

MAICON TENFEN

ALQUIMIAS, BRUXARIAS E MERCADORIAS
A Narrativa de Mercado e o Fenômeno Paulo Coelho

ILHA DE SANTA CATARINA
2002

MAICON TENFEN

**ALQUIMIAS, BRUXARIAS E MERCADORIAS
A Narrativa de Mercado e o Fenômeno Paulo Coelho**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Curso de Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Literatura Brasileira, sob orientação da Prof^a Doutora Tânia Regina de Oliveira Ramos.

Maicon Tenfen
m.tenfen@al.furb.br

ILHA DE SANTA CATARINA
2002

**À Elba, que agüentou com paciência a
minha falta de organização,**

**e à Tânia, com quem aprendi muito
mais do que está aí dentro.**

Resumo

Não parece haver dúvida de que os *mass media* representam um dos fenômenos mais marcantes da chamada modernidade. É por esse motivo que, depois de um levantamento teórico acerca da Grande Indústria Cultural e dos fatores internos que a caracterizam, este trabalho procura se concentrar na explicação dos aspectos que condicionam a narrativa de mercado (*best seller*), principalmente a recorrência a aspectos míticos, a atualidade informativo-jornalística, o pedagogismo e a retórica culta ou consagrada. Por fim, como exemplo mais representativo do nosso tempo e do nosso país, exploraremos o fenômeno Paulo Coelho. Nesta empreitada, a dissertação evita as análises meramente sociológicas e aventura no território do textual e do literário em si.

Abstract

It doesn't seem to be doubt that the mass media represent one of the most outstanding phenomena of the call modernity. It is for that reason that, after a theoretical rising concerning the Great Cultural Industry and of the internal factors that characterize her, this work search to concentrate in the explanation of the aspects that you condition the market narrative (best seller), above all the mythical aspects, the informative-journalistic present time, the "pedagogismo" and the educated rhetoric or consecrated. Finally, as more representative example of our time and of our country, we will explore the phenomenon Paulo Coelho. In this taskwork, the dissertation avoids the analyses merely sociological and it ventures in the territory of the textual and of the literary in itself.

Sumário

Introdução.....	01
Primeira Peregrinação:	
A grande indústria cultural.....	08
Mass media, um fenômeno da modernidade	09
Um debate a partir de Frankfurt.....	14
Das trevas, a luz	18
Algumas situações “massas”	28
A poderosa teledifusão.....	28
A doutrina demagógica dos publicistas	29
A doutrina dogmática.....	37
Doutrinas culturalista e sócio-dinâmica.....	42
A extinta fotonovela.....	47
Fotonovela: uma análise específica.....	50
Segunda peregrinação:	
A narrativa de mercado.....	56
Definição de conceitos.....	57
Onde fica a diferença?.....	58
A narrativa “fabricada”	59
E o visual, como fica?.....	60
Quatro tópicos essenciais.....	61
As faces da narrativa de mercado.....	65
A questão dos gêneros.....	68
A narrativa sentimental.....	69
A ficção científica.....	71
A narrativa policial.....	76

Uma esfinge em São Paulo.....	81
Terceira peregrinação:	
O caso Paulo Coelho.....	94
A mágica cifra das vendas.....	95
A angústia e a felicidade.....	96
“Minha lenda pessoal”.....	100
Aspectos textuais.....	111
O mago doutrinador.....	113
O mito revigorado.....	118
A narrativa que não se complica.....	122
Livro com cara de jornal.....	129
Personagens memoráveis.....	135
Grandes cenários para grandes cenas.....	139
Considerações finais.....	143
Referências.....	147
Anexos.....	150

Introdução

Quando falo a uma classe de adolescentes a respeito dos fenômenos de massa — sejam eles relacionados à literatura, à publicidade ou ao cinema —, as reações, quase sempre, resumem-se em duas atitudes básicas: a incredulidade e a repulsa. Ou o jovem diz que “não pode ser, não acredito que sejam capazes de tantas artimanhas para nos lograr”, ou manifesta, com a retórica característica da idade, o ódio e o desprezo contra quem se vale de técnicas comunicacionais para “manipular nosso jeito de ver o mundo.”

Cito esse fato corriqueiro no dia-a-dia de uma sala de aula para expor duas realidades. A primeira: é difícil abordar o tema de forma imparcial ou desapaixonada. O mais comum, diante da discussão acerca dos fenômenos de massa, é levantar a cruz apocalíptica, que atribui a decadência da civilização à massificação da cultura, ou sacudir a bandeira dos integrados¹, que não escondem o fascínio e a admiração por um tipo de comunicação que, segundo eles, pode realmente democratizar a vida política e cultural da coletividade.

A segunda: assim como aqueles jovens lançam sua incredulidade ou suas acusações sobre um sujeito indeterminado — o *eles* de “que sejam capazes” —, parece complicado, dada a gambiarra hierárquica, ou, por outra, a embaralhada rede de poder que se instalou nas sociedades capitalistas avançadas, encontrar as raízes profundas da indústria cultural (apesar de elas se confundirem com a própria modernidade), de onde brotaria a energia e a vitalidade da alienação. Se é que existe manipulação de fato, seja ela controlável ou não, quem são os verdadeiros manipuladores, ou, em outras palavras, quem manipula em primeiro lugar? Roberto Marinho e Silvio Santos, simplesmente por serem proprietário de veículos sociais de alcance nacional e por defendem interesses que

¹ Integrados, para Umberto Eco, são todos aqueles que assistem aos fenômenos de massa com otimismo e até certo entusiasmo. ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo, Editora Perspectiva, 1990.

transcendem os seus? George W. Bush, que, depois do fatídico 11 de setembro, solicita a Hollywood que produza filmes ainda mais patrióticos, evidenciando assim a íntima ligação entre a Casa Branca e os estúdios de cinema? Ao contrário do que parece, a resposta a tais indagações é complexa, muito mais, daí o porquê de um estudo como este.

Os estudos contemporâneos ampliaram as discussões sobre a massificação da cultura, descartando muitos dos preconceitos academicistas (se bem que não muitos acadêmicos preconceituosos) que orbitavam ao redor de determinados objetos de pesquisa. Por outro lado, problematizaram ainda mais a questão. Para se valer de uma metáfora desgastada, porém educativa, podemos dizer que os centros explodiram, mesmo que apenas retoricamente. Dessa forma, se parece difícil classificar como principal quaisquer dos fragmentos restantes, mais difícil é enxergar constância num pressuposto obcecantemente frisado pelos apocalípticos²: a crença na existência de uma massa atomizada, homogênea e cem por cento passiva. Adorno até preferiu substituir a expressão *Cultura de Massa*, que pressupunha uma falsa atividade cultural brotando do povo, pela expressão *Indústria Cultural*, estabelecendo e delimitando sua visão sobre o tema, a de que a massa, alienada nos labirintos do mundo industrializado, portanto apassivada, está a mercê de um pequeno grupo de artífices que, detendo o controle dos meios de comunicação, utiliza os elementos da cultura com o único fim de atingir o lucro, seja ele político, econômico ou as duas coisas. Não é possível discordar totalmente do teórico de Frankfurt, mesmo que, na ponta desse jogo de significações, também não é possível, hoje, identificar apenas uma indústria cultural, solitária e opressiva. Lógico que, em se tratando dos meios de massa, ainda se pode falar com naturalidade de uma *Grande Indústria Cultural* — termo mais esclarecedor que utilizaremos no corpo deste estudo. Essa Grande Indústria é antagonizada por outros múltiplos e pequeninos produtores artísticos.

² Se os integrados, para Eco, pecam por excesso de otimismo, a eles se opõem os apocalípticos, que, conforme o pensamento do semiólogo italiano, igualmente pecam por um pessimismo exacerbado e fechado em si mesmo. ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo, Editora Perspectiva, 1990.

Vanguardistas ou não, poderiam representar, pela simples existência, e a despeito do imenso desejo de integrar a Grande Indústria, um princípio de reação ao mercado central de cultura. Esse princípio de reação, infelizmente, não se encontra no *condicional* por acaso. É que a Grande Indústria, por ironia, prevê e de certa forma — como veremos adiante — até incentiva essa pseudo-resistência a fim de possuir uma espécie de laboratório gratuito para experiências mais ousadas. Nisso ela se parece e se confunde com a democracia liberal: inclui e exclui, ou, incluindo, exclui.

O surgimento de tecnologias como o videocassete, a televisão a cabo e a internet, por exemplo, redefiniu o papel e as estratégias dos meios audiovisuais de transmissão. Num passado recente, algumas telenovelas da Rede Globo, exibidas no horário das 8h, praticamente alcançaram os tão cobiçados 100% de audiência, façanha que hoje, devido à variedade de programação dos veículos supracitados, já se resume num sonho impossível. Isso não quer dizer, contudo, que as coisas mudaram, porque a Indústria Cultural, a Grande Indústria Cultural, não é e nunca foi formada por um único grupo de comunicação, mas por toda uma rede que, tecida sobre o caos da competitividade, funciona em harmonia ao perseguir o objetivo comum do lucro.

Fenômeno de mesmo teor vem ocorrendo no mundo dos quadrinhos. As revistas de super-heróis e aventuras maravilhosas perdem cada vez mais espaço para os jogos eletrônicos e fabulações similares difundidas pela Internet. A Editora Abril, principal divulgadora de quadrinhos norte-americanos em nosso país, recentemente anunciou o cancelamento de diversas publicações em formatinho. Em seu lugar, títulos com formatos maiores, mais caros, e com tiragem menor, abastecerão público que diminui em quantidade e cresce em exigência de qualidade. Ao mesmo tempo, autores nacionais como Maurício de Souza conquistam uma fatia ampla de um mercado antes reservado apenas aos quadrinhos estrangeiros. A Turma da Mônica, porém, já não é resistência, talvez tenha

sido. Usou as mesmas estratégias da concorrência estrangeira e hoje tem um cantinho sob o cobijado guarda-chuva da Grande Indústria.

Na indústria brasileira do livro, até aqui caracterizada como subdesenvolvida e mal arquitetada, assistimos a uma crescente profissionalização que, diga-se já, representa mais uma vitória da Grande Indústria. O sucesso de coleções como *Plenos Pecados* (Objetiva) e *Literatura ou Morte* (Companhia da Letras) confirma uma tendência que cresce entre nós: a contratação de autores, consagrados ou não, para a confecção de títulos encomendados, algo já comum, e muito comum, no universo milionário da chamada literatura infanto-juvenil, escorada na “necessidade” que as escolas têm de adotar livro paradidáticos. Ora, o processo de encomenda, que subentende o planejamento coletivo de uma obra, é típico da indústria livreira sediada em países capitalistas considerados ricos. Mais um ponto para a Grande Indústria Cultural!

Por um outro ângulo, percebe-se o florescimento de produtores culturais que, inexoravelmente impedidos de participar da Grande Indústria, destinam seus talentos à chamada arte alternativa. Não se trata mais de um movimento localizado e sem meios de expansão como a poesia marginal dos anos 70. O incremento das tecnologias de reprodução gráfica e audiovisual, somado ao barateamento de seus custos, proporcionaram a realização de acabamento técnico praticamente profissional aos produtos culturais independentes. Assim, o número de TVs a cabo que provocam a divulgação de artistas locais e de uma reflexão jornalística sobre o estado, a cidade, o bairro, aumenta a cada dia. O movimento fã-zineiro (fã-zine é a HQ reproduzida a exemplo da poesia marginal) ganha mais e mais adeptos nas grandes e médias cidades brasileiras. Muitas bandas de garagem já gravaram, de modo artesanal, o seu primeiro CD. Jovens que sonham como o cinema produzem regularmente em Super VHS, exibindo suas fitas em festivais, escolas e universidades. O escritor que não consegue abrir as portas das grandes editoras cariocas e

paulistas vai até a gráfica da esquina e, efetuando pagamento parcelado, solicita a impressão de mil exemplares do seu livro.

Ainda que esse fenômeno esteja ocorrendo em todas as partes do Brasil e do mundo, e lembrando que em muitos casos os artistas independentes encontram seu público na localidade em que vivem, teríamos, como já foi dito, uma possível concorrência à toda poderosa Grande Indústria Cultural. Novamente no *condicional*. A Grande Indústria possui bastiões simplesmente inacessíveis aos independentes: o capital, por exemplo, que pode ser convertido no *marketing* e na distribuição (quase sempre “mafiosa”) dos produtos culturais.

Este trabalho, que procura analisar os produtos culturais a partir do produtor, possui movimentos essenciais, delimitados e sugestivamente divididos em três peregrinações. A primeira, depois de um levantamento teórico necessário, concentra-se na análise de dois veículos — Televisão e Fotonovela — sustentados por modelos narrativos caros a essa Grande Indústria Cultural que, apesar dos focos guerrilheiros representados pela contínua cativando as atenções e, às vezes conscientemente, às vezes não, moldando caminhos de vida.

A segunda, de maneira particularizada, tenta focalizar a chamada literatura de massa propriamente dita, isto é, uma parte do comércio de livros que é preenchida pela narrativa de mercado. Estudaremos suas características gerais, assim como seus gêneros mais populares (policial, sentimental, ficção científica), buscando descortinar suas estruturas mais profundas e mostrar como elas, na maioria das vezes, *necessariamente* encerram conteúdos conservadores, mesmo quando procuram parecer progressistas.

