assimilação que não induzem à produção de significações e à reflexão:

Na era da cultura de massas, tem-se massas sem ter cultura.
Os melhores produtos do espírito humano não são leva-

dos de modo efetivo à população. Não se procura educar o povo através da arte: procura-se divertir, com superficial engodo. (KOTHE, 1994, p. 89)

Desse modo, a literatura clássica, antiga e moderna, que poderia ser uma das alternativas para a massificação promovida pelo sistema midiático, quase não é lida; as pessoas preferem a televisão. E, quando optam pela leitura, recorrem a histórias de aventuras, narrativas sentimentais e ficção científica, nas quais se efetuam através dos personagens, enredos felizes.

Perante uma sociedade carente de utopias, há a criação dos subgêneros das obras de iniciação à auto-ajuda, com conteúdos que apontam na aparência: beleza física, vigor e juventude. E, mais extremamente, aquelas obras que prometem a fortuna e o sucesso, constituem-se em estratégias ilusionistas com o intuito de ocultar a realidade e impedir a veiculação de obras mais densas e complexas. Logo, a literatura de função utilitária, com significado único e interesse apenas econômico, promove uma distorção na função da arte, perde seu valor social e seu poder de subversão.

Competir com este tipo de literatura é uma tarefa árdua, já que a sociedade não foi estimulada a pensar, criticar e refletir. Portanto, esta literatura disseminada pelo sistema expõe, para os leitores, fórmulas prontas. “Pensar para quê? O sistema faz isso por você”. Esse processo controla não só o gosto musical, estilo de vestir, o que comer, mas também atitudes, reações e pensamentos.

Assim, a sociedade torna-se manipulável e ideologicamente influenciada pelo discurso da mídia, já que a indústria do lazer é muito complexa, e, perante esse bombardeio de imagens, o texto literário acaba perdendo a sua capacidade de sedução e de influência sobre as pessoas, as quais se tornam presas fáceis do sistema, prisioneiros com pouca liberdade de escolha e decisão.

Diante de tais fatos, conclui-se que a alienação alcançou proporções tão amplas, abrangendo diversos setores da sociedade que, até mesmo a Literatura, instrumento de transformação e transgressão da sociedade, está sendo influenciada por este fenômeno. Como conse-

qüência, tem-se a decadência na educação, a corrupção no sistema político e a violência na qual o país está mergulhado. Por isso, a Literatura é tão importante, pois ela é um objeto que desperta o senso crítico das pessoas, tornando-as ativas e revolucionárias em seu meio social, político e econômico.

3. Modernidade: mutações e conseqüências

Inicialmente, a modernidade caracterizou-se por um período de expectativa otimista em relação ao homem e suas potencialidades, pois com a valorização da ciência e da tecnologia, criou-se a utopia da sociedade justa e de liberdade plena. Entretanto, a crença na existência de um “paraíso terrestre” não se consolidou. A modernidade, com o racionalismo e a burocratização, trouxe grandes progressos no âmbito das condições materiais do homem. Em contrapartida, porém, houve uma acentuada insatisfação pessoal e certa perda de identidade.

A nova organização social não propiciou ao homem moderno os resultados esperados; ao contrário, acentuou maciçamente as desigualdades e promoveu a alienação. Assim, as conseqüências desencadeadas nesta época se refletem e se intensificam cada vez mais, atingindo na era contemporânea o seu ápice. Diante de tais fatos, o homem da atualidade revela-se frustrado, descrente em relação à sua existência, demonstrando uma atitude de conformismo.

Com a interferência da mídia, o homem inicia uma busca nostálgica ao passado, sendo alimentado diariamente por doses de prazer e de desejo propiciadas pelos mecanismos audiovisuais. A partir de então, a instantaneidade ganha destaque sobre a razão e se forma um novo tipo de sociedade: a do consumo.

Desse modo, a mídia usa de recursos cada vez mais envolventes e por meio do seu jogo de sedução, conquista os cidadãos, transformando-os em consumidores. As mercadorias tornam-se personalizadas, dotadas de um apego afetivo e tratadas como seres humanos; valoriza-se a imagem ao invés do conteúdo. Assim, como colaboradora desse processo, a mídia recebeu a contribuição dos veículos publicitários.

rios, que vieram reforçar ainda mais a idéia de passividade gerada pela era eletrônica.

Além do mais, os veículos de comunicação de massa – notadamente a televisão, que atinge todos os níveis da camada social – atuam como um poderoso mecanismo de propagação da ideologia dominante. Esse contato cada vez maior com os objetos eletrônicos reduz a relação das pessoas e, conseqüentemente, diminui a comunicação entre elas. Fator preocupante perante uma sociedade que se tornou individualista e fragmentada.

Esses aspectos retratam a emergência do novo momento histórico vivido pela humanidade, marcado pela eclosão da civilização da imagem e denominado de era contemporânea. Uma geração que se encontra extremamente desiludida quanto à existência de um futuro, mas que ainda manifesta um sopro de esperança na capacidade do homem, a de reverter uma situação e conduzir a nova geração ao equilíbrio necessário para viver em harmonia.

