

LITERATURA E MERCADO: Discutindo a poesia marginal sob uma perspectiva Adorniana

Luiza Possebon Ribas¹
(luiza.ribas@gmail.com)

O grupo de vanguarda que fazia arte no final dos anos 60 no Brasil - e que até então compartilhava um sentimento de desesperança e descontentamento causados pela repressora ditadura militar instaurada desde 64 e pelo recente AI-5 - começou a dividir suas opiniões em relação à necessidade de engajamento ideológico contido nas canções de protesto, nas letras cheias de denúncia política e nos shows que eram quase comícios da esquerda. O movimento tropicalista, composto por artistas como Caetano Veloso e Gilberto Gil, veio cantar sua inquietação. Influenciados pelos movimentos políticos e culturais das juventudes européias e estadunidenses, os tropicalistas traziam novos elementos para o cenário cultural brasileiro e tentavam traduzir através de uma linguagem fragmentada a realidade urbano-industrial na qual se encontrava o país.

Na música, cantada em arranjos que incluíam guitarras elétricas e instrumentos amplificados até então próprios das bandas de rock, as canções do movimento eram compostas com muita originalidade e vinham marcadas pela atração aos meios de comunicação de massa, pela afirmação de uma nova postura, sobretudo, livre e também por críticas à esquerda brasileira. Cabelos longos, uso de tóxicos, condutas exóticas, roupas extravagantes, certo desinteresse pela política tradicional, crítica anárquica, desrepressão sexual: tudo fazia parte de um comportamento desviante tido como fundamental para o processo de transformação social.

Em meio ao cenário tropicalista, começam a surgir manifestações opostas ao sistema econômico-político-cultural e ao esquema tecnocrata de produção de mercadorias: eram as primeiras informações da contracultura divulgadas em jornais brasileiros alternativos; publicações estas que, contrariando os fundamentos do jornalismo tradicional, pregavam a opinião em um discurso livre de qualquer imparcialidade.

Diferentemente do que acontecia nos grupos de esquerda, estes novos intelectuais não mais se identificavam prioritariamente com povo ou com proletariado e sim com as minorias:

¹ Licenciada em Letras - Língua e Literatura Francesas pela Universidade Federal de Santa Catarina, mestrandia em Teoria Literária pela mesma instituição de ensino e pesquisadora do Núcleo de Estudos Literário & Culturais - NELIC.

negros, homossexuais, hippies, entre outros: grupos de pessoas que circulavam à margem da sociedade.

Paralelamente às manifestações musicais, no campo da literatura e com expressão fundamental na poesia, a dita "geração do mimeógrafo" recusava-se a compactuar com o sistema mercantil da produção cultural negando dos esquemas de comercialização através de uma opção política conscientemente marginal que buscava recuperar o contato com o público-leitor e o caráter artesanal de produção.

Uma das grandes figuras que integraram este grupo, foi a poeta carioca Ana Cristina Cesar que, além dos poemas, escreveu também artigos e ensaios para revistas e jornais além de ter trabalhado muito a questão da tradução. Através de um de seu ensaios, é possível constatar que, apesar de não trabalhar com categorias de análise marxistas, a autora desfaz-se de imparcialidade política em defesa da literatura face à crueldade da Indústria Cultural (Adorno, ano).

Em "O escritor fora da República/O escritor e o Mercado" escrito em 1977 com colaboração de Ítalo Moriconi, Ana C. propõe que o texto circularia em duas esferas: como produto literário e como mercadoria. Para Adorno (ano), na Indústria Cultural os produtos são adaptados para o consumo em massa: o capitalismo pressupõe como fundamental objetivo a obtenção de lucro, não importando se, para tanto, os indivíduos tenham que ser explorados: a noção de ser humano é substituída pela figura do consumidor; é importante que as pessoas sejam impulsionadas pela necessidade de consumir de forma desenfreada, de forma que o conformismo substitui a consciência das grandes massas.

Em comum, os dois autores têm a forte idéia de que a cultura, dentro das normas capitalistas de organização da sociedade, virou mais um artigo de mercado, uma mercadoria. Para que esta mercadoria seja funcional à acumulação acelerada de lucro, certas manipulações devem ser feitas de forma a torná-la um objeto de desejo de massa. O produto é adaptado às vontades que a massa de consumidores pressupõe ter, digo "pressupõe ter" pois que mesmo os desejos são manipulados, são vinculados à mensagens de propaganda que o tornam "indispensáveis". De acordo com Marx (ano), as pessoas são envolvidas por um esquema que torna a mercadoria um fetiche, visto que ela é portadora de um caráter místico/mítico que vai muito além do seu real valor-de-uso.