E na terceira, por fim, que pretende com as duas primeiras, debruçaremos sobre o caso Paulo Coelho, que já não é um produto exclusivo do livro, mas da TV, dos quadrinhos, das revistas, da Internet. O interessante é que Paulo Coelho também fez parte

do circuito literário marginal. Livros como *O manifesto de Krig-Há*, em parceria com Raul Seixas, e *Arquivos do Inferno*, publicado em 82 pela Shogun Arte, são desconhecidos de seu público convencional. Mesmo as primeiras edições de *O Diário de um Mago* e *O Alquimista*, publicadas pela Editora Eco, do Rio de Janeiro, desconhecera maior prestígio comercial até serem encapadas pela Rocco. Mas é a sua integração à Grande Indústria que nos interessa particularmente. Tido a princípio como fenômeno passageiro, inofensivo modismo de fim de século, Paulo Coelho foi ficando ficando, a ponto de, nos últimos livros, cometer a “audácia” de abandonar boa parte de sua veia esotérica e autobiográfica, no estilo auto-ajuda, para tentar realizar, com *Veronika decide morrer* e *O Demônio e a Sra. Prym*, ficção pura. Observando suas declarações mais recentes e o namoro pouco tímido (libertino, eu diria) que vem mantendo com a Academia Brasileira de Letras, é possível arriscar: ele quer se desfazer da capa de bruxo, guardar no baú a espada de RAM e ser reconhecido como ESCRITOR. Creio que essa afirmação, aparentemente tão banal, fará mais sentido à luz de nossa terceira peregrinação.

Até o momento, pelo que pudemos perceber, o caso Paulo Coelho foi mais analisado à luz da Sociologia. Claro que recorreremos também a este expediente para tentar compreender o fenômeno, visto a inegável ligação, nesse caso em especial, entre elementos textuais e contextuais. No entanto, levando em conta a desconfiança de que tamanho sucesso não poderia ocorrer por acaso, ou simplesmente por investimentos milionários de *marketing*, procuraremos deslindar — à luz do mercado, claro seja —, os elementos narrativos que compõem a obra do mago-escritor³.

Não se trata — e que isso também fique claro, sobretudo àqueles acadêmicos preconceituosos aos quais no referimos no princípio dessa introdução — de coroá-lo ou crucificá-lo, mas de compreender um fenômeno de massa bastante inusitado. Brotou num

³ Tentaremos demonstrar, na terceira peregrinação desse trabalho, por que Paulo Coelho, antes de escritor, é mago ou bruxo. Desde já, portanto, vamos nos referir a ele utilizando a expressão MAGUESCRITOR.

país que, comparado por exemplo à Europa, possui uma tradição de leitura muito pequena (ou nem a possui). No entanto, hoje é lido em diversas línguas e em todos os continentes. Acredito, portanto, que compreender um fenômeno como Paulo Coelho pode ser útil para nos ajudar a compreender certos elementos obscuros do mundo contemporâneo.

PRIMEIRA PEREGRINAÇÃO
A GRANDE INDÚSTRIA CULTURAL

Mass media, um fenômeno da modernidade

Marshall Berman nos fala sobre uma categoria de vivência que engloba o tempo e o espaço, o individual e o coletivo, as oportunidades e os perigos do cotidiano, e que “é compartilhada por homens e mulheres em todo o mundo, hoje.”⁴ Imediatamente dá o nome de “modernidade” a esse conjunto de experiências que pode ser muito bem representado por um redemoinho de paradoxos e contradições. Viver a modernidade, nossa condição inescapável, é encantar-se para logo depois desencantar-se, é no mesmo dia ser príncipe e mendigo, é (não) aceitar um mundo (para utilizar o *slogan* fonsequiano) de “vastas emoções e pensamentos imperfeitos”, é vislumbrar o crescimento e o progresso enquanto tememos o pior, a destruição galopante de nossos bens, de nosso conhecimento, de nossa identidade. “Ser moderno é fazer parte de um universo no qual, como disse Marx, ‘tudo o que é sólido desmancha no ar.’”⁵

Depois de dividir a história da modernidade em três etapas que julga mais ou menos coerentes — 1) do início do século XVIII; 2) do fim do século XVIII até o fim do século XIX e, finalmente, 3) todo século XX —, Berman expõe, sem meias palavras, seu descrédito em relação aos pensadores do século XX, que não souberam como apreender, em termos de modernidade, o século moderno por excelência, aquele que “fomentou uma espetacular arte moderna.”⁶

Seus sucessores do século XX resvalaram para longe, na direção de rígidas polarizações e totalizações achatadas. A modernidade ou é vista com um entusiasmo cego e acrítico ou é condenada segundo uma atitude de distanciamento e indiferença neo-olímpica; em qualquer caso, é sempre concebida como um monólito fechado, que não pode ser moldado ou transformado pelo homem moderno. Visões abertas da vida moderna foram suplantadas por visões fechadas: Isto e Aquilo substituídos por Isto ou Aquilo.⁷

⁴ BERMAN, Marshall. *Tudo o que é sólido se desmancha no ar*, pág. 15. São Paulo, Companhia das Letras, 1997.

⁵ Idem, pág. 15.

⁶ Idem, pág. 23.

⁷ Idem, pág. 24.

É por esse motivo que ele prefere erigir suas perspectivas a partir dos pensadores do século XIX, que, “simultaneamente entusiastas e inimigos da vida moderna”⁸, refletiram mais profundamente sobre o turbilhão de contradições que varre todas as etapas e todos os setores da modernidade. Os capítulos mais marcantes de *Tudo o que é sólido desmancha no ar* são análises das experiências modernas que têm base, entre outras, nas leituras do *Fausto* de Goethe, do *Manifesto Comunista* de 1848, dos contos de Dostoiévski e — aquilo que reutilizaremos a seguir para explicitar a relação entre a modernidade e os *mass media* — de alguns textos em verso e outros tantos em prosa de Charles Baudelaire.

É que a modernidade, de fato, recrudescer durante a vida do poeta francês.

Falamos, claro seja, da modernidade como a entendemos hoje: estética contemporânea, porque acoplada à idéia de tempo, que se contrapõe ao antigo, ao que passou. Por isso é efêmera e passível de envelhecer antes mesmo de atingir a puberdade. De antemão, vê-se que a modernidade baudelariana também é contraditória, paradoxal, equívoca e, muitas vezes, resistente a si mesma. Baudelaire, olheiro astuto do século XIX, “pôde medir melhor que ninguém os efeitos da identificação da arte com a atualidade (...) Ele se compraz com a nova evanescência do belo, ao mesmo tempo que resiste a ela como a um impasse, como a uma decadência, ligada à modernização e à secularização que ele execra.”⁹

Baudelaire é contemporâneo e conterrâneo da origem histórica do conceito de sociedade de massa. A galopante industrialização do capitalismo da Europa Ocidental, na segunda metade do século XIX, criou as condições necessárias ao surgimento da moderna sociedade de classes, não mais baseada no conceito de povo, talvez nem de população, mas de “massa”. Baudelaire também é contemporâneo dos primeiros grandes veículos de comunicação de massa, que inegavelmente estabeleceram uma nova relação entre

⁸ Idem, pág. 23.

⁹ COMPAGNON, Antoine. *O prestígio do novo*. In: *Os cinco paradoxos da modernidade*. Editora UFMG, 1996.

texto/leitor, artes cênicas/espectador, concerto/ouvinte etc., e já eram dirigidos por empresas capitalistas que almejavam o lucro como objetivo maior. O próprio Baudelaire, inclusive, detectou essa revolução nas comunicações e posicionou-se a esse respeito. Como em quase tudo que fez durante sua vida, e como “encarnação” da modernidade, agrupando em si as características do mundo que o cercava, não escapou de ser contraditório. Em diversas ocasiões, ao referir-se a folhetinistas de sucesso junto ao público de sua época, chamou-nos de devassos e de prostituídos. Todavia, mal colocado que sempre esteve no mercado literário, viu-se obrigado a vender seus manuscritos para acalmar os credores que o perseguiam de todos os lados.

Benjamin o associa com muitas figuras típicas da vida moderna. O flanêur, o (anti)herói, o trapeiro... Mas é a associação com a prostituta que chama maior atenção do nosso caso. “Ele se dirige à feira”, diz Benjamin. “Pensa que é para olhar, mas, na verdade, já é para procurar comprador.”¹⁰ E o próprio poeta tem consciência da sua situação. Ao Leitor, poema introdutório d’*As Flores do Mal*, tematiza as agonias do bardo que vende suas confissões por moedas sonantes. A pena de Baudelaire, noutra ocasião, aproxima-se da mulher de rua: “Mas o bom Deus riria se, perto dessa infame/ Eu bancasse o Tartufo e fingisse altivez./ Eu, que vendo meu pensamento e quero ser autor.”¹¹

Baudelaire é a puta rejeitada. Critica as colegas de profissão, aparentemente mais belas, que entre quatro paredes são capazes de tudo para manter o sustento. Todavia, passa noites a fio no mangue, esperando, bebendo, pronta a se atirar com voracidade no primeiro desavisado que lhe sorrir, e oferecendo sem demora um desconto exagerado. Sua obra, sem dúvida possui o espírito de vanguarda, pois ataca implacavelmente o mundo e o sistema em que foi construída. Será entendível apenas pelas gerações futuras. Mas aí, junto a toda instituição que se pode tornar um Charles Baudelaire, será procurada, comercializada,

¹⁰ BENJAMIN, Walter. Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo. In: Obras Escolhidas III. São Paulo, Editora Brasiliense, 1989.

¹¹ Idem.

finalmente perdendo seu caráter marginal. A puta, ata então deixada de lado, faz agora a sua festa. Trabalhou, e recebeu pelo trabalho. No entanto permanece insatisfeita. E por uma razão muito simples: “podemos detectar”, em Baudelaire, “uma devoção quase religiosa à arte, ao longo de sua poesia e sua prosa”¹². O regozijo não está necessariamente no corpo, mas no espírito. Infelizmente (ou felizmente?), Benjamin nos mostra que esse tipo de regozijo já não é plausível em face da modernidade.

A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica explica em grande parte, o que aconteceu para que “as confissões do bardo” se transformassem em mercadorias. Na Antiguidade, as obras artísticas não nasciam precisamente para a exposição, mas para o culto. “Certas estátuas divinas somente são acessíveis ao sumo sacerdote; certas madonas permanecem cobertas o ano inteiro; certas esculturas em catedrais da Idade Média são invisíveis para quem observa o solo.”¹³ A reprodução técnica da obra de arte faz com que o antigo valor de culto seja suplantado pelo moderno valor de exposição, este último impreterivelmente ligado ao mercado. Temos então a decadência e a modificação da aura que coroava as esculturas, os quadros e, naturalmente, os textos literários. O valor de culto, na modernidade, deixou de conter sentido a partir do momento em que o capital passou a ser o único objeto verdadeiramente cultuável.

Talvez Baudelaire tivesse a percepção dessa realidade, daí a tentativa, naturalmente falha, de extrair um (anti)herói do coração prostituto através da “reivindicação — ela também ambígua no que se refere à vontade de aderir ao presente — de uma arte autônoma e inútil, gratuita e polêmica, escandalizando o burguês.”¹⁴ Exemplo dessa tentativa pode ser encontrado no poema A Perda do Halo. Dentro de um bordel,

¹² BERMAN, Marshall. *O modernismo nas ruas*. In: *Tudo que é sólido se desmancha no ar*. São Paulo, Companhia da Letras, 1997.

¹³ BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro. 1982

¹⁴ COMPAGNON, Antoine. *O prestígio do novo*. In: *Os cinco paradoxos da modernidade*. Editora UFMG, 1996.

trava-se o diálogo entre um poeta e um homem comum. “Você em um lugar como esse?”, diz o homem comum. “Estou escandalizado!” O poeta explica, então, que ao atravessar o bulevar enlameado, entre cavalos e veículos furiosos, moveu-se bruscamente e perdeu o halo. Assustado demais para recolhê-lo, passou adiante, preferindo perder a insígnia a ter os ossos quebrados. “Agora”, continua, “eu posso andar por aí incógnito, cometer baixezas, dedicar-me a qualquer espécie de atividade crapulosa, como um simples mortal.” O homem comum, espantado, pergunta se o poeta não vai empreender esforços para resgatar o halo. “Eu gosto disto aqui”, responde o poeta. “Mas ainda, é divertido imaginar algum mau poeta apanhando-o e colocando-o desavergonhadamente na própria cabeça. Que prazer poder fazer alguém feliz!”¹⁵

Poema anormal, escrito num tom deslavadamente irônico, “trata da queda do próprio Deus de Baudelaire”, isto é, aquela sua “devoção quase religiosa à arte (...) A Perda do Halo se dá em um ponto para o qual convergem o mundo da arte e o mundo comum (...). É o ponto em que a história da modernidade e a história do modernismo se fundem em uma só.”¹⁶

A metáfora do halo, segundo Benjamin, — e isso é constatado por Berman no seu Tudo que é sólido se desmancha no ar — aproxima Baudelaire de Marx. Numa passagem relevante do Manifesto Comunista, Marx explica que “a burguesia despiu de seu halo toda atividade humana até aqui honrada e encarada com reverente respeito. Transformou o médico, o advogado, o padre, o poeta, o homem de ciência em seus trabalhadores assalariados.”¹⁷

Isso nos remete mais uma vez a Berman, quando diz que o “o turbilhão da vida moderna”, que acata a dessacralização da arte,

¹⁵ BAUDELAIRE, Charles. *Pequenos poemas em prosa*. Tradução: Dorothee de Bruchard. Florianópolis, EDUFSC, 1996.

¹⁶ BERMAN, Marshal. *Tudo o que é sólido se desmancha no ar*, pág. 152. São Paulo, Companhia das Letras, 1997.