3.1. A indústria cultural: instrumento de dominação

No florescer da geração contemporânea, observa-se uma cultura repleta de semelhanças, ou seja, todos os setores ligados à cultura como o cinema, a televisão, o rádio e as revistas constituem um sistema coerente em todos os sentidos. Com a proliferação da cultura de massa, através da produção de objetos padronizados, sejam eles de natureza literária, televisiva, cinematográfica ou mesmo artesanal, a sociedade também adquire características homogêneas. A indústria cultural utiliza de métodos sutis e eficazes a fim de satisfazer as necessidades do consumidor e oferecer soluções imediatas para suas carências, conquistando seu espaço ao garantir a imposição de sua ideologia de dominação.

Com o advento da globalização e, conseqüentemente, da era eletrônica, em que os acontecimentos operam em um ritmo frenético, a sociedade foi se moldando e se direcionando a fatos imediatistas e simultâneos, tendo como principal meio percussor deste processo a

mídia. Devido à aceleração e instantaneidade da informação promovida por veículos envolventes que estimulam todos os sentidos simultaneamente, o que enquadra esta sociedade na civilização da imagem:

A indústria cultural não se resume à revolução dos meios. Manifesta-se primordialmente na manipulação dos conteúdos. Por isso, procede a mais devastadora despolitização da sociedade, já que, no lugar de promover a formação e participação política, opta pela imposição do consumo de espetáculos pré-fabricados. (LUCAS, 2001, p.15)

Desse modo, o capitalismo dissemina na sociedade a felicidade do consumismo, da estética e da aparência, enquanto que a elite dominante retém a verdade e camufla-a por meio da ilusão visual, reforçando seu poder ideológico. Como os meios de comunicação são regidos por esta concentração de poderes, a mídia promove a falácia do desenvolvimento nacional e manipula a sociedade, impondo valores e estereótipos e, conseqüentemente, instaura a alienação de uma sociedade alheia aos acontecimentos.

Como exemplo desta produção capitalista tem-se as novelas televisivas. Textos de enredos velozes, sem valorização lírica, mas que sobressaltam a exaltação da busca da verdade e o heroísmo dos mocinhos, garantindo a intencionalidade ideológica e o controle da informação. As telenovelas reproduzem as diversas relações sociais da sociedade capitalista, sendo que a relação entre a novela e o espectador é mantida através de uma identificação entre a trama e os personagens. Esse processo configura-se em uma espécie de compensação pelas condições tão antagônicas e marginalizadas da população, que, ao se identificar com um determinado personagem, conforma-se com uma realidade imutável. Na novela tudo é possível, a ascensão social, a felicidade, o amor e a paz interior. Esses valores são aqueles que o telespectador busca encontrar, e é isso que o faz voltar todas as noites à frente da televisão:

A mídia, legitimadora da economia de mercado, tornou-se fonte

da retórica do embelezamento da desigualdade e da dependência. Ingressou na estética da ilusão. Com a sua aparência multívoca, escamoteia a realidade e oferece um mundo ilusório em cores. (LUCAS, 2001.p.53)

No caso do cinema, a repercussão é similar, possui um roteiro mais condensado que os enredos novelísticos. Nos filmes, os astros e estrelas surgem e desaparecem em forma de ciclos, e os conteúdos também variam apenas aparentemente, pois sempre apresentam a mesma essência: tese, antítese e síntese. Os filmes são sempre ricos em recursos paisagísticos e sonoros que apelam para as emoções das pessoas. São enredos dramáticos em que o herói se encontra em uma situação conflitante; tal clichê é empregado para manter o interesse do espectador até o fim. Mesmo sabendo desde o início o desfecho do filme, a sensação de alívio e prazer diante da concretização do previsto é inevitável. E assim, através dos finais felizes promovidos pela ficção, a indústria cultural “ganha” o público, pois estes crêem que seus problemas desaparecerão assim como nas telas do cinema.

Os programas educativos e os noticiários também entraram em caráter de “urgência”. Quanto aos primeiros, são destinados os horários mais impróprios e, porém, com menor audiência. Já os noticiários atingem uma parcela significativa da população, entretanto, dispõem de conteúdos superficiais; de verdade discutível, em que muitas vezes, a notícia é apresentada de forma distorcida e manipulada. Outro importante meio de comunicação desta seleta lista alienante é o jornal, antes tão convidativo, um deleite ao intelecto, hoje tem seu chamado “caderno cultural” reduzido à venda de espetáculos desprovidos de mensagens, com apelos imediatos e sensacionalistas.

O método utilizado pela indústria cultural é tão sutil que as pessoas não percebem que estão sendo controladas, tocadas nos seus pontos mais suscetíveis, os sentimentos. Diante dessa ilusão, o homem torna-se passivo, com sua capacidade intelectual comprometida e incapaz de lutar contra o sistema e as injustiças sociais.

Além disso, a publicidade também tem uma participação efetiva na formação da imagem vendida pela indústria cultural. Tais reflexões

serão arroladas no tópico seguinte.

3.2. A publicidade: instrumento ideológico

Dentre o sistema midiático, a *publicidade*⁶ é um instrumento que favorece a disseminação da alienação na sociedade, ao usar de recursos semelhantes aos das sociedades tribais, a magia, para manipular as pessoas. A publicidade dispõe de meios nos quais constroem-se mundos idealizados pelas pessoas. Um lugar onde tudo é perfeito: as mulheres sempre belas, as crianças saudáveis, os jovens conscientes e os idosos felizes. Uma realidade que contrasta com aquela vivida pela maioria da população, configurando-se em um jogo utópico que vem apenas ilustrar as verdadeiras carências da sociedade.