De Adorno vem a idéia de standardização da cultura na qual idéia de produção consiste em reforçar aquilo que já é esperado: com sutis modificações, são produzidas obras

de arte que seguem um esquema padrão, que reproduzem o "mais do mesmo". Na literatura, por exemplo, os *best-sellers*, regra geral, são livros cujos enredos desenrolam-se de maneira monotonamente similar, características semelhantes no desenvolvimento dos enredos fazem parte de uma tática que torna o livro assimilável ao grande público. A produção de cultura estandardizada busca reações estandardizadas, os consumidores sabem pelo que esperar, sabem como lidar com aquele produto já que ele não promove nenhum sobressalto, nenhum estranhamento, e, conseqüentemente, nenhuma inquietação intelectual; o leitor não precisa fazer esforços para que possa bem aproveitar seu livro, basta que este seja reconhecido e aceito acriticamente para que tenha cumprido seu principal objetivo. É como se houvesse uma terraplanagem cultural, onde os bens culturais estariam associados a uma produção em massa para que fossem consumidos, também, em massa.

Neste quadro, o escritor estaria também sujeito ao mesmo funcionamento, e sua sobrevivência estaria ligada ou ao seu editor, pois que este desempenharia o papel de empresário, ou ao seu nome. O poder autoral no livro passa a ter uma relevância indispensável, quanto mais o nome do autor for vinculado em promoções e em propagandas, quanto mais este autor for "vendido", mais identificação ele terá com seu público-consumidor, de tal maneira que, quando este mesmo autor lançar novos livros, sua vendagem estará garantida porque associada a seu nome.

A Indústria Cultural fecha as portas ao novo. Poucas probabilidades indicariam sucesso para um novo escritor que vislumbrasse o sucesso de seus escritos, a não ser que alguma editora se dispusesse a investir no seu potencial promovendo-o, em outras palavras: sem editora é difícil que se tenha reconhecimento. Como a demanda de escritores é superior àquela necessária ao mercado editorial, não é difícil que se tenha mais gente fora do esquema do que dentro, o que torna a situação das editoras muito confortável, pois que o grande número de escritores anônimos garante uma escolha certa para o mercado.

Para Ana Cristina Cesar (1977) existiriam duas maneiras de não se sujeitar a esta situação, a primeira delas seria por intermédio das cooperativas de escritores que lançam novos livros com renda de edições anteriores e a segunda possibilidade seria através da marginalidade. Foi para este lado que a 'geração do mimeógrafo' pendeu. Recusando o esquema de promoções, os poetas marginais tomavam posse dos processos de produção dos seus escritos e se ocupavam em distribuí-los ou vendê-los, formando, com sua prática pessoal, um primeiro ciclo de leitores; a opção marginal era consciente e, por isso também, pode ser

entendida como uma significativa ação política pois que posicionou-se contra o padrão, contra o instaurado.

Mesmo no que diz respeito ao poema, podem-se notar características que o diferenciam daqueles de circulação predominante nos anos 70. Heloisa Buarque de Hollanda (1975), no posfácio da Antologia "26 poetas hoje" aponta que a poesia marginal, apesar de ter um elemento eclético forte que impedia de caracterizá-la enquanto movimento unificado ou tendência, era prioritariamente construída a partir de uma linguagem informal, fragmentada, leve, engraçada, e que falava da experiência vivida, dispunha-se a romper com as tradições do discurso acadêmico, e apesar de tanta aparente acessibilidade, era profunda: a poesia marginal tratava e confundia-se com a vida, era marcada pelas angústias-decepções-resistências-descrenças reais daquele tempo, nas palavras de Heloisa "

era uma poesia aparentemente *light* e bem-humorada, mas cujo tema principal era grave: o *ethos* de uma geração traumatizada pelos limites impostos a sua experiência social e pelo cerceamento de suas possibilidades de expressão e informação através da censura e do estado de exceção institucional no qual o país se encontrava (1975, p.257.)

Este caráter da poesia marginal era um dos fatores que também contribuíam para sua aceitação e para a boa relação entre leitor e poeta, por isso não era raro encontrar livrinhos mimeografados já na sua segunda edição.

Os fenômenos da Indústria Cultural com sua estandardização da cultura, próprios do capitalismo, inserem as artes num esquema comercial e mercantil e pode-se dizer que não nos restam muitas alternativas a eles senão aquelas pertencentes a outro sistema de funcionamento e organização da sociedade. Mesmo a dita "opção" marginal deixa supor certa ineficácia, seja no plano da cultura ou da política: os mesmos poetas que disseram ter escolhido acatar este caminho, tiveram, posteriormente, suas obras publicada por editoras do circuito comercial e, presumo, gostaram se ver seus escritos alcançando maior círculo de leitores e apreciadores.

Referências:

ADORNO, T. W. Sobre a música popular. In: ____.

____. A Indústria Cultural. In: _____. **Sociologia.**

CESAR, Ana C. O poeta fora da República, o Escritor e o Mercado. In: _____. **Crítica e Tradução**. São Paulo: Ática, 1999. p.196-201.

_____. Literatura Marginal e o Comportamento Desviante. In: _____. **Crítica e Tradução**. São Paulo: Ática, 1999. p.213-223.

HOLLANDA, Eloisa Buarque. **26 poetas hoje**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2007. 6a ed.

MARX, Karl. O Fetichismo da Mercadoria e o seu Segredo. In: _____. **O Capital**.