¹⁷ MARX, Karl e ENGELS, Friederich. *Manifesto do Partido Comunista*, pag. 28. Porto Alegre, L&PM.

tem sido alimentado por muitas fontes: grandes descobertas nas ciências físicas, com a mudança da nossa imagem do universo e do lugar que ocupamos nele; a industrialização da produção, que transforma conhecimento científico em tecnologia, cria novos ambientes humanos e destrói os antigos, acelera o próprio ritmo de vida, gera novas formas de poder corporativo e de luta de classes; descomunal explosão demográfica, que penaliza milhões de pessoas arrancadas de seu habitat ancestral, empurrando-as pelos caminhos do mundo em direção a novas vidas; rápido e muitas vezes catastrófico crescimento urbano; **sistemas de comunicação de massa, dinâmicos em seu desenvolvimento, que embrulham e amarram, no mesmo pacote, os mais variados indivíduos e sociedades...**¹⁸
(grifo meu)

Estava aberto, portanto, o debate sobre a cultura de massa

Um debate a partir de Frankfurt

Assim como Berman identifica polarizações reducionistas na análise do século XX, o mesmo faz Umberto Eco, alguns anos antes, em relação a este fenômeno ímpar da modernidade que é a (Grande) Indústria Cultural. No bem da verdade, no seu *Apocalípticos e Integrados*¹⁹ Eco está apenas nominando, ou, como prefere dizer, *adjetivando* as duas faces de um mesmo problema a partir de “conceitos fetiche” nos quais, aparentemente, não crê. De qualquer forma, embora não se utilize de denominações próprias, acaba por identificar duas das correntes que mais se destacaram na análise do fenômeno: a Escola de Frankfurt (apocalíptica) e a Escola Progressista-Evolucionista (integrada).

Se a cultura é um fato aristocrático, o cioso cultivado, assíduo e solitário, de uma interioridade que se apura e se opõe à vulgaridade da multidão, então só o pensar numa cultura partilhada por todos, produzida de maneira que a todos adapte, e elaborada na medida de todos, já será um monstruoso contra-senso. A cultura de massa — para o *apocalíptico* — é anticultura (...). Em contraposição, a resposta otimista do *integrado*: já que a televisão, o jornal, o rádio, o cinema e a estória em quadrinhos, o romance popular e o *Reader's Digest* agora colocam os bens culturais à disposição de todos, tornando leve e agradável a absorção das noções e a recepção de informações, estamos vivendo numa época de alargamento da

¹⁸ BERMAN, Marshall. *Tudo o que é sólido se desmancha no ar*, pág. 16. São Paulo, Companhia das Letras, 1997.

¹⁹ ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo, Editora Perspectiva, 1990.

área cultural, onde finalmente se realiza, a nível amplo, com o concurso dos melhores, a circulação de uma arte de uma cultura popular.²⁰

Como começamos a mostrar acima, Eco procura deixar claro, desde o princípio, que esses conceitos são extremos, e as duas correntes identificadas moldam-se a eles apenas parcialmente.²¹ “É profundamente injusto subsumir atitudes humanas — com toda a sua variedade, com todos os seus matizes — sob dois conceitos genéricos e polêmicos como *apocalíptico* e *integrado*.”²² Um bem e um mal, um certo e um errado, isto é, uma visão maniqueísta do mundo e das instituições, são traços característicos da Grande Indústria Cultural, não devem ser de sua crítica. No fim de tudo, porém, valendo-se de uma retórica curiosamente semelhante à do Marx do *Manifesto Comunista*²³, ele acaba dividindo as coisas em preto e branco, direita e esquerda, macho e fêmea. Desculpa-se pelo método, mas o leva às últimas conseqüências porque seu intento, ao que parece, é destruí-lo de uma vez por todas.

Adotaremos a mesma estratégia. Descartando já de início as visões escancaradamente otimistas e às vezes até ingênuas da Escola Progressista-Evolucionista, pouco produtivas portanto, propomo-nos a utilizar os “conceitos-fetichê” de Eco para iniciar um debate entre duas possíveis correntes nos anais da Escola de Frankfurt, instituição intelectual que, por localizar-se temporalmente em princípios do século XX, e espacialmente numa Europa ocidental e capitalista, pôde perceber, não em primeiro lugar,

²⁰ ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo, Editora Perspectiva, 1990.

²¹ “Então a fórmula ‘Apocalípticos e Integrados’ não sugeria a oposição entre duas atitudes (e os dois termos não teriam valor de substantivo), mas com a predicação de adjetivos complementares, adaptáveis a esses mesmos produtores de uma ‘crítica popular de cultura popular.’” ECO, Umberto, *Apocalípticos e Integrados*, pág. 9. São Paulo, Editora Perspectiva, 1990.

²² ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. pág.7. São Paulo, Editora Perspectiva, 1990.

²³ Observemos um dos argumentos de Eco: “São esses mesmos, que definimos como apocalípticos ou integrados, os que comensuramos pelo fato de haverem difundido conceitos igualmente genéricos — ‘conceitos fetichê’ — e de os haverem usado como cabeça de turco em polêmicas improdutivas ou em operações mercantis de que nós cotidianamente nos nutrimos.” pág.8.

Agora, um de Marx: “Mas dizeis que suprimimos as relações mais íntimas substituindo a educação familiar pela educação social. Mas também vossa educação não está determinada pela sociedade?” *Manifesto do Partido Comunista*, pág. 54. L&PM, Porto Alegre.

A justificativa de ambos é a mesma: se nossos “inimigos” fazem assim, por que nós não podemos fazer?

mas de forma metódica, o poder paradoxal²⁴ representado por esse fenômeno que logo seria denominado Indústria Cultural.

Poderíamos localizar Adorno (e por extensão Horkheimer) no grupo dos apocalípticos. Antes de tudo, devemos levar em consideração o momento de produção de seus principais estudos. Nos anos trinta, assistiram à ascensão vertiginosa do nazi-fascismo ao mesmo tempo em que aquilo que se pressupunha socialismo perdeu-se na ditadura stalinista. Parecia que o poder da irracionalidade, representado por estados e partidos totalitários, havia sufocado a massa proletária que, iludida pelos meios de comunicação, não dispunha de outra alternativa que apoiar a ordem social e política vigente.

O termo indústria cultural, empregado pela primeira vez em *Dialect of Enlightenment*, de Horkheimer e Adorno (1994), durante seus anos de exílio nos Estados Unidos, visou claramente a sugerir o **domínio de cima**, embora seu sucesso ainda dependesse de uma **classe operária amorfa, passiva e irracional**.²⁵

Para Adorno, parece sacramentada a idéia, sem meio termo, de que a indústria cultural trata a massa, que é única e uniforme, como objeto de uma maquinaria preocupada exclusivamente em produzir o pensamento conformista. Podemos pensar numa avalanche prestes a esmagar alpinistas que, nem no último instante de vida, já sentindo os primeiros respingos de neve, conseguem perceber o perigo iminente. Mesmo em sua obra posterior, após o retorno do exílio, Adorno permaneceu com a mesma teoria conspiratória de que “a indústria cultural integra intencionalmente seus consumidores de cima para baixo”, por meio de uma ideologia na qual “o conformismo substitui a consciência”, sendo que “o efeito da indústria da cultura é de anti-esclarecimento (...), um meio de agrilhoar a consciência. Impede o desenvolvimento de indivíduos autônomos, independentes, que

²⁴ Valemo-nos de tal adjetivação porque, dado o uso, e isso para lembrar a posição de Benjamin (tida por Adorno como exageradamente otimista), os “meios de massa” podem ter funções reacionárias ou revolucionárias.

²⁵ SWINGWOOD, Alan. *O mito da cultura de massa*. Rio de Janeiro, Editora Interciência, 1977.

julguem e decidam conscientemente por si mesmos.”²⁶ A indústria cultural, portanto, e vamos utilizar palavras bem claras, é má. Está a serviço do totalitarismo, seja ele político ou mercantil. Não há solução. Não há saída. Sequer existe uma esperança, atomizada, composta por homens-objeto, tornou-se incapaz de mínima reação.

Aos integrados, por sua vez, poderíamos alinhar Walter Benjamin (acompanhado por Brecht e Kracauer). Buscamos substrato para tal afirmação naquele que é um dos ensaios basilares para a discussão a respeito da indústria cultural: *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. “Através da distração, como ela nos é oferecida pela arte, podemos avaliar, indiretamente, até que ponto nossa percepção está apta a responder a novas tarefas. E, como os indivíduos se sentem tentados a esquivar-se a tais tarefas, **a arte conseguirá resolver as mais difíceis e importantes sempre que possa mobilizar as massas**.”²⁷ O teórico, como se vê, solicita à arte a complicada missão de reunir as massas para desconstruir a alienação vigente, “restaurar o poder instintual dos sentidos corporais humanos em nome da auto-preservação da humanidade, e isto, não através do rechaço às novas tecnologias, mas pela passagem por elas.”²⁸ Certos trechos de *A obra de arte...* são verdadeiros cantos de louvor às potencialidades políticas e humanitárias das experiências culturais tecnologicamente difundidas. No entanto, o capítulo que encerra o ensaio — *Estética da Guerra* — soa, mais que advertência, como uma realidade configurada pelo avanço nazi-fascista na Alemanha. A indústria cultural, que poderia trabalhar em prol da emancipação do homem, muito facilmente — dir-se-ia até fatalmente — transforma-se em veículo de ditadura, quando em tempos de guerra, e do consumismo, quando em tempos de paz. A análise benjaminiana, portanto, é tão pessimista quanto às considerações de Adorno.

²⁶ ADORNO, Theodor. *Culture Industry Reconsidered*. Berlim, 1967.

²⁷ BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: *Teoria de Cultura de Massa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

²⁸ BUCK-MORRIS, Susan. *Estética e Anestésica: o “ensaio sobre a obra de arte” de Walter Benjamin* reconsiderado. Publicado em *October*, n. 62, pág. 3-41. Tradução Rafael Lopes Azize.

(É por isso que os “conceitos-fetiche” de Eco servem apenas para iniciar o debate, não para levá-lo adiante).

Benjamin, todavia, enxerga mais longe: percebe uma possibilidade, mesmo mínima, de redenção, e isso antes que os quatro cavaleiros do apocalipse saqueiem a primeira aldeia de incautos. Podemos trabalhar produtivamente dentro dessa possibilidade. Como analista da indústria cultural, sinto-me forçado — sim, forçado é o termo — a imitá-lo no que se refere a considerar ao menos uma esperança, ao menos uma saída, ainda que utópica, para a arapuca de alienação que, não se pode negar, diariamente é armada pela Grande Indústria Cultural. Caso contrário, devemos fechar todos os nossos livros, agora mesmo, antes que, de repente, sem nem aviso, encontremo-nos algemados num dos tribunais do juízo final.

Das trevas, a luz

Mas que saída e que esperança são essas? Onde podemos encontrá-las? É possível substantivá-las?

Vamos apostar no “sim”. E esse aceno afirmativo, não tentaremos buscá-lo no texto teórico, entendido como um texto sobre outro texto, mas na literatura primária, isto é, um texto de caráter artístico ou subjetivo feito a partir de e para um contexto. O argumento levantado, que certamente se afasta da linha benjaminiana (menos, é claro, no que diz respeito à utopia), possui características ontológicas. Apesar de todos os riscos e armadilhas dessa caminhada, insistiremos no trajeto por uma razão bastante simples: a possibilidade libertária, creio, está no indivíduo, ou indivíduos, não no meio, em especial se esse meio for de comunicação. Como este trabalho jamais pretenderia abarcar todas as facetas da

Grande Indústria Cultural, preferindo concentrar-se na problemática das estruturas criadas e sustentadas pelos *produtores* culturais, desentranharemos esse argumento “das trevas à luz” como uma tentativa de carregar a outra bandeja da balança, isto é, a possível resistência dos *receptores* frente à ação, agora sim claramente manipulativa, dos veículos culturais. Para tanto, inúmeros romances ou poemas poderiam ser analisados. Escolhemos, por razões que adiante ficarão claras, o labirinto totalitarista desenhado por George Orwell em 1894.²⁹

Em primeiro lugar, torna-se necessário dizer que nossa leitura de 1984 não se realizou com vistas a uma simples depredação do socialismo ou mesmo do estalinismo. O caráter naturalmente panfletário do texto, ao contrário do que querem os seus críticos mais ferrenhos³⁰, torna-se, hoje, uma narrativa de ficção científica *soft* que contém uma profecia realizada. O olho do Grande Irmão não nos perde de vista. Ele está em todo lugar: nos semáforos, nos bancos, nas escolas, no comércio, nas câmeras cinematográficas de amadores, de profissionais e dos satélites que nos vigiam dia e noite. Adjunto a isso, a reprodução da arte e a proliferação do Kitsch reforçam o controle, visto que ideologicamente, lavam os cérebros humanos para afirmar e confirmar a vigilância. “É bom ser filmado”, dizem os meios de massa. “Além de garantir sua segurança, isso é... bem... é legal!” Pegadinhas, videocassetadas, testes de amizade e fidelidade, *Casa dos Artistas*, *Big Brother Brasil* (nome interessante para esse tipo de programa), atrações audiovisuais que, provando a futilidade com que é utilizada a tecnologia comunicacional, simbolizam também a miríade de olhos que nos espreitam. Nesse sentido, as teorias apocalípticas de Adorno estão justificadas. No entanto, a essas alturas, parece necessário

²⁹ ORWELL, George. 1984. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1984.

³⁰ “Você conhece todos aqueles romances escritos sobre a Revolução Francesa, sobre Maria Antonieta, ou então sobre 1914, sobre a coletivização na URSS (a favor ou contra), ou sobre o ano de 1984; tudo isto são romances de vulgarização que traduzem um conhecimento não romanesco na linguagem do romance. Ora, eu nunca deixarei de repetir que a única razão de ser do romance é dizer aquilo que apenas o romance pode dizer.” KUNDERA, Milan. *A arte do romance*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1986.

mergulhar nas trevas para delas extrair a luz. E atenção; não se trata de fabricar raios luminosos artificiais para exhibir uma esperança frouxa, tipo literatura de auto-ajuda. A luz já está lá, sempre esteve, e é verdadeira. Basta procurá-la com cautela.