Através de seu *discurso*⁷, a publicidade categoriza e ordena o mundo, ditando a nova tendência do vestuário, o programa de televisão ideal, os alimentos mais saudáveis, enfim, projeta segundo o desejo da classe dominante a sociedade perfeita, e faz do consumo um projeto de vida. Assim, sua função e influência não se limitam apenas à venda de um produto incentivando o consumo. A relação entre publicidade e sociedade vai além, e alcança os limites da realidade social.

Pode-se dizer que a função da *propaganda*⁸ é ainda mais influente que a do consumismo, já que o consumo de determinado produto atinge somente uma classe específica, enquanto os efeitos da propaganda são globais e refletem sobre toda a população. Uma propaganda anuncia muito mais que produtos; também vende estilos de vida, sensações, emoções e *ideologias*⁹. Dessa forma, o estudo da propaganda permite explicitar as características fundamentais da sociedade (ocidental) industrial-moderna-capitalista.

A publicidade se constitui efetivamente nos milhares de anúncios, filmes, *outdoors*, folhetos, rótulos e camisetas que invadem, através da mídia, o universo cotidiano dos homens. Ela é responsável por dar existência aos produtos para os consumidores, tornando-os essenciais. Isto porque todos os produtos, indistintamente, são oriundos de um mesmo processo caracterizado na produção.

Assim, no universo publicitário tudo é possível, faz-se dos “valores eternos” como a felicidade, o amor, a saúde e a riqueza uma fusão com os produtos, tudo isso magicamente. A partir de então, cada um esboça uma “história de vida” que será relacionada à existência dos grupos de consumidores:

O produto vira gente. Todos receberam um tipo particular de caráter. Quanto mais nitidamente delineado for esse caráter, essa “psicologia” e o espaço social do produto, ele, provavelmente, levará uma vida comercial mais bem-sucedida. Pela publicidade, o produto vira o duplo da pessoa. Está classificado no mundo humano e nos classifica a todos. (ROCHA,1990, p.109)

Com a interferência do sistema publicitário, tais produtos passam a adquirir “personalidade”, tornam-se análogos ao ser humano, com um nome, uma identidade e uma imagem que o diferencia de tantos outros, portanto, humanizam-se. Essa divisão irá distinguir o grupo social ao qual determinado produto será destinado. Assim, a publicidade classifica os produtos e também os seres humanos, já que as distinções entre os produtos têm correspondência nas diferenças entre as pessoas. Em “Eu, etiqueta”, Carlos Drummond de Andrade (1988) expressa com autoridade, coerência e segurança a função da publicidade frente ao consumo e sua contribuição na alienação do homem contemporâneo.

Em minha calça está grudado um nome
Que não é meu de batismo ou de cartório
Um nome... estranho.
Meu blusão traz lembrete de bebida
Que jamais pus na boca, nessa vida,
Em minha camiseta, a marca de cigarro
Que não fumo, até hoje não fumei.
Minhas meias falam de produto
Que nunca experimentei
Mas são comunicados a meus pés.

Meu tênis é proclama colorido
De alguma coisa não provada
Por este provador de longa idade.
Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro,
Minha gravata e cinto e escova e pente,
Meu copo, minha xícara,
Minha toalha de banho e sabonete,
Meu isso, meu aquilo,
Desde a cabeça ao bico dos sapatos,
São mensagens,
Letras falantes,
Gritos visuais,
Ordens de uso, abuso, reincidências,
Costume, hábito, premência
Indispensabilidade,
E fazem de mim homem-anúncio itinerante,
Escravo da matéria anunciada.
Estou, estou na moda.
É duro, estou na moda.
É duro andar na moda, ainda que a moda
Seja negar minha identidade,
Trocá-la por mil, açambarcando
Todas as marcas registradas,
Todos os logotipos do mercado.
Com que inocência demito-me de ser
Eu que antes era e me sabia
Tão diverso de outros, tão mim mesmo,
Ser pensante, sentinte e solitário
Com outros seres diversos e conscientes
De sua humana, invencível condição.
Agora sou anúncio
Ora vulgar, ora bizarro,
Em língua nacional ou em qualquer língua
(Qualquer, principalmente.)
E nisto me comprazo, tiro glória

De minha anulação.
Não sou – vê lá – anúncio contratado.
Eu é que mimosamente pago
Para anunciar, para vender
Para anunciar, para vender
Em bares festas praias pérgulas piscinas,
E bem à vista exibo esta etiqueta
Global no corpo que desiste
De ser veste e sandália de uma essência
Tão viva, independente,
Que moda ou suborno algum a compromete.
Onde terei jogado fora
Meu gosto e capacidade de escolher,
Minhas idiossincrasias tão pessoais,
Tão minhas que no rosto se espelhavam
E cada gesto, cada olhar,
Cada vinco da roupa
Sou gravado de forma universal,
Saio da estampanaria, não de casa,
Da vitrine me tiram, recolocam,
Objeto pulsante mas objeto
Que se oferece como signo de outros
Objetos estáticos, tarifados.
Por me ostentar assim, tão orgulhoso
De ser não eu, mas artigo industrial,
Peço que meu nome retifiquem.
Já não me convém o título de homem.
Meu novo nome é Coisa.
Eu sou a Coisa, coisamente.