Tomemos o livro de Orwell: Winston Smith vive num mundo pervertido pelos excessos de uma economia centralizada. A cidade é Londres. O ano, ele não tem certeza, é 1984. Em cada esquina, em mostruário, em cada lance de escada e em cada apartamento existe, ao lado da sigla INGSOC (Socialismo Inglês), o retrato de um homem sereno, porém austero, conhecido apenas como *Big Brother*. “O Grande Irmão zela por tí”, dizem as legendas dos cartazes. Ora, se este Grande Irmão existe ou não de forma biológica, pouco interessa. Basta frisar que ele representa o Partido, nada menos que o Estado em si, dada a inexistência de oposição (a não ser imaginária, como veremos a seguir). Do ponto de vista material — e espiritual, infelizmente — nada pertence ao indivíduo:

Tirou do bolso uma moeda de vinte e cinco centavos. Ali também, em letras minúsculas, porém nítidas, liam-se as mesmas frases (Guerra é paz; liberdade é escravidão; ignorância é força); do outro lado a cabeça do Grande Irmão. Até do dinheiro aqueles olhos o perseguiam. Moedas, selos, capas de livros, faixas, cartazes, maços de cigarros — em toda parte. Sempre os olhos fitando o indivíduo, a voz a envolvê-lo. Adormecido ou desperto, trabalhando ou comendo, dentro e fora de casa, no banheiro ou na cama — não havia fuga. Nada pertencia ao indivíduo, com exceção de alguns centímetros cúbicos dentro do crânio.³¹

Como se percebe, os movimentos profissionais e pessoais de cada indivíduo são observados 24 horas por dia. Para isso, o Partido conta com o auxílio de aparelhos tecnologicamente avançados. Parecem televisores, mas na verdade, como Winston sabia, são filmadoras:

Dentro do apartamento uma voz sonora lia uma lista de cifras relacionadas com a produção de ferro gusa. A voz saía de uma placa metálica retangular semelhante a um espelho fosco, embutido na parede direita. Winston torceu um comutador e a voz diminuiu um pouco, embora as palavras ainda fossem audíveis. O aparelho

³¹ ORWELL, George. 1984. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1984. Pág. 29.

(chamava-se teletela) podia ter o volume reduzido, mas era impossível desligá-lo de vez.³²

As teletelas funcionam como uma linha direta de comunicação que o indivíduo tem com o Partido. Todas as movimentações políticas, econômicas e militares são detalhadamente transmitidas aos membros do INGSOC. O problema é saber se essas informações são verdadeiras ou meramente fantasiosas. Quando o Partido se vê obrigado a fornecer notícias drásticas, age com cautela. Uma má informação é sempre precedida por algo agradável aos olhos e aos ouvidos do povo:

Más notícias, pensou Winston. E com efeito, depois de uma sanguinolenta descrição do aniquilamento de um exército eurasiano, com formidáveis cifras de mortos e prisioneiros, divulgou-se a notícia de que, a partir da semana próxima, a ração de chocolate seria reduzida de trinta a vinte gramas.³³

As energias intelectuais e até mesmo físicas necessárias a qualquer reação são absorvidas por um programa denominado Dois Minutos de Ódio. Lavagem cerebral explícita (e Orwell faz questão de apresentar essa técnica de supressão da consciência de forma exagerada). Todos os dias, os membros do partido se reúnem diante de imensas teletelas, instaladas em prédios públicos, para, sem saber, ou sabendo silenciosamente, colocar os sentidos à disposição do Partido. A longa citação aqui se faz necessária:

Mais um instante, e um guincho horrendo, áspero, como de uma máquina monstruosa funcionando sem óleo, saiu da grande teletela. Era um barulho de fazer ranger os dentes e arrepiar os cabelos da nuca. O Ódio começara. Como de hábito, a face de Emmanuel Goldstein, o Inimigo do Povo, surgira na tela. Aqui e ali houve assovios entre o público (...)

Winston sentiu contrair-se o diafragma. Nunca podia ver a face de Goldstein sem uma dolorosa mistura de emoções (...) Parecia a cara duma ovelha, e a voz também recordava um balido. Goldstein lançava o costumeiro ataque peçonhento às doutrinas do Partido — um ataque tão exagerado e perverso que uma criança poderia refutá-lo, e no entanto suficientemente plausível para encher o cidadão de alarme, de receio que outras pessoas menos equilibradas o pudessem aceitar. Insultava o Grande Irmão, denunciava a ditadura do Partido, exigia a imediata conclusão da paz com a Eurásia, advogava a liberdade de palavra, a liberdade de imprensa, a liberdade de reunião, a liberdade de pensamento, gritava histericamente que a revolução fora traída — e tudo numa linguagem rápida, polissilábica, que era uma espécie de paródia habitual dos oradores do Partido

³² Idem, págs. 7 e 8.

³³ Idem, pág. 28.

(...) O Ódio chegou ao clímax. A voz de Goldstein transformara-se de fato num balido de ovelha, e por um instante o rosto se transformou na cara de um carneiro. Depois a cara de carneiro se fundiu na de um soldado eurasiiano que parecia avançar, da superfície da tela, de modo tão real que alguns da primeira fileira se inclinaram para trás. No mesmo momento, porém, arrancando um fundo suspiro de alívio de todos, a figura hostil fundiu-se na fisionomia do Grande Irmão, de cabelos e bigodes negros, cheio de força e de misteriosa calma, e tão vasta que tomava quase toda a tela.³⁴

Como escreve Benjamin, “todos os esforços para estetizar a política convergem para um ponto. Esse ponto é a guerra. A guerra e somente a guerra permite dar um objetivo aos grandes movimentos de massa, preservando as relações de produção existentes.”³⁵ Assim, embora muitos dos membros do partido saibam que o Grande Irmão e tudo o que ele representa não são consolo, mas tormento, permanecem calados. O próprio pensamento, parte mais íntima do ser, passa por um processo de auto-fiscalização:

Era terrivelmente perigoso deixar os pensamentos vaguearem num lugar público, ou no campo de visão de uma teletela. A menor coisa poderia denunciá-lo. Um tique nervoso, um olhar inconsciente de ansiedade, o hábito de falar sozinho — tudo que sugerisse anormalidade, ou algo de oculto.³⁶

Além disso, há o medo da denúncia, da tortura, do desaparecimento, pois todos são capazes de denunciar todos:

No entanto era fato que se Syme percebesse, por três segundos que fosse, a natureza das opiniões secretas de Winston, instantaneamente o denunciaria à Polícia do Pensamento. Aliás, era o que faria qualquer um; Syme mais que os outros, porém.³⁷

E a criação de espiões e de um espírito delator generalizado começa pelas crianças, mais frágeis intelectualmente e mais propensas a acatar e a **achar legal** a idéia de integrar uma massa atomizada e subserviente ao grande líder:

Quase todas as crianças eram horríveis. O pior de tudo é que, com auxílio de organizações tais como os Espiões, eram sistematicamente transformadas em

³⁴ Idem, págs. 15, 16 e 17.

³⁵ BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

³⁶ ORWELL, George. 1984. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1984. Pág. 61.

³⁷ Idem, pág. 55.

pequenos selvagens incontroláveis, e no entanto nelas não se produzia qualquer tendência de se rebelar contra a disciplina do Partido. Ao contrário, adoravam o Partido, e tudo quanto tinha ligação com ele. As canções, as procissões, as bandeiras, as caminhadas, a ordem unida com fuzis de madeira, berrar palavras de ordem, adorar o Grande Irmão — eram uma espécie de jogo fomedável. Toda sua ferocidade era posta para fora, dirigida contra os inimigos do Estado, contra os forasteiros, traidores, sabotadores, ideocriminosos.³⁸

No campo dos relacionamentos subjetivos, portanto individuais, há o desejo, emanado pelo Partido, de abolir a busca do orgasmo ou de qualquer outro prazer fisiológico. Assim, as relações “individualistas” e “egocêntricas” ficarão impossibilitadas de atrapalhar os desígnios coletivistas do INGSOC:

O objetivo do Partido não era simplesmente impedir que homens e mulheres criassem lealdades difíceis de controlar. Seu propósito real, não declarado, era roubar todo o prazer do ato sexual.³⁹

O auge do controle ideológico, no entanto, se dá com o aniquilamento da consciência histórica, seja ela coletiva ou individual. O Partido mantém um ministério — ironicamente chamado Ministério da Verdade — especialmente ocupado em eliminar não só documentos pré-revolucionários, que pudessem comprometer a competência social do INGSOC, como todo e qualquer tipo de notícia díspar aos pensamentos e às profecias do Grande Irmão:

Quem controla o passado, “dizia o lema do Partido”, controla o futuro; quem controla o presente, controla o passado.⁴⁰

Conjuntamente a isso, está nos planos do Partido a criação e o aprimoramento da Novilíngua. O objetivo é simplificar o idioma. Desta forma, e por conseqüência, o pensamento e a realidade política simplificam-se também, varrendo da mente humana o desejo revolucionário:

³⁸ Idem, pág. 27.

³⁹ Idem, pág. 65.

⁴⁰ Idem, pág. 36.

É lindo destruir palavras. Naturalmente, o maior desperdício é nos verbos e adjetivos, mas há centenas de substantivos que podem perfeitamente ser eliminados. Não apenas os sinônimos; os antônimos também. Afinal de contas, que justificação existe para a existência de uma palavra que é apenas o contrário de outra? Cada palavra contém em si o contrário. 'Bom', por exemplo. Se temos a palavra 'bom', para que precisamos de 'mau'? 'Imbom' faz o mesmo efeito — e melhor, porque é exatamente oposta, enquanto 'mau' não é (...) Não vês que beleza, Winston? Naturalmente, foi idéia do Grande Irmão.⁴¹

Por fim, se o Partido é a redenção, o final feliz da História, e se o Grande Irmão é Deus, isso só permanecerá possível se houver, ao mesmo tempo, e funcionando como antíteses, a perdição e o Demônio. Como se colocou anteriormente, um bem e um mal, um certo e um errado, são traços característicos da cultura de massa. A esse respeito, podemos recordar *O Evangelho Segundo Jesus Cristo*, de Saramago, quando Deus e o Diabo dialogam na barca: “Não me aceitas, não me perdoas, Não te aceito, não te perdôo, quero-te como és, e, se possível, ainda pior do que és agora, porquê, Porque este Bem que eu sou não existiria sem esse Mal que tu és, um Bem que tivesse de existir sem ti seria inconcebível, a um tal ponto que nem posso imaginá-lo, enfim, se tu acabas, eu acabo, para que eu seja o Bem, é necessário que tu continues a ser o Mal, se o Diabo não vive como Diabo, Deus não vive como Deus, a morte de um seria a morte de outro...”⁴² No universo de 1984, o papel do Diabo foi destinado a Goldstein, certamente tão imaginário quanto o próprio Grande Irmão. A propósito, sua história e a do Lúcifer bíblico são semelhantes até demais:

Goldstein era o renegado e traidor que um dia, muitos anos atrás (exatamente quantos ninguém se lembrava), fora uma das figuras de proa do Partido, quase no mesmo plano que o próprio Grande Irmão, tendo depois de dedicado a atividades contra-revolucionárias, sendo por isso condenado à morte, da qual escapara, desaparecendo misteriosamente.⁴³

Winston e seus concidadãos estão presos num labirinto indelével, labirinto mais do que injusto, pois não possui saídas. O final do romance, de fato, é trágico. Descobertos

⁴¹ Idem, pág. 52.

⁴² SARAMAGO, José. *O evangelho segundo Jesus Cristo*. São Paulo, Companhia da Letras, 1992, págs. 392/393.

⁴³ ORWELL, George. 1984. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1984. pág. 16.

os seus pensamentos “anormais”, o ódio que nutria pelo Grande Irmão, é preso e levado aos subterrâneos do Ministério do Amor. Torturado, aceita e acredita que dois mais dois são cinco. Trai a si mesmo, trai a afeição que sentia por Júlia — outra “pecadora” — e chega a admitir, com sinceridade, que tudo o que pensou sobre o Partido era heresia. “Mas agora estava tudo em paz, tudo ótimo, acabada a luta. Finalmente lograra a vitória sobre si mesmo. Amava o Grande Irmão.”⁴⁴ A domesticação total do país, portanto.

Como — eis agora a pergunta — podemos procurar alguma esperança no meio de tanta treva e alienação? Orwell é pouco claro a esse respeito, ao que parece seu pessimismo em relação à massa ignara é pior do que aquele que Platão revela no *Mito da Caverna*. Mesmo assim, talvez até sem querer, *1984* é um livro que, das primeiras às últimas páginas, espirra esperança para todos os lados. Esperança inevitável de libertação. Durante todo o tempo, Winston, que representa a população subjugada, **procura entender** o caos em que vive. Ele conspira. Em cada página, em cada parágrafo, em cada linha, ele conspira. E pouco importa se sua conspiração é isolada e silenciosa, de si para si, quase inofensiva (este, inclusive, é o tipo de conspiração ideal contra a grande indústria cultural). Vale é que ele não está satisfeito. Põe em risco o bem-estar físico e moral, a própria vida, a própria existência histórica, e conspira. De certa forma, e isso lhe serve de estímulo, intui que muitas pessoas, muitas mesmo, talvez todo mundo, conspire como ele:

O estranho, todavia, é que embora Goldstein fosse odiado e desprezado por todo mundo, embora todos os dias, e milhares de vezes por dia, nas tribunas, teletelas, jornais, livros, suas teorias fossem refutadas, esmagadas, ridicularizadas, apresentadas aos olhos de todos como lixo à-toa... e apesar de tudo isso, sua influência nunca parecia diminuir. Não se passava dia sem que espíões e sabotadores, obedientes a ordens dele, não fossem desmascarados pela Polícia do Pensamento.⁴⁵

O mundo de Winston e o nosso, se ignorarmos a tênue fronteira que separa a ficção da realidade, são iguais. Somos capazes de perceber o labirinto totalitarista que o

⁴⁴ Idem, pág. 277.

⁴⁵ Idem, pág. 17.

cerca porque olhamos de fora. Por outro lado, o nosso é imperceptível, ao menos para nós, porque estamos dentro dele. Mas é interessante frisar: como o personagem de Orwell, todos nós, seres humanos, possuímos **alguma coisa** em nosso interior, em nosso mais profundo íntimo, que nos impede de ser totalmente subservientes às idéias e às instituições.⁴⁶ Que coisa será esta? Ela pode ser definida de inúmeras formas. No presente caso, vamos chamá-la de NECESSIDADE HUMANA DE SE AFIRMAR COMO SUJEITO DO JOGO HISTÓRICO. (Simmel, no começo do século XX, já falava sobre isso, mas creio que sem a convicção necessária). Alguém, todavia, vai lembrar que Winston, foi “dobrado” no último capítulo do romance. É isso, de fato, que acaba acontecendo com muitos de nós. Mas a rendição de Winston, como o suicídio shopenhauriano, não representa nem a derrota nem a vitória de um dos lados, a começar pelo fato de que não há guerra declarada entre essas possíveis facções. Se ele parou de conspirar em silêncio, outros, e muitos outros, continuarão a tarefa simplesmente porque não têm escolha de fazer o contrário. Penso nas rodovias de nosso país. É comum os motoristas trocarem sinais de luz para advertirem-se de que a polícia está por perto. Não nos cabe aqui decidir se essa prática é correta ou não, cabe sim é lembrar que a polícia representa o poder, e esse poder, de uma forma tímida, porém eficiente, é combatido.

O destino de todo poder, indiferentemente de seu tamanho, é encontrar outro poder de reação.

Há, entretanto, um problema nisso tudo: já frisamos anteriormente que a Grande Indústria Cultural prevê e às vezes até provoca as “pedradinhas” que vai receber. Ela mesma, em alguns casos, não vacila em patrocinar produtos que teriam (depois do lucro, é claro) a finalidade de atacá-la diretamente. Sem maiores problemas, sem constrangimentos,

⁴⁶ Esse **alguma coisa** no interior do humano, que não foi destacado por acaso, realmente torna minha argumentação discutível. Posso parecer o cantor que canta numa faixa do CD e pede desculpas na outra, mesmo assim, repito, apesar dos riscos, insistirei na questão ontológica. É que esse capítulo, antes de tudo, é um doloroso exercício de fé na capacidade dos homens e das mulheres do nosso e de todos os outros tempos.

absorve esses ataques, aproveitando-se deles, e tudo fica na mesma. A ideologia semeada pela Grande Indústria, mesmo mimada por pequeninas e múltiplas forças de oposição, permanece inabalável. Então a pergunta: até que ponto a conspiração silenciosa de um Winston, ou mesmo de *uns Winstons*, representa perigo à atual organização social? Até ponto nenhum, ao menos por enquanto. O papel de Winston e dos pequenos e independentes produtores culturais é o mesmo. Está no *condicional* ou infinitamente projetado para o futuro.

Antes de apagar as luzes, porém, não devemos esquecer que Winston... que nós procuramos entender o que nos cerca. Quando compreendermos, mesmo que parcialmente, o funcionamento da Grande Indústria Cultural, deixaremos de *ser usados* por ela para *fazermos uso* dela. Ela continuará existindo — que dúvida! — com todas as suas patranhas e com tudo aquilo que, reconheçamos, possa ter de positivo. Mas a partir da **cognição**, esta chave para a afirmação do sujeito frente ao jogo histórico, a relação produtor/receptor será bem outra.⁴⁷

⁴⁷ Observando trabalhos como os de Jesus Martín Barbero (Dos meios às mediações), penso se este diferenciamento na relação produtor/receptor já não é uma realidade considerável. Para um próximo trabalho, em vez de perguntar o que a televisão faz com a dona-de-casa, poderei perguntar o inverso: o que a dona-de-casa faz com a televisão?

Algumas situações “massas”

A poderosa teledifusão

Embora inicialmente lançados com vistas à radiodifusão, os conceitos de Abraham Moles⁴⁸ encaixam-se em folgas à atual televisão brasileira. Cada uma das doutrinas que o exercício das radiodifusões propunha no tempo em que seu ensaio sobre a comunicação de massa foi escrito é hoje aplicada por pelo menos uma emissora de alcance nacional. Assim, se a *doutrina demagógica*, “que visa fazer que o indivíduo emerja num campo publicista e aí se mantenha o maior tempo possível por um apelo constante à sua tendência ao menor esforço”, sempre foi concretizada por uma TV como a Globo, à *doutrina dogmática*, com “seus valores hierárquicos” e pertencentes “a abstrações sociais como o Estado, a *religião*, ou a virtude”, se deve, em parte, o inesperado êxito da Rede Record. Como terceira via (termo difícil), as doutrinas *culturalista* e *sócio-dinâmica*, baseadas “na própria existência dos ciclos sócio-culturais”, parecem a raiz programática de uma emissora como a TVE Brasil.

A doutrina demagógica dos publicistas

Tomemos, por exemplo, a programação da TV Globo, num dia qualquer da semana, transmitida em Santa Catarina por sua associada local:

RBS49
05h35 – Encontro com a Vida
05h40 – Telecurso Profissionalizante
05h55 – Telecurso 2000 – Segundo Grau
06h10 – Telecurso 2000 – Primeiro Grau

⁴⁸ As informações constantes nesse parágrafo de introdução, citadas entre aspas, foram todas extraídas do ensaio “Doutrinas sobre a comunicação de massa”, de Abraham A. Moles, publicado em português no livro *Teoria da Cultura de Massa*, terceira edição, 1982, Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra, organizado por Luiz da Costa Lima.

⁴⁹ Jornal A Notícia, terça-feira, 13/03/2001.

06h25 – Globo Rural
06h45 – Bom Dia SC
07h15 – Bom Dia Brasil
08h00 – Bambulúá
11h55 – Jornal do Almoço
12h47 – Globo Esporte
13h20 – Jornal Hoje
13h50 – Vídeo-show
14h25 – Vale a Pena Ver de Novo
15h45 – Sessão da Tarde
17h30 – Malhação
18h00 – Estrela Guia
18h50 – RBS Notícias
19h10 – Um Anjo Caiu do Céu
20h15 – Jornal Nacional
21h00 – Porto dos Milagres
22h00 – Angel
23h00 – Minissérie – Os Maias
23h50 – Jornal da Globo
00h20 – Programa do Jô
01h50 – Intercine
03h30 – Corujão – “No Coração do Perigo”
04h50 – Cyberkids

O quadro acima, ao menos na parência, parece demonstrar ecletismo: telecuriosos, seções infantis e de variedades, telenoticiário local e nacional, filmes de longa metragem, seriados estrangeiros, *talk show*, minisséries e novelas com roteiros originais ou baseados em obras das literaturas brasileira e portuguesa. Para o telespectador desavisado ou intensamente otimista, tal variedade, reforçada pelo discurso da própria emissora, poderia sugerir a existência de um projeto cultural destinado, por exemplo, ao bem-estar político do cidadão brasileiro. Todavia, bastando um olhar na distribuição horária dos programas, o que percebemos é o desejo avassalador de cada atração encontrar seu público específico. Na televisão, conforme palavras de Ciro Marcondes Filho, “para cada minuto existe um investimento, um preço, uma tabela e, sobretudo, um lucro.”⁵⁰ Assim, o que diz respeito aos homens (o jornalismo esportivo, a que *eles* assistem depois do almoço enquanto *elas* lavam a louça) não precisa necessariamente interessar a suas esposas, que dirigem sua atenção a programas de variedades (culinária, moda, fofoca sobre a atriz do momento), exibidos num horário em que os homens — e já um novo tipo de mulher, a

⁵⁰ FILHO, Ciro Marcondes. *Televisão, a vida pelo vídeo*, p. 18. São Paulo, Moderna, 1995.

profissionalizada — encontram-se fora, trabalhando ou procurando emprego. Perpetuação irresponsável de estigmas e lugares comuns vigentes na sociedade. Irresponsável porque, para os usuários da doutrina demagógica, pouco importa se o público é machista ou feminista, desde que a caixa da emissora esteja cheia.

Abraham Moles explica que o rádio — juntamente com a TV — “é um sistema destinado a fornecer ao indivíduo motivações econômicas inextricavelmente mescladas com o prazer.” Como o coeficiente Horas-audiência é a principal medida do sucesso, as emissoras comerciais, desde sua origem, debatem-se para encontrar, através de experiências quase sempre plagiárias, a resposta dessa pergunta fundamental: “como alcançar e manter o maior índice de audiência durante o maior período possível?” Algumas regras simples foram sintetizadas por Moles:

“1. Situar sempre o nível do que é dito (transmitido) em uma taxa de inteligibilidade correspondente a um quociente intelectual de, aproximadamente, 10 pontos abaixo do quociente médio do nível social que se quer atingir.

2. Não solicitar do ouvinte nenhum esforço de memória ou tenacidade.”⁵¹

Em palavras simples, Moles quer dizer que, para alcançar seu objetivo entranhadamente publicista, a doutrina demagógica não hesita em “nivelar por baixo”, em todos os sentidos, a sua programação. “A essência da rádio-TV é imprimir um certo número de mensagens estereotipadas no interior do cérebro dos ouvintes ou dos telespectadores, solicitando seus olhos ou seus ouvidos a partir de features, de elementos de distração, escolhidos para agradar o maior número. Cataclismos, revoluções, sinfonias pastorais ou energia atômica são apenas manchas de cor, mais ou menos vivas sobre o quadro audiovisual. O padrão real é a estrutura publicitária que é a única Gestalt em grande

⁵¹ MOLES, Abraham. Doutrinas sobre a comunicação de Massa. In: *Teoria da Cultura de Massa*, p. 76. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

escala permanente através do tempo e que deve, realmente, ser transmitida do emissor ao receptor.”⁵²

Na TV brasileira de doutrinação demagógica (Globo, SBT, Bandeirantes, as extintas Manchete e Tupi), esse conjunto de estereótipos, que como vimos é o passaporte da propaganda, foi e é empregado de maneira exemplar num tipo de programa que há quarenta anos faz parte da rotina e do imaginário de nossa população: a telenovela. Antes de analisarmos os possíveis aspectos positivos e negativos do “programa da família brasileira”, alguma coisa deve ser dita sobre seu poder de alcance e persuasão. Utilizaremos dois exemplos ilustradores, o primeiro citado por Muniz Sodré no livro *Best Seller*, a literatura de mercado⁵³, e o segundo por Flávio Calazans em *Propaganda Subliminar Multimídia*⁵⁴.

Em meados de 1980, as butiques mais sofisticadas do Rio de Janeiro congregaram-se num documento dirigido à Rede Globo de Televisão, em que pediam maior cuidado com as palavras no vídeo, diante da força de impacto de suas mensagens. Acontecera simplesmente o seguinte: a Globo exibia a novela *Água viva*, em que uma personagem, empregada de butique, dizia não gostar da cor roxa. Ora, naquele ano, as lojas cariocas haviam decretado a moda do roxo, e, em consequência, feito os seus estoques com base naquela cor. Depois da frase ‘fatídica’ na novela, entretanto, os produtos ficaram encalhados na prateleira.

Outro caso digno de nota é o da Cobal, Companhia Brasileira de Alimentos, que estava com toneladas de milho encalhadas em Minas Gerais. Na novela *Pai Herói*, foram inseridos diversos personagens que consumiam com prazer e alegria milho verde, inclusive um velhinho que atribuía ao milho verde a sua virilidade. Quinze dias depois de o velhinho contar o segredo da sua potência sexual, os armazéns da Cobal estavam vazios de milho verde.

Dada a dimensão quase sempre subestimada de seu poder, muitos argumentos podem ser levantados a favor da telenovela. Volta e meia, algum executivo da TV aparece em algum *talk show* lembrando que o chamado horário nobre brasileiro, ao contrário do que acontece na maioria dos países do sul, é preenchido com programação nacional. Outro argumento estaria na constatação real de que *merchandising* pode ser usado em prol de

⁵² Idem, pág. 75.

⁵³ SODRÉ, Muniz. *Best Seller: a literatura de mercado*. São Paulo, Ática, 1985.

⁵⁴ CALAZANS, Flávio. *Propaganda Subliminar Multimídia*. São Paulo, Summus, 1992.

campanhas sociais. Isso, de fato, é praticado em novelas da Globo quando divulgam, através de diálogos entre coadjuvantes, o Dia Nacional da Vacina ou a necessidade de usar camisinha nas relações sexuais. Qualquer tema polêmico que surja no enredo de uma novela (reforma agrária, em *O Rei do Gado*, de Benedito Rui Barbosa; transplante de medula óssea, em *Laços de Família*, de Manoel Carlos) fatalmente desatará um debate nacional. *Roque Santeiro*, de Dias Gomes, exibida com sucesso logo após o fim do Regime Militar iniciado em 64, certamente é uma das novelas mais politizadas de que se tem notícia. Baseada na peça *O Berço do Herói* (censurada quando de sua estréia no teatro) e adaptada pelo próprio dramaturgo, mostra aspectos interessantes de nossa realidade, como os procedimentos conservador e progressista da igreja católica, figurados respectivamente pelos personagens Pe. Hipólito (velho e conformista) e Pe. Albano (pessoa de espírito jovem), além dos conflitos entre casais formados por personalidades antagônicas: Zé das Medalhas, caricatura do capitalista acumulador, e Lulu, jovem que, ao contrário de seus desejos, é proibida de dançar e se vestir de acordo com sua vontade.