No poema “Eu, etiqueta” está explícito, em todo o seu conteúdo, o espanto e inconformismo frente à alienação promovida pelos veículos publicitários. Ao mostrar a influência dos anúncios e propagandas no cotidiano das pessoas, fornece indícios capazes de comprovar o poder de persuasão e manipulação exercido pela publicidade, levando as pessoas a mudarem seus hábitos, estilos e crenças. Em nome da

aparência e através de um consumo compulsivo e desnecessário assiste-se hoje na sociedade uma inversão de papéis, na qual, os objetos receberam valores e características humanas, ao passo que os homens foram destituídos destes predicativos, sendo qualificados como meros artigos industriais suscetíveis a substituições.

Assim, a publicidade, através de seus meios ilusórios, interfere na capacidade reflexiva do homem. Este se torna escravo da matéria anunciada, nega sua identidade, perde seu diferencial em relação aos outros, convertendo-se em um “produto” padronizado. Através dessa padronização do saber, e conseqüente recepção passiva dos fatos circundantes, o homem perde gradativamente seu poder de interferir na cultura e modificar o espaço, deixando que o sistema midiático anule esse processo distintivo de criação do indivíduo.

Nesse sentido, a publicidade se define a uma prática social. A relação entre anúncios e consumidores ocorre de forma descontrolada, pois o anúncio surge no cotidiano, seu alcance é ilimitado e não se pode evitar a sua recepção, criando o sentido de ilusão. Assim, a publicidade consagra a permanência da ideologia do capitalismo, e já que é impossível evitar o contato com o anúncio, a melhor forma de combater seu efeito hipnótico é ter uma interpretação relativizadora da publicidade.

Portanto, e diante da ênfase destinada à publicidade, a abordagem da relação entre a mídia e a literatura faz-se necessária para a compreensão do argumento aqui disposto.

3.3. Mídia e literatura

A comercialização e a fixação pelo lucro na pós-modernidade tornaram-se tão intensas, que até mesmo a literatura inseriu-se na indústria capitalista, responsável pela transformação dos bens culturais em mercadoria, sendo as formas de expressão literária difundidas nas sociedades tradicionais substituídas pela diversidade de estilos da atualidade.

No passado, um estilo substituía o outro no tempo. Hoje, devido

à aceleração da informação e ao pluralismo cultural, tais estilos coexistem paralelamente e se coadunam de forma desorganizada. A indústria cultural oferece à sociedade uma literatura banalizada, sem exigência de nenhum esforço por parte do indivíduo em desenvolver um pensamento próprio, pois tudo é facilmente assimilado e previamente programado para a satisfação imediata. Entretanto, ainda se pode dizer que há a circulação de uma literatura “legítima”, mesmo que restrita a uma parcela da sociedade, pois ainda sobrevive às tensões da era eletrônica.

Desse modo, não se pode confundir literatura de massa com literatura “autêntica,” pois, enquanto esta surge espontaneamente, aquela é gerada nos princípios da lucratividade. Como exemplo da literatura autêntica é possível citar as obras populares e eruditas. As populares são simples e nascidas da relação do homem com a natureza e as eruditas são providas de um refinamento e destinadas a um público seletivo, mas que valorizam a ética do homem. Enquanto isso, a literatura de massa é produzida para um público eclético, a fim de alcançar um amplo consumo; afinal este é o seu único objetivo. E jamais abre questões, pois oferece conteúdos conservadores, repetindo conceitos e valores estabelecidos nas classes dominantes.

Por isso, a Literatura legítima é definida como imprópria para os meios de comunicação, já que sua função não é de simplesmente comunicar, e sim de induzir à reflexão e à crítica. A produção literária não se coaduna com a velocidade, pois exige meditação e tem como propósito dar um sentido à vida e desafiar-lá. Assim, o relacionamento entre os meios de comunicação e as obras literárias foi de forte impacto, modificando-a e propiciando a criação dos subgêneros, como aqueles que causam efeito imediato nas pessoas e possuem conteúdos limítrofes e efêmeros. A literatura legitimada pelos meios de comunicação é aquela baseada na ficção, fantasias místicas e termos de autoajuda para pessoas que buscam a solução dos problemas, paz de espírito, beleza, sucesso profissional, que nada acrescentam ao desenvolvimento da autocrítica, ou seja, configuram-se em estilos que apelam para a memória e não instigam a imaginação, a qual caracteriza a capacidade criadora e reflexiva da mente humana:

Na sociedade do espetáculo, aquecida pelos meios de comunicação de massa, o livro deixou de ser fonte de saber: reduziu-se à ligeireza de uma notícia. No máximo poderá desfrutar do brilho de um momento, com a velocidade de uma estrela cadente. (LUCAS, 2001, p.16)

Além disso, a educação também está se tornando cada vez mais técnica e, conseqüentemente, menos literária. Fato observado pela falta da apreciação dos cânones da Literatura, fontes de consulta e imitação. Isto porque não é colocado ao alcance dos alunos o material necessário para praticarem sua ação criativa. As obras literárias, em específico os cânones, se tornaram depreciados pelos alunos, tachados de insignificantes por possuírem uma linguagem elaborada, um conteúdo difícil de apreender, e principalmente, por não serem um instrumento que promove o acesso ao acúmulo de capitais. Essa visão deturpada da literatura perante aos alunos ocorre justamente por não terem o hábito de exercitar o raciocínio e a imaginação. Portanto, observa-se uma crise nas formas comunicativas, que não estão sendo mais compartilhadas com o público, ou seja, a Literatura entrou em pane.

É o caso da *poesia*¹⁰. “Afinal, o que é poesia?” Poesia vem do grego *poiesis* e significa o ato de fazer, portanto, o poeta é aquele que cria, modela a linguagem, explorando seu potencial, a fim de não ser banalizada pelo uso cotidiano. É um gênero literário de circulação restrita na sociedade, embora haja algumas tentativas de ingressá-la, através de jograis, saraus e pela musicalidade dos repentistas. O que se percebe é que, aos poucos, a poesia, e conseqüentemente as obras literárias, se afastam rumo às academias, ou seja, a uma elite cultural, tornando sua apreciação restrita a uma maioria. Mas, a poesia já teve seu momento de apogeu, em que o fazer poético estava relacionado aos afazeres cotidianos e se fundia em uma perfeita sintonia com estes fatos. Desse modo, percebe-se que a Literatura “autêntica” exige um estado de interação que os meios audiovisuais, provedores de espetáculos, não propiciam ao leitor, pois ela é regida por princípios centrados no consumo e no lucro.

Diante disso, assiste-se hoje o exílio do artista da linguagem, que tenta se adequar ao mercado em busca de reconhecimento, já que a Literatura de motivação crítica vem perdendo sua capacidade sedutora. Não é por acaso que os *best-sellers* são compostos de livros de ficção e auto-ajuda, um apelo à atenção dos leitores. De acordo com Lajolo (2001, p. 15) “como investimento comercial, livros desse figurino correm riscos mínimos e oferecem boas expectativas de retorno financeiro”. Tal estatística é produzida a partir de um levantamento de opiniões do público ao sugerir o tipo de história, cenas mais freqüentes, nível de violência e sexo presentes. Esse conjunto de dados define um tipo específico de leitor e garante o sucesso de vendas, aliás, a lucratividade é o único intuito destas obras.

A circulação e grande aceitação da literatura de caráter apelativo, aliada a falta de incentivo à iniciativa criadora, à originalidade e crítica vem promovendo o rebaixamento da arte. Com isso, a mídia idealiza uma sociedade passiva, despolitizada, enfim, alienada, em busca de autores que se dispõem a refrear sua indignação política, conter sua fruição literária para alimentar o mercado, seduzindo e enganando. A Literatura está deixando de ser o impulso inicial do processo cultural, inserindo-se ao ritmo de urgência imposto pela era eletrônica.

Essa realidade dificilmente será revertida, já que a sociedade encontra-se cada vez mais envolvida com a indústria cultural. O homem tem necessidade de consumir, assistir televisão e ir ao cinema, e, está praticamente fora de cogitação nos dias de hoje evitar essas atividades. A reversão desse processo alienante se encontra na escolha dos produtos e das programações que devem ser feitas de forma crítica e reflexiva.

Crê-se que a “boa” literatura, ainda é a base da formação do homem. É um instrumento propulsor da conscientização e da transformação social. Segundo as idéias de Lucas (2001, p. 9) “as imagens não se acumulam no cérebro, nem induzem o mergulho nas camadas mais profundas do saber”. É por intermédio da literatura que o homem poderá iniciar sua caminhada rumo à autonomia e à liberdade, pois se constrói como sujeito criativo e reflexivo nesse processo.

4. Literatura: humanização, emancipação e cidadania

Em comparação às gerações anteriores tem-se, na época contemporânea, o máximo de racionalidade e de domínio sobre a natureza, o que permitiria resolver, se não todos, a maioria dos problemas mundiais, entre eles a miséria. Entretanto, a irracionalidade do homem permite que os mesmos meios propulsores do progresso provoquem a degradação da humanidade.

Hoje em dia, a questão que se tornou mais urgente é em relação à barbárie. Tal conceito é definido ao se observar que em uma civilização altamente desenvolvida na tecnologia, demonstra no relacionamento humano uma agressividade primitiva gerada e reproduzida pelos momentos repressivos da cultura:

Podemos aludir aqui ao totalitarismo, aos dogmatismos, às sociedades segregacionistas, às intolerâncias, às torturas, aos cultos da violência, às censuras do Estado, à mentalidade “cientificista” ou meramente instrumental da razão, aos genocídios, aos mecanismos prepotentes das burocracias, à corrupção, à ignorância e misérias materiais e espirituais de populações marginalizadas, aos atentados ambientais e à vida cotidiana da atualidade, agitada, materialista, estimulada por uma espiral vertiginosa de consumo. (CUNHA, 2003, p. 198)

A ânsia pelo fazer racional atinge o ápice da desconsideração ao mundo, molda-se uma sociedade centrada na ganância e na exploração do homem pelo próprio homem. Todo esse processo de racionalização alcança até mesmo a indústria cultural, o homem transforma os bens culturais em objetos de satisfação de seus desejos, e em busca de alívio faz com que a tendência à manipulação pela indústria cultural cresça cada vez mais.