O que a telenovela dá, todavia, tira logo em seguida. E isso serve para a televisão como um todo. J. S. R. Goodlad, sociólogo inglês citado no trabalho que Ciro Marcondes Filho compôs sobre a TV, explica que “não devemos nos iludir: todos os meios de comunicação antes confirmam do que alteram as opiniões gerais e refletem as normas sociais. Em ambos os casos atuam como força conservadora.”⁵⁵ Mesmo Dias Gomes, autor “sério” do teatro nacional, não escapa às convenções e clichês comuns ao formato televisivo. Pe. Hipólito e Pe. Albano são personagens esquemáticos demais (até fisicamente) para repassar a verdadeira dimensão do debate a que se propõem. Se *Roque Santeiro* derruba o preconceito de que a Igreja é monolítica e irreversivelmente conservadora, cria outro ao mostrar, erroneamente, que padres velhos é que estão a serviço

⁵⁵ FILHO, Ciro Marcondes. *Televisão, a vida pelo vídeo*, p. 28. São Paulo, Moderna, 1995.

do poder, enquanto os novos, “moderninhos”, que em seus sermões falam sobre cidadania e reforma agrária, passam as tardes em encontros com lindas jovencinhas das redondezas. O relacionamento entre Pe. Albano e a filha de Sinhozinho Malta, que objetiva problematizar o celibato, invalida para o público, todo o discurso social do sacerdote. O personagem, visto pelos olhos de uma sociedade ignorante de seu próprio conservadorismo, naturalmente não será levado a sério. Algo parecido acontece com Zé das Medalhas e Lulu. Antítese perfeita, ele um tirano inconsciente do mal que emana, ela uma mulher que, em vez de cuidar dos filhos, gasta seu tempo a sonhar com vestidos e liberdade, não oferecem a possibilidade de o telespectador perceber a essência dos modelos que representam. Como na televisão tudo é só espetáculo, não há meios, mesmo para um autor como Dias Gomes, de aprofundar personagens ou situações sob pena de “confundir” o público e perder a audiência. “ A lógica do espetáculo não permite que nenhum tema, nenhum conteúdo, nenhum discurso nos atinja porque nasce de uma estrutura espetacular que tudo neutraliza.”⁵⁶

Desta forma, as discussões sobre reforma agrária ou sobre transplantes de medula óssea equiparam-se à marca de sabão-em-pó ou à cor preferida pela personagem. A televisão demagógica vende. Ponto final. Em 17 de maio de 2000, numa entrevista concedida à Veja, o comunicador Silvio Santos, proprietário do SBT, em palavras sinceras e elucidativas, resumiu a lógica da TV comercial: “O brasileiro é um povo humilde. A televisão é a sua única diversão. Esse povo não quer ligar a televisão para ter aula ou ter cultura. Isso quem tem de dar para ele são as autoridades competentes, por meio da escola (...) Temos de dar ao povo o que o povo quer. Se for samba, será samba. Se for mulher com pouca roupa, será mulher com pouca roupa.”

⁵⁶ Idem, pág. 41.

Só assim, dando ao povo o que o povo quer⁵⁷, a venda será realizável. E não estamos falando necessariamente de produtos físicos, mas de conceitos, estilos, modos de vida.

Que sejam feitas, aqui também, algumas considerações sobre a adaptação de obras literárias para a televisão. Parece inegável que o transporte de um romance para um meio eletrônico resulta no incentivo à leitura tão necessário em países como o nosso. “Quando, em 1976, o escritor Orígenes Lessa teve seu livro *O feijão e o sonho* adaptado para a televisão, foram vendidos, num só ano, mais de 76 mil exemplares do romance, o que é uma cifra muito mais alta do que poderia ambicionar qualquer escritor brasileiro.”⁵⁸ Em matéria de Bárbara Aída para o Estado de São Paulo, Orígenes comenta: “Apesar de o adaptador ter sido o mais fiel possível, ele se sentiu obrigado a refazer a vida econômica do personagem central, simplesmente porque o público não aceitava aquela pobreza, aquela miséria. O público não agüentava tanto sofrimento. Normalmente, acontece de os adaptadores modificarem demais, conservando apenas o título, mas este não foi o meu caso, pois a essência esteve presente todo o tempo. De qualquer maneira, o livro foi tão vendido que chegou a recompensar...”⁵⁹

Do mesmo modo, numa entrevista concedida a Antônio Roberto Espinosa, Jorge Amado fala sobre as duas adaptações de *Gabriela Cravo e Canela*, a primeira na Tupi, a segunda na Globo. Quando questionado sobre o que achava das adaptações, se o romance perdia alguma coisa com elas, o velho escritor responde que “vale a pena perder. Gabriela, por exemplo, talvez tenha sido o romance brasileiro mais vendido até hoje. Quando foi adaptado para a televisão, tinha vendido 600 mil exemplares no Brasil. A novela não só fez a Editora Record vender mais 80 mil, como foi vista por 25 milhões de pessoas. E depois

⁵⁷ Lógico que a visão de Silvio Santos é ultra-simplista. Nem sempre o povo recebe o que quer, mas o que a Grande Indústria Cultural coloca em pauta.

⁵⁸ AVERBUCK, Lígia. Da página impressa ao livro: a literatura, o escritor e a televisão, pág. 189. In: *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*. São Paulo, Nobel, 1984.

⁵⁹ Idem, pág. 189.

ela foi reprisada! São pessoas que receberam certas idéias colocadas no romance; essas idéias atingiram uma massa muito maior, inclusive muitas pessoas analfabetas, outras semiletradas, e também aquelas que não tinham dinheiro para comprar o livro...”⁶⁰

Como se pode perceber pelos depoimentos de Orígenes Lessa e Jorge Amado, uma adaptação para a TV nunca será fiel à matriz romanesca. No entanto, segundo um tópico utilizado por ambos, e que parece conter elevado grau de resignação, uma certa “essência”, se tomados os devidos cuidados, sempre será mantida. O ensaio de Ligia Averbuck sobre a novela *Ciranda de Pedra*, baseada no livro homônimo de Lygia Fagundes Telles, decisivamente diz o contrário, apesar de a própria escritora, quando interpelada sobre a adaptação, responder “acho que foi feita com dignidade, que deu certo.”⁶¹ A verdade é que a telenovela, se comparada ao livro, perde toda a identidade (exceto pelo título e pelo nome das personagens centrais), por causa da forma fatalmente maniqueísta e simplificada com que são tratados os motores narrativos. “Projetada para ser apresentada no horário da tarde (18 horas), a novela passou a ser proposta não para o público adulto (como se fosse possível essa divisão), mas para um espectador ‘jovem’, ‘em formação’, a quem não se poderiam revelar aspectos demasiadamente ‘crus’ da realidade. Então, as personagens passam a ser ‘suavizadas’, transformando-se o realismo, mesmo o tom de agridoce desencanto que atravessa o texto do romance numa mensagem otimista em que, ao final, os bons são premiados e os maus castigados, conforme o gosto maniqueísta da cultura de massa.”⁶²

O mesmo acontece com a novela *Porto dos Milagres*, de Aguinaldo Silva, basicamente extraída de duas obras de Jorge Amado, campeão de adaptações: *Mar Morto* e *A descoberta da América pelos Turcos*. Do universo amadiano, todavia, é possível

⁶⁰ GOMES, Álvaro Cardoso. *Literatura Comentada: Jorge Amado*. São Paulo, Nova Cultural, 1990.

⁶¹ AVERBUCK, Ligia. Da página impressa ao livro: a literatura, o escritor e a televisão, pág. 194. In: *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*. São Paulo, Nobel, 1984.

⁶² Idem, pág. 198.

reconhecer apenas a Bahia, a sensualidade, o mar e os saveiros. Neste caso, nem o título original de uma das obras foi mantido, o que naturalmente descartará a possibilidade de grandes vendas a partir da novela. O aspecto regional dos textos também se perde nas inevitáveis adequações ao veículo que, segundo *Ciro Marcondes Filho*, são inevitáveis. “Na transmissão de um programa regional , em cadeia nacional de televisão, ocorre a transformação dessa ‘matéria prima’ cultural em produto industrializado. Por exemplo, uma cerimônia cultural de índios da Amazônia, uma festa gaúcha, costumes caiçaras, capixabas, para serem ‘consumidos’ pelo telespectador junto com sua cerveja, seu salgadinho, seu cigarro, precisarão ser neutralizados e generalizados: a fábrica de produtos de comunicação (a emissora de TV, no caso) extrai do produto suas aberrações, seus elementos chocantes, suas peculiaridades, seus termos regionais — entendidos só em seu local de origem —, deixando-o ‘simplificado’, compreensível para todos, facilmente assimilável.”⁶³

Como se vê, Moles não batizou essa doutrina de demagógica por acaso. A fala de *Sílvio Santos*, supracitada, sintetiza bem a questão. Na TV comercial, faz-se produtos. Bons? Ruins? Não importa, desde que vendam. Assim, projetos culturais aliados à políticas sócio-econômicas verdadeiras, que se preocupam com a amplitude da cidadania, precisam procurar um outro canal de divulgação.

A doutrina dogmática

Vejamos, agora, a programação da Rede Record, emissora pertencente à Igreja Universal do Reino de Deus, grupo religioso-empresarial dirigido pelo bispo *Edir Macedo*:

⁶³ *FILHO*, *Ciro Marcondes*. *Televisão, a vida pelo vídeo*, p.31. São Paulo, Moderna, 1995.

RECORD⁶⁴

05h00 – Ponto de Fé
06h00 – Série Caminhos da Esperança
07h00 – O Despertar da Fé
07h45 – Fala Brasil
09h00 – Eliana & Alegria
12h00 – Ace Ventura
12h20 – Johnny Bravo
12h40 – Futurama
13h00 – Questão de Opinião
14h00 – Note e Anote
18h05 – Cidade Alerta
19h40 – Jornal da Record
20h25 – Vidas Cruzadas
21h05 – Escolinha do Barulho
21h40 – É Show com Adriane Galisteu
22h40 – Cine Record Especial
00h35 – Jornal da Record – Segunda Edição
01h05 – Fala que eu te Escuto
02h00 – Palavra de Vida
03h30 – Retrato de Fé

De acordo com Abraham Moles, na doutrina dogmática “o sistema de comunicações está nas mãos de um conselho de direção, que possui um quadro categórico e preciso, mas diferente da idéia de suporte de um mercado econômico, quer dizer de um aprendizado de *slogans* publicitários. A radiodifusão aqui pertence a um partido político, a uma doutrina religiosa, a um estado que pretende refazer o mundo segundo uma ideologia definida.”⁶⁵ Na realidade, a lógica de difusão, aqui, é a mesma aplicada à doutrina demagógica dos publicistas, com a diferença de que, em vez de veicular um bordão como *adquira já o melhor sabão-em-pó do mundo*, o preferido seria *Jesus te ama e com Ele está a salvação!* Ou então, em se tratando de dogmas partidários, podemos pensar no que Orwell caricatamente demonstra em *1894*. Nesse caso, o *slogan* seria *O Grande Irmão zela por ti!*

O problema é que, observando o quadro de horários, facilmente constataremos que a programação religiosa não ocupa nem metade do tempo disponível num espaço de 24 horas. A pregação pura e simples, ao contrário do que se esperava, ocupa espaços

⁶⁴ Jornal A Notícia, 16/03/2001.

⁶⁵ MOLES, Abraham. Doutrinas sobre a Comunicação de Massa. In: Teoria da Cultura de Massa, p. 77. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

relativamente pequenos, e ainda nos chamados horários de ponta, isto é, de pouca audiência habitual.

Por que será?

Em primeiro lugar, em seu ensaio sobre a comunicação de massa, Moles deixa claro que todos os tipos de doutrinas podem coexistir numa mesma emissora, embora isso não impeça que uma dada tendência predomine. O caso da Record, entretanto, é singular, bastante diferente das outras redes de doutrinação dogmática. O que curiosamente predomina nela, a exemplo da Globo e do SBT, são os usos publicistas. Essa caracterização parece conveniente e sagaz, pois assim a doutrina terá oportunidades de atingir, por meio de mensagens discretas, sem utilizar a propaganda ortodoxa e ostensiva, um grupo diferente daquele que já está ligado à religião. Tal procedimento, segundo Moles, sempre foi usual nos meios de comunicação dogmática: “Não é pela via da ‘publicidade do dogma’ que as doutrinas dogmáticas procederão de preferência, mas sim pela utilização de *fenômenos culturais subliminares*, quer dizer, situados abaixo do limiar da percepção ou da consciência de cada indivíduo receptor: é idéia tendenciosa (bias) ou de polarização.”⁶⁶

E o mundo, mesmo para quem é obstinadamente religioso, não se resume apenas ao templo ou ao vizindário. Na era das comunicações de massa, o universo das pessoas tende a ser cada vez maior. Assim, excluir certos aspectos da realidade cotidiana dos fiéis pode ser arriscado, pois o perigo, longe de estar no dito (e por ser dito logo banalizado), quase sempre está no não-dito, ameaça inevitável de uma ausência que a qualquer momento poderá vir à baila. “Num meio possuidor de informações muito diversas, é sempre preferível difundir um quadro geral da *totalidade* dos itens de informações disponíveis, ao invés de eliminar alguns cuja ausência então arriscaria ser notada”⁶⁷ (É

⁶⁶ Idem, pág. 78.

⁶⁷ Idem, pág. 80.

interessante notar, se pensarmos na comunicação dogmática do período 64-85, que todas as emissoras funcionaram sob essa doutrina. Em vez de veicularem as idéias opositivas, como faz a Record, tratavam de omiti-las por causa da censura militar. O resultado dessa prática, como sabemos, além da exploração de focos guerrilheiros, foi a desconfiança silenciosa da população). O que se quer afirmar aqui é que a doutrinação dogmática da Record, antes de se encontrar no programa explicitamente religioso, está por exemplo no bispo-cantor que ajuda o nordeste a aparece em *talk shows*, no convite para encontros religiosos e na propaganda de outros produtos do grupo, como CDs, revistas ou jornais, esses sim com a visualização de toda sua ideologia.

Outro item a ser lembrado, e presente tanto na televisão dogmática como na demagógica, é a inescapável falta de criatividade com que diariamente deparamos. Não à toa que Regina Zilberman, em ensaio sobre a literatura de massa, fala em espécies artísticas que “apenas são notadas quando existem em grande quantidade, abdicando da exigência, feita aos objetos de arte, de originalidade.”⁶⁸ O roteirista Doc Comparato, por sua vez, reconhece que o bom criador de televisão não é o que simplesmente plagia, mas o que plagia sem deixar que os outros percebam. E as fontes desses plágios quase sempre são modelos difundidos por emissoras estrangeiras ou pelos últimos lançamentos do cinema, canais a que o público tipicamente de televisão normalmente não tem acesso. Uma das cenas finais da novela *Suave Veneno*, só para citar um exemplo, foi toda copiada, inclusive com *slow* e tomadas de câmera, do filme *Thelma e Louise*, de Ridley Scott. Lá se vai um carro para o abismo, guiado por uma motorista suicida, ao mesmo tempo em que, no fundo da cena, José Wilker substitui Harvey Keitel ao correr em câmera lenta.

A programação publicista da dogmática Rede Record, desde que passou ao controle do grupo religioso, optou por apostar em modelos consagrados de programação. A

⁶⁸ ZILBERMAN, Regina. *A literatura e o apelo das massas*, pág. 11. In: *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*, São Paulo, Nobel, 1984.

contratação milionária da apresentador Eliana representa a crença no mito da “fada loura” lançado pela extinta Manchete, com Xuxa, e consolidado pela Globo nos anos 80. Cidade Alerta, noticioso violento e sensacionalista (até o apresentador faz o tipo rude e falastrão), baseou-se no antigo Aqui e Agora do SBT. A Ecolinha do Barulho, embora se valendo de um esquema anterior a Chico Anísio, utiliza os personagens criados por ele, mesmo enfrentando processos com base nas leis de direitos autorais. Quanto às telenovelas, o investimento é firme, porém modesto diante dos padrões “globais”. Parece que os dirigentes da Record, em se tratando de enxugar o orçamento e competir com realismo, seguiram os conselhos de Silvio Santos: “Os diretores queriam gastar 100.000 dólares por capítulo. Os hispânicos gastam 30.000 dólares por capítulo de novela em contrato. Mas o diretor de novela quer ganhar prêmio de Hollywood. Não tenho nada contra, desde que não seja com o meu dinheiro.”⁶⁹

Mas essa cópia de referências consagradas, típica da grande indústria cultural, tem um preço. E alto. Se o pequeno copia, o grande também não perde tempo. Ciro Marcondes Filho, nesse sentido, escreve que “as grandes e poderosas corporações multi ou transnacionais produzem e distribuem todo um complexo de bens, serviços e conteúdos de comunicação e atuam em várias áreas. Essas gigantescas organizações mundiais operam com alta taxa de lucro e pouco risco. Não fazem experiências incertas, não pesquisam gostos e humores do público nem novas formas de produto. Toda essa atividade de risco, com seus prejuízos e gastos, fica para as pequenas companhias. E uma vez descoberta a fórmula de sucesso pelas empresas locais e pequenas empresas, entram então as multas no jogo, investindo seu poderoso capital e levando grandes lucros sem o risco da inovação.”⁷⁰ O feed-back do plágio sempre acaba favorecendo o mais forte. Quando a Record, o SBT, a Band ou a Manchete tiveram a ousadia ou a sorte de lançar “caras novas” ou atrações

⁶⁹ Veja, 17 de maio de 2000.

⁷⁰ FILHO, Ciro Marcondes. *Televisão, a vida pelo vídeo*, pág. 25. São Paulo, Moderna, 1995.

“originais”, logo foram obrigadas a se ver com o poder de finanças e de status da Globo. A apresentadora Xuxa, ainda hoje uma estrela da emissora carioca, começou na Manchete. Ana Maria Braga, Serginho Groissmann e Luciano Huck, respectivamente da Record, SBT e Band, acabaram “pescados pela oferta de espaços secundários na TV majoritária. O enredo da novela Pantanal, até hoje a única a ultrapassar a líder no caríssimo horário das 8h, acabou plagiada em Renascer e O Rei do Gado, e isso por conta do próprio autor Benedito Rui Barbosa, recontratado com suas “inovações” pela Globo.

A pseudo-criatividade televisiva, como se vê, antes de ser fruto do desempenho artístico, é resultado de um jogo de artimanhas e capitais.

Doutrinas culturalista e sócio-dinâmica

Vejamos, por fim, a programação da TVE Brasil:

ANHATOMIRIM (TVE)⁷¹
07h00 – Energia
07h30 – Vestibulando
08h30 – Rendez-vous à L'Annexe
09h00 – Big Bang
09h30 – Cocoricó
10h00 – Tots TV
10h30 – Castelo Rá-Tim-Bum
11h00 – X-Tudo
11h30 – O Manifesto de Wayne
12h00 – O Século das Mulheres
12h30 – Metrópolis
13h00 – Matéria Pública
14h00 – Os Bichos
14h30 – Vide Vídeo
15h30 – Cocoricó
16h00 – Sem Sensura (Ao vivo)
18h00 – Projeto 12:30
18h15 – Nossa Língua Portuguesa
18h45 – Caderno Teen (Ao vivo)
19h55 – Jornal do Senado
20h00 – Arqueologia
20h30 – Opinião Brasil (Ao vivo)
21h00 – Metrópolis (Ao vivo)
21h30 – Conversa Afiada (Ao vivo)
22h00 – Jornal da Cultura (Ao vivo)

⁷¹ Jornal A Notícia, 16/03/2001.

22h30 – Conexão Roberto D'Ávila
23h30 – Paineis TV 50
00h30 – Descobrimos Floripa

A programação acima, pelo menos em essência, de fato encerra caracterizações diferentes das outras anteriormente apresentadas. E duas podem ser as diferenças destacáveis.

Em primeiro lugar, nada do que normalmente se apresenta nas televisões demagógica ou dogmática é excluído. Acontece apenas de receberem um tratamento proposto por outro tipo de focalização. Assim, por exemplo, os programas culinários e a transmissão de shows musicais continuam sendo veiculados, mas a idéia, ao menos pelo que se pode perceber, é fugir das facilidades comuns à cultura de massa. Não se trata de exibir somente bandas e cantores consagrados em termos de público, garantindo um belo índice de audiência, mas sim trazer às câmeras os ritmos regionais, as cantigas populares e os arranjos de vanguarda, manifestações que, numa primeira instância, dificilmente teriam espaço na TV comercial. A culinária, por sua vez, não será tratada como modismo (a macarronada da Paola, difundida a partir de Terra Nostra), ou como algo que deve existir apenas de “mulher para mulher”; buscar-se-á, pelo contrário, sua origem, sua essência e suas significações históricas. Atrações metalingüísticas, nesse sentido, são fundamentais para a concretização da doutrina. Programas como Vitrine ou Observatório da Imprensa, em vez da veiculação tradicional, preocupam-se com a análise e o debate de fenômenos tão presentes como o jornalismo e a própria TV. Os índices de audiência desses programas dificilmente alcançam patamares satisfatórios do ponto de vista comercial, mas sua importância, tanto para os telespectadores como para os dirigentes de televisões que funcionam sob outras doutrinas, parece questionável.

Em segundo lugar, muito mais do que baseada em acontecimentos, a programação da TVE Brasil está centrada na difusão de conhecimentos. Moles, referindo-se aos aspectos

práticos das doutrinas sócio-culturais, verifica que, nelas, os ditos acontecimentos “desempenham um papel bem menor que os ‘conhecimentos’. Mais precisamente, os indivíduos se dirigem a tais organismos justamente para ter acesso a um fenômeno cultural, a algo permanentemente retido pela sociedade, a um conhecimento no sentido próprio do termo. Os indivíduos só retêm os ‘acontecimentos’ — ou seja, os acidentes históricos do contínuo espaço-temporal — no que eles têm de permanente, ou de previsível, ou de repetitivo, quer dizer, por aquilo que os inscreve na cultura, por serem estes os dotados de recursos para a ação. Acresce ainda que os acontecimentos, em geral de caráter histórico, portanto transitórios, só constituem uma parte reduzida da atividade de todo sistema de documentação, enquanto, por outro lado, formam a parte principal dos meios de comunicação de massa”⁷² Programas como O Século das Mulheres ou Nossa Língua Portuguesa procuram descartar o meramente factual, e portanto transitório, para trazer à tona situações cristalizadas em nossa cultura. Desse modo, se houver aprendizagem através da TV, ela não será tão efêmera que não possa ser aplicada à vida social do indivíduo e, talvez, poderá encontrar-se com a cognição-chave que brota de sua necessidade de se afirmar como sujeito do jogo histórico.

Moles, por isso, afirma que é “a própria noção do quadro de conhecimentos, e de cultura humana, em seu sentido mais amplo, que vai servir de base a esta doutrina.”⁷³ Em outras palavras, e definindo a questão de um modo simples, essa tendência concebe a televisão como um meio tecnológico de educação libertadora. Ao inverso do que prega Silvio Santos e tudo do que ele representa em se tratando de comunicação (“o pobre não liga a TV para ter aula”), a doutrina culturalista “admite que é efetivamente possível conhecer a rede da cultura universal através do processo de sedimentação que apresenta a memória do mundo. Mas supões ainda que todo item, todo átomo de cultura, é assimilável

⁷² MOLES, Abraham. *Doutrinas sobre a Comunicação de Massa*. In: *Teoria da Cultura de Massa*, pág. 96-97. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

⁷³ Idem, pág. 81.

pelo ser humano em função exclusivamente de sua importância fundamental e não em função de sua dificuldade de apreensão; noutras palavras, que os meios de comunicação de massa, coincidindo aqui como os meios de comunicação permanente, sejam capazes de tornar apreensível não importa o quê, não importa a quem, visto que esta não importa a quem tenha uma importância suficiente, quer se trate da distinção sutil entre ‘velocidade de grupo’ e velocidade de fase’ nas ciências da natureza, quer se trate do valor do claro-escuro na renovação da pintura italiana.’⁷⁴ Concordando com o autor, podemos afirmar que uma teoria como a da relatividade é tão assimilável quanto a vida sentimental da estrela de cinema, desde que o público aceite, a priori, que aquela é mais importante do que esta.

Dentro de uma comunidade capitalista como a nossa, para que uma doutrina comunicativa de teor sócio-culturalista seja levada adiante, tornam-se necessários os subsídios governamentais. Caso contrário, a emissora poderá ser vítima de duas possíveis situações: ou, por questões monetárias, será obrigada a ceder aos apelos puramente publicistas e tornar-se demagógica; ou, por princípios, será forçada a abrir falência pela falta de patrocinadores. Ao menos no estágio social em que nos encontramos, publicidade e cultura são tópicos tão paradoxais entre si que só esporadicamente acabarão perpetuando alguma convivência. Essas duas pontas, em geral, e apesar de algumas vantajosas políticas culturais para o empresariado (Lei Rouanet, Lei de Incentivo à Cultura), unem-se de maneira efêmera e pouco palpável. Ciro Marcondes Filho, ao criticar a fragmentação das informações televisivas, e percebendo vícios demagógicos na televisão culturalista, demonstra outra de suas fraquezas; “a televisão estatal, que deveria então ser uma alternativa em relação à televisão comercial, por não precisar de patrocínio publicitário, em vez de se empenhar em oferecer uma resistência a essa fragmentação da seqüência, institui

⁷⁴ Idem, pág. 84.

também intervalos nos seus filmes e programas, seguindo cegamente um modelo que nada tem de favorável à expansão e ao desenvolvimento emocional do público telespectador.”⁷⁵

A concretização efetiva de uma doutrina culturalista implicaria, segundo Moles, o surgimento de uma doutrina sócio-dinâmica. Mesmo nas doutrinas demagógica e dogmática, conservadores e conformistas, existe um processo dinâmico em sua evolução porque a cultura, em qualquer dos seus níveis, é um processo cumulativo. Assim, a partir da doutrina precedente (culturalista), “é possível sugerir uma sócio-dinâmica, que representa uma ação não sobre a evolução da sociedade cultural, mas sim uma ação sobre a própria cultura. Como esta varia de conteúdo a cada momento e a cada época, não é então sobre os elementos de conteúdo — a idéia de Deus, a idéia de Pátria, a idéia de Frigidaire — que se poderia fundar uma tal dinâmica. Ela, entretanto, pode-se referir à própria evolução, de conformidade com as duas atitudes fundamentais que o próprio ser é capaz de assumir diante de uma evolução: desejar que ela se acelere ou que se abrande. O circuito cultural — criador, difusor, consumidor e seu retorno — oferece precisamente aos homens ou, pelo menos, aos gate-keepers a possibilidade de agir sobre a evolução, segundo as duas atitudes que podem tomar a seu respeito, sem de modo algum, prejudicar a orientação desta evolução, a atitude conservadora, que tende a diminuir o ritmo desta evolução.”⁷⁶

Pelo visto, não obstante os trinta anos que separam os dois estudos, Abraham Moles concorda com algumas das idéias lançadas por Benjamin no ensaio sobre a Obra de Arte, em especial a que cobra da arte tecnologicamente difundida a tarefa de educar e politizar as massas. Outros trinta anos, porém, já nos separam do ensaio de Moles. O que Benjamin e ele (conscientes do paradoxo) vislumbravam como utopicamente possível, observamos hoje, dados os caminhos que a humanidade percorre, como utopia no sentido

⁷⁵ FILHO, Ciro Marcondes. *Televisão, a vida pelo vídeo*, pág. 19. São Paulo, Moderna, 1995.