Desse modo, a barbárie promove uma falência na cultura, que não consegue desenvolver o seu papel de elevação espiritual, refinamento dos sentidos, de produção e repartição dos saberes; propiciando

a divisão dos homens, ocorrida entre o trabalho físico e espiritual. Com esta segregação, o homem perde a confiança em si mesmo e na própria cultura, tornando-se passivo e inofensivo. Logo, é mister gerar uma situação de conscientização favorável a uma transformação social.

Todavia, mesmo com a imposição da barbárie na sociedade, não se vê mais o seu elogio, suas ocorrências não constituem motivos de celebração, e, não é mais vista com aceitação e naturalidade, até os políticos, mesmo que para manter uma imagem, afirmam ser intolerantes às diferenças econômicas e sociais. Tais mudanças podem ser analisadas sob um aspecto mais otimista e, portanto, menos utópico. Tudo isso poderia ser qualificado como uma manifestação da consciência cada vez mais generalizada de que a desigualdade é inadmissível e deve ser atenuada. Pode-se dizer em um avanço no sentimento do próximo, ou seja, na proclamação e defesa dos direitos humanos, estes muito questionáveis. É de comum consenso, que todos necessitam de lar, comida, vestuário, saúde e amparo à justiça pública. Porém, as opiniões se divergem no que se refere no direito ao lazer e à liberdade de crença, por exemplo. Já que, geralmente, bens dispensáveis para uns, podem ser essenciais a outros. O fato é que cada cultura limita seus próprios critérios. Não é somente bem-estar físico que garante uma sobrevivência decente, mas também a satisfação espiritual, e nesta inclui o direito à liberdade de expressão, à arte e à *literatura*¹¹.

A obra literária aparece definida como manifestação universal de todos os homens e em todos os tempos. Não há ser humano que viva sem entrar em contato com algum tipo de fabulação. Diante da comprovação dessa necessidade, é urgente e indispensável à sociedade a satisfação literária. Conforme Cândido (2004), o valor da literatura consiste na confirmação do homem na sua humanidade, inclusive porque atua em grande parte no subconsciente e no inconsciente. Nesse sentido, sua relevância pode ser equivalente à das formas conscientes de inculcamento intencional, como a educação familiar, grupal ou escolar. Por isso, a literatura é um poderoso instrumento de instrução, com um papel preponderante na formação da personalidade do indivíduo, podendo gerar conflitos, devido ao seu efeito que transcende as normas estabelecidas.

Ora, uma das tendências mais enfáticas da estética moderna é revelar como a obra de arte modela o meio, penetra e age na sociedade em sentido inverso ao das influências externas. Por ser um produto social, a literatura depende da ação de fatores do meio que se exprimem em graus diversos de sublimação, além de produzir sobre os indivíduos efeitos capazes de modificar a conduta e concepção do mundo ou reforçar valores.

Assim, investigar a repercussão dos fatores socioculturais, como estrutura social, ideologias e técnicas de comunicação é primordial para definir o efeito da obra sobre o leitor. O grau e a influência destes elementos variam, os primeiros se manifestam na posição social do artista, os segundos na forma e conteúdo da obra, os terceiros na sua feitura e transmissão. Desse modo, segundo Cândido (2002), não convém separar o efeito da obra de sua fatura, pois ela só está terminada no momento em que repercute e atua, já que é um sistema simbólico de comunicação inter-humana com características além da simples transmissão de noções e conceitos, é eminentemente uma expressão da realidade. Portanto, a função social da obra literária independe da consciência dos autores e consumidores de literatura. Necessita da inserção da obra no universo cultural e do seu poder de expressão, coroado pela linguagem.

Nesse sentido, as manifestações artísticas são declarações fundamentais para a sobrevivência da sociedade; são formas de atuação que propiciam no mundo o equilíbrio coletivo e individual, oriundos das necessidades de expressão, comunicação e integração que não devem ser reduzidos a impulsos marginais de natureza biológica. Além do mais, o caráter peculiar da literatura consiste na possibilidade que dispõe, mais que outros setores da cultura, de realização individual, permitindo uma ampla margem criadora, incorporada ao patrimônio social.

Por ser um dos veículos responsáveis pelo processo de humanização e emancipação do homem, a literatura, de acordo com as manifestações artísticas de cada cultura, constitui-se em uma libertação da percepção sensível e intelectual, promotora do esclarecimento e da reflexão. Segundo Cunha (2003), a literatura tem como núcleo geratriz

a consciência crítica. Com um mundo fragmentado, sem paradigmas e ideologias é perceptível o ocultamento da deteriorização da vida real. Logo, as manifestações artísticas se organizam intencionalmente como “desconstrutoras do real”, a fim de que a linguagem venha a ser a “matéria prima” da qual a ficção e a poesia se apossam para reverter o caos social em cosmos. Nesse contexto, a emancipação é entendida como um despertar da consciência dos homens para as questões sociais, encontrando-se em um estágio de evolução, devido às dificuldades para sua concretização:

Se atualmente ainda podemos afirmar que vivemos numa época de esclarecimento, isto tornou-se muito questionável em face da pressão inimaginável exercida sobre as pessoas, seja simplesmente pela própria organização do mundo, seja num sentido mais amplo, pelo controle planificado até mesmo de toda realidade interior pela indústria cultural. (ADORNO, 2003, p.181)

Um dos motivos mais evidentes que se opõe à emancipação é a contradição social, na qual as pessoas não vivem conforme suas próprias determinações, mas de um modo geral, sob o domínio de inúmeros canais e instâncias que absorvem e aceitam os conteúdos por aqueles mediados. Além do mais, percebe-se que a sociedade não é educada para a emancipação, em outras palavras, não se estimula à aprendizagem por intermédio da motivação rumo ao aperfeiçoamento permanente.