⁷⁶ MOLES, Abraham. *Doutrinas sobre a Comunicação de Massa*. In: *Teoria da Cultura de Massa*, pág. 91. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

mais puro do termo: sonho, fantasia, projeto irrealizável no mundo da sensibilidade e das telecomunicações.

A extinta fotonovela

Quando pensamos em fotonovela, o primeiro lampejo que faísca em nossas mentes diz respeito a uma associação fácil e superficial com as histórias em quadrinhos. De fato, ambas as linguagens apresentam narrativas quase sempre lineares baseadas em recursos como a imagem (foto ou desenho) e diálogos por meio de balões, mas tais afinidades, em se tratando de uma visão estrutural mais profunda, não devem ser levadas a sério. Os quadrinhos são bem anteriores à fotonovela, e já se mostram, com a extinção delas, posteriores, salvos da efeméride, donos de linguagem e vida próprias. Seja por variedade temática — ao contrário dos enredos fotografados, que só falam de amor —, seja pelo avanço de sua estrutura narrativa ou qualidade visual, as HQs, naturalmente reformuladas, escaparam à popularização da TV, videocassetes, Internet, assim como à galopante revolução de costumes que atingiu o mundo a partir dos anos 60, mais cedo em alguns lugares, mais tarde em outros.

Ao contrário do desabrochar lento e gradual dos quadrinhos, proporcionado por novos recursos de imprensa conquistados na segunda metade do século XIX, a fotonovela, que veio ao mundo depois da Segunda Grande Guerra, teve, por assim dizer, um nascimento a base de fórceps, subordinada por completo a outra mídia mais poderosa: o cinema. Tanto isso é verdade que, em seus primeiros anos de vida, o público não a chamava fotonovela, mas cinenovela. Resumos de filmes, organizados em fotografias legendadas, eram distribuídos nas pequenas cidades italianas como peças promocionais.

Em algumas ocasiões, essa propaganda, reconhecidamente singular, acabava fazendo mais sucesso e causando mais procura que o produto anunciado. Pouco demorou para que grandes editores, encabeçados por Cino Del Duca, percebessem a possibilidade de criar um filão. Já “em 1947, surgiram as primeiras fotonovelas em revistas vendidas separadamente”⁷⁷, mas interessante é que os enredos, nesse estrondoso alvorecer, nunca eram originais. Na verdade, não passavam dos mesmos resumos que propagandeavam as atrações do cinema, só que agora um pouco mais elaborados, e — o melhor — vendidos! Essa subordinação a outra mídia foi fatal para o gênero. Quanto sucesso fizesse o filme, com a atração dos galãs e atrizes famosos, tanto seria o êxito da natimorta fotonovela. E como as películas eram baseadas em roteiros originais ou peças literárias adaptadas, Dulcília Schoröder Buitoni, em seu ensaio sobre o tema, chega a classificar a fotonovela como a “transposição da transposição”⁷⁸. Se o filme, para usarmos um conceito benjaminiano, já não tinha condições de manter a “aura” da obra geradora, o que dizer da fotonovela, que se aproveitava dos cacos e dos fragmentos (em todos os sentidos) da primeira adaptação? Não poderia durar, mesmo dentro de uma lógica capitalista que acata a manifestação cultural puramente mundana, dessacralizada e mercadológica.

Da Itália, a fotonovela viajou para a França. Desses dois países, houve uma campanha relativamente violenta para disseminá-la para outras partes do globo. O êxito, porém, foi menor que o esperado. Mesmo nos Estados Unidos, terra do consumo, do Reader’s Digest, a fotonovela não decolou. O leitor médio norte-americano, com a febre da evolução das HQs, já estava acostumado a uma linguagem visual mais apurada e a enredos que iam além, muito além, das relações sentimentais equilibradas e, como veremos, certinhas.

⁷⁷ BUITONI, Dulcília Schoröder. *Fotonovela: infelizmente ainda um quadro amoroso*, pág. 60. In: *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*, São Paulo, Nobel, 1984.

⁷⁸ Idem, pág. 60.

“Curiosamente, a fotonovela só vendeu nos países latinos.”⁷⁹ Seria por causa do nosso caráter acentuadamente emotivo? A falta de contato que temos com o livro (exceção feita a alguns núcleos culturais como Buenos Aires) e a nossa condição de comunidades semi-alfabetizadas têm a ver com isso? Ou será que a produção e a distribuição do produto por afinidades lingüísticas e conseqüentemente comerciais devem ser levadas em conta? De qualquer forma, ficou o registro de que, além dos EUA, tentativas foram feitas na Alemanha, Inglaterra e outros países da Europa. Todas frustradas. A fotonovela, portanto, foi uma última-última florzinha que só brotou com o esterco do Lácio!

No Brasil, a revista pioneira na área foi Grande Hotel, da Editora Vecchi, que, circulando desde de 47, passou a publicar fotonovelas a partir de 51. detalhe: as fotonovelas da Grande Hotel eram seriadas, com apenas três ou quatro páginas por número. Já Victor Civita, da Abril, depois de editar o Pato Donald, visando o público infantil, e planejando a Quatro Rodas para o público adulto masculino, descobriu, com Capricho, que fotonovelas completas, dispensando o tradicional continua no próximo número..., poderiam ser uma novidade aprazível às leitoras brasileiras, visto que o sistema de distribuição era precário e, em muitos pontos do país, onde o número 23 chegava antes do 22, o público acabava confundido e desestimulado a acompanhar a saga seriada. Outro detalhe importante: “enquanto Grande Hotel trazia fotonovela européias, Capricho dava espaço, de quando em quando, às argentinas”⁸⁰, apresentado situações mais próximas de nossa realidade. Mas vai ser a Bloch Editores, com a cultuada Sétimo Céu, de 58, que proporcionará a produção metódica de fotonovelas nacionais, quase todas submetidas às radionovelas de sucesso à emergente televisão.

“Até 1976, 1977, Capricho manteve essa posição privilegiada de líder de vendagem (e as similares das outras editoras também vendiam bem), o que nos permite

⁷⁹ Idem, pág. 60.

⁸⁰ Idem, pág. 61.

dizer que a fotonovela foi a ficção mais impressa no Brasil durante quase três décadas.”⁸¹ Mas essa euforia toda, com um gênero tão submisso e condenado à repetição da repetição, logo encontrou seu fim. Em seu ensaio, que data de 84, Dulcília Schoröder Buitoni constata que, como o avanço da TV, de outras mídias e de um novo comportamento feminino, a fotonovela caminhava para seu crepúsculo. A fotonovela, há uns bons anos, já não existe mais.

Fotonovela: uma análise específica

Flávio Kothe⁸², ao dissertar sobre o tema, lembrou que a fotonovela, salvo a linguagem predominantemente visual, possui o mesmo ethos do romance sentimental. Em 1959, a revista Sétimo Céu apresentou, como curiosidade a suas leitoras, os mandamentos da fotonovela. Observemos:

- 1) *Só pessoas bonitas farão os papéis principais.*
- 2) *Os trajes e os ambientes serão, de preferência, luxuosos.*
- 3) *A linguagem, tanto quanto possível, trará imagens poéticas, pois é preciso um pouco de literatura.*
- 4) *As histórias, sempre românticas, conterão um drama que corra paralelo. Podem ser incluídos: roubo, revólver, mulher perversa (madrasta), tentativa de homicídio, etc. Haverá, contudo 2/3 de amor (romance) e 1/3 de drama, no máximo.*
- 5) *É proibido falar-se em adultério. Nada que fira a lei poderá ser estimulado.*
- 6) *A história deverá girar em torno de pessoas que pertençam a níveis sociais diferentes. As mocinhas sonham se transformar em princesas...*

⁸¹ Idem, pág. 62.

⁸² KOTHE, Flávio. *A narrativa trivial*. Brasília, Unb, 1994

7) *Cenas mais fortes convencem: briga, rapto, afogamento e, na parte amorosa, um pouco de cinema: nas cenas de amor de maior intensidade, corpos em pose sensual, mas sem exageros!*

8) *A idéia de grandiosidade: improvisar festas ou bailes, colocar muita gente em cena, tudo isso valoriza a apresentação.*

9) *O fim deve ser sempre em estilo “final feliz”, sem precisar de beijo, necessariamente.*

10) *Sempre será estimulada a vitória do bem sobre o mal, jamais se admitindo histórias de princípios morais duvidosos.*

Esses mandamentos, naturalmente, são adaptáveis ao tempo e ao espaço em que a fotonovela é produzida e consumida. No entanto, pode-se dizer que a essência dos mandamentos é seguida à risca, visto que as adaptações, nunca atingindo as estruturas de profundidade, são superficiais. Se analisarmos com atenção, veremos que nenhum gênero narrativo de consumo, depois de definidos os “macetes” que garantem seu êxito, passa por inovações. É o que podemos perceber através da fotonovela *A verdadeira história de Laila e Alexandre Mac-Mac* (anexo).

Publicada na *Sétimo Céu* de janeiro de 1990 (trinta anos, portanto, depois de aparecerem os mandamentos da fotonovela), foi escrita e estrelada por Evandro Mesquita. Começa assim: “Alexandre Mac-Mac era um detetive decadente, que estava curtindo a maior fossa no seu escritório, em São Paulo. Até que surgiu Laila, uma antiga paixão, e deu um basta nessa monotonia...” Laila, sempre elegante e discreta, comunica a Alexandre, que Régis Ribeiro, seu atual marido, será julgado por assassinato. Pede ajuda ao amigo detetive: que descubra o verdadeiro assassino e prove a inocência de seu esposo. Alexandre, claro, aceita. Viaja com Laila para o Rio de Janeiro. Régis Ribeiro surge na história como um canalha: descobre-se logo que ele tem uma amante (Beth, dançarina de boate, vestida de vermelho). Luna, filha do primeiro casamento de Laila, sofre com a infidelidade do padrasto. Alexandre, de forma ridícula para os padrões da literatura policial

mais mediana, acaba descobrindo que Régis é realmente culpado do tal assassinato. Na hora da verdade, um pouco de correria: o vilão morre, antes cometendo um ato redentor de bravura, ao salvar a enteada da morte. Alexandre e Laila, agora sim, e só agora, têm um momento de intimidade. Mas nada muito ousado! Um beijinho (de língua?) diante da lareira. Para terminar, o detetive volta para São Paulo (detetives não podem casar!). Laila fica no Rio, com sua filhinha. Talvez ela e Alexandre, um dia, ainda voltem a se encontrar.

Os mandamentos da fotonovela, apesar do esforço de renovação, são seguidos ao pé da letra. Quanto à regra 1, é desnecessário dizer que Evandro Mesquita e Ísis Bustamante, pelo no instante em que foram fotografados, eram portadores de uma plástica corporal padronizada e difundida por uma rede televisiva de alcance... digamos... “global”. O oposto dessa primeira regra, implícito nas entrelinhas, esta na plástica invertida dos vilões. Régis Ribeiro (a aliteração contida nome chega a “arranhar” os ouvidos do leitor) é calvo e de físico pouco elegante. Beth, a amante de Régis, que aparece uma só vez e tem como função dramática mostrar como o vilão é “sem-vergonha”, tem uma aparência levemente caricatural, lembrando uma mulher de conduta social duvidosa e fazendo contraste (bem x mal) com a singeleza da heroína Laila. Ela veste vermelho, cor do fogo, do pecado, que ajuda a caracterizá-la como uma espécie de súcuba, demônio feminino que tem por fim levar o sêmen humano às hostes infernais.

Regras 2 a 6: os ambientes e a situação financeira dos protagonistas motivam o contraste e o conflito tão necessários à fotonovela. O escritório de Alexandre Mac-Mac, com escrivaninha bagunçada e fotos de mulheres nuas fixadas à parede, denunciam claramente a sua posição social. No entanto, perdida no meio de toda essa “pobreza”, existe vida e encantamento. “Pra falar a verdade”, narra Mac-Mac, “meu caso mais emocionante foi tentar descobrir quem matou o papagaio da dona Matilde...” Mac-Mac é um detetive brasileiro e parece encarnar, no jeito de pôr os pés sobre a mesa, no jeito

jovem de se vestir, o ideal do “sou pobre, mas sou feliz”. O mesmo, todavia, não ocorre na sofisticada mansão de Régis — o castelo do vilão. Apesar do luxo e do fausto, o clima é de infidelidade (por parte do vilão), corrupção e assassinato.

Regra 3: ainda bem que nessa há a ressalva do “tanto quanto possível”. O caráter acentuadamente visual da fotonovela é capaz de proporcionar imagens poéticas muito mais que se vê do que no que se lê. A escrita é seca, padrão, salpicada — características inerentes às formas em quadrinhos. Há, no entanto, tentativas de originalidade: “A Ponte Aérea SP/Rio estava carregada de nuvens pesadas e turbulências que desarrumavam a história que Laila