Para adquirir o apoio do sistema educacional é fundamental concretizar os ideais disseminados pela literatura. São as mudanças realizadas no ambiente escolar, como a formação de uma instituição diferenciada, o incentivo ao aprendizado por meio da reflexão, da contextualização do saber e da interdisciplinaridade em detrimento da simples memorização, que colaborarão para se formar cidadãos criticamente posicionados perante uma comunidade, diminuindo a aceitação passiva de decisões previamente dadas, e em consequência, amenizando as injustiças e opressões do presente. No que tange ao caráter humanizador da literatura:

Entende-se por humanização o processo que confirma no homem aqueles traços que reputamos essências, como o exercício da reflexão, a aquisição do saber, a boa disposição para com o próximo, o afinamento das emoções, a capacidade de penetrar nos problemas da vida, o senso da beleza, a percepção da complexidade do mundo e dos seres, o cultivo do humor. A literatura desenvolve em nós a quota de humanidade na medida em que nos torna mais compreensivos e abertos para a natureza, a sociedade, o semelhante. (CÂNDIDO, 2004, p. 144)

A função da literatura está intrinsecamente relacionada aos direitos humanos, primeiro porque corresponde a uma necessidade universal, que uma vez não satisfeita, pode provocar uma mutilação na personalidade dos indivíduos, porque pelo fato de ser uma forma de expressão dos sentimentos e de visões de mundo diversas, organiza, e liberta o homem do caos, portanto humaniza. Em segundo lugar, pelo fato de denunciar as situações de restrição ou negação de direitos como a miséria, a servidão e exploração corporal e espiritual dos homens, atua como instrumento de desmascaramento e conscientização.

Como lembra Cândido (2004), a literatura, ao ser analisada, pode ser distinguida em três faces: ela é uma construção do objeto autônomo com estrutura e significado, expressa uma visão de mundo e, por último, é uma forma de conhecimento. É por meio da atuação destes três aspectos que a literatura age sobre os indivíduos. Como toda obra literária é um objeto construído, ao elaborar uma estrutura, o escritor dispõe as palavras em um todo articulado. Mesmo que inconscientemente, esta organização possibilitada pela junção da forma com o conteúdo, aumenta no homem a capacidade de ordenar a si próprio e ao mundo, evidenciando o caráter humanizador da literatura.

Assim, o texto literário não se distingue de outros tipos de discurso pela superioridade de suas mensagens, nobreza de conteúdos veiculados, ou pela eficiência do discurso frente à capacidade de dar “voz” a experiências que outros meios de comunicação não são capazes de expressar. O valor da literatura consiste na capacidade de preservar a importante função social e psicológica de ativar a imaginação

do leitor e nomear o não-dito, pois o texto literário transfigura-se em máscaras que presentificam múltiplos aspectos do sujeito antes impensáveis.

Além disso, a arte em geral, e a literatura em particular, privilegia o vir a ser e não representa nem o factual nem o que é dado objetivamente. Em um jogo dialético, que permite a conciliação de planos incompatíveis na vivência cotidiana do homem, as oposições entre presença/ausência, identidade/alteridade, real/imaginário permitem que a ficção cumpra sua função de explorar o conflito, a fim de estabelecer uma ruptura com os signos pré-estabelecidos, através da transformação do real percebido.

Alcançar a expressão infinita do não ser, rastrear a vazia imensidão do não-dito, configurar as sombrias formas do desconhecido e do impossível, todas estas funções da arte literária trazem como essência o movimento lúdico de destruição da identidade pré-estabelecida. O mundo e o eu transfigurados surgem após o ato da leitura, como enigmas a serem decifrados. Estes existem para suscitar o questionamento, estão sempre em devir, não se caracterizando em algo estático e definido, para que o sujeito não aceite passivamente o que é mostrado, resultando em uma expansão da consciência do leitor. Por meio da obra, o sujeito descobre-se como simulacro e readquire sua capacidade de ser outro, então enrijecida por papéis sociais que o prendem a determinadas identidades cotidianas. Portanto, a literatura leva o indivíduo rumo à multiplicidade, conscientizando-o de sua fragmentação, a fim de proporcionar que o discurso literário, através de sua função emancipadora e humanizadora, se articule no campo do questionamento dos modelos social e sensivelmente estabelecidos.

5. Considerações finais

Em meio à confirmação do efeito revolucionário da fruição literária frente à sociedade, é possível observar a restrição ou ampliação deste bem humanizador. O que há de grave em algumas organizações sociais é que muitas vezes o acesso às mais diversas possibilidades

artísticas é reprimido, tratando como essenciais muitos bens materiais e espirituais incompressíveis.

A partir de então, é gerada uma privação da possibilidade da camada popular de desfrutar dos cânones da literatura como Mário de Andrade, Guimarães Rosa, Machado de Assis. Para esta sociedade fica a literatura de massa, a canção popular, a sabedoria espontânea, que mesmo com aspecto mutilador, são importantes, pois não deixam de ser um tipo de manifestação literária. Entretanto, considerá-las suficientes é um erro grave, já que devido à pobreza e à ignorância da sociedade as obras eruditas são impedidas de chegar à classe menos privilegiada da sociedade.

Para que a literatura erudita amplie seus domínios e deixe de ser um privilégio de pequenos grupos é mister uma reorganização da sociedade em prol de uma distribuição harmônica dos bens. No caso do Brasil, onde a maioria da população vive em condições mínimas de conforto, o lazer promovido pela leitura é totalmente dispensável. A circulação sem barreiras de produtos literários requer uma sociedade socialmente e economicamente igualitária. Caso contrário, a fruição literária continuará se manifestando de forma abrupta e alienante.

Desse modo, o problema das desigualdades sociais estabelece uma intensa intercomunicação com os níveis culturais. De acordo com um regime igualitário deve-se possibilitar a passagem dos níveis populares aos eruditos de forma espontânea e natural, como consequência de um processo de elevação da sensibilidade gerada pela aquisição cada vez maior de conhecimento.

Falta à maioria da população não capacidade diante dos conteúdos veiculados pelos livros eruditos, mas oportunidade de deleite e afinamento pessoal. Ao afastar das camadas populares a difusão dos produtos culturais diferenciados, o resultado é uma poderosa estratégia de dominação. Portanto, as diversas manifestações da literatura não podem ser divididas entre esferas comunicáveis. O domínio de todas as modalidades e em todos os níveis deve ser um direito a todos os cidadãos, como um instrumento de luta rumo à humanização e emancipação da sociedade.

Referências

- ADORNO, T. W. **Educação e emancipação**. 3ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- ANDRADE, C. D. de. **Eu Etiqueta**. In: **Poesia e prosa**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1988.
- ARANHA, M. L. de A.; MARTINS, M. H. P. **Filosofando: Introdução à filosofia**. 2ª ed. São Paulo, 1993.
- CÂNDIDO, A. **Literatura e Sociedade: Estuda da teoria e história literária**. São Paulo: T. A. Queiroz, 2003. 193p.
- _____. **Direitos humanos e literatura**. In: CARVALHO, J. S. (Org.). **Educação, cidadania e direitos humanos**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- CHAUÍ, M. **Convite à filosofia**. 13ª ed. São Paulo: Ática, 2003. 429p.
- CODO, W. **O que é alienação**. São Paulo: Brasiliense. 1985. 96p.
- CUNHA, B. R. R. da. **Da prática à vivência literária. Didática da língua e da literatura**. Porto: Almedina, 2000.
- CUNHA, J. A. **Filosofia: Iniciação à investigação filosófica**. São Paulo: Atual, 1992. 326p.
- CUNHA, N. **Dicionário Sesc: A linguagem da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- ECO, U. **Seis passeios pelo bosque da ficção**. São Paulo: Companhia das letras, 1999. 158p.
- FILHO, D. P. **Pós-modernidade e literatura**. São Paulo: Ática, 1995. 84p.
- KOTHE, F. **A narrativa trivial**. Brasília: UNB, 1994. 250p.
- LAJOLO, M. **Literatura, leitores e leitura**. São Paulo: Moderna, 2001.
- LARAIA, R. B. **Cultura um conceito antropológico**. 12ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999. 116p.
- LUCAS, F. **Literatura e comunicação na era eletrônica**. São Paulo: Cortez, 2001.
- MOREIRA, E. F. P.; RAGO, L. M. **O que é taylorismo**. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- PAULINO, G. et al. **Tipos de textos, modos de leitura**. Belo Horizonte: Formato, 2001.

ROCHA, E. P. G. **Magia e capitalismo: Um estudo antropológico da publicidade**. 2ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1990. 159p.

SILVA, E. T. da. **O professor e o combate à alienação imposta**. São Paulo: Cortez, 1991. 84p.

WALTY, I.; PAULINO, G. **Teoria da educação na escola**. Belo Horizonte: Lê, 1994. 120p.

Notas

¹ Cf. CUNHA. **Dicionário Sesc: A Linguagem da Cultura**. 2003, p. 281.

² Cf. ARANHA; MARTINS. **Filosofando: Introdução à Filosofia**. 1993, p.11.

³ Idem, p.13.

⁴ Cf. ARANHA; MARTINS. **Filosofando: Introdução à Filosofia**. 1993, p.15.

⁵ Igualitarismo é relativo, pois as diferenças e conflitos sociais continuam existindo.

⁶ Cf. ROCHA. **Magia e Capitalismo**. 1990, p. 76.

⁷ Cf. CUNHA. **Dicionário Sesc: A linguagem da Cultura**. 2003, p.231.

⁸ Cf. CHAUÏ. **Convite à Filosofia**. 2003, p. 293.

⁹ Cf. CUNHA. **Filosofia: Iniciação à Investigação Filosófica**. 1992, p.148.

¹⁰ Cf. CUNHA. **Dicionário Sesc: A Linguagem da Cultura**. 2003, p. 506.

¹¹ Cf. CÂNDIDO. **Educação, cidadania e direitos humanos**. 2004, pp. 137-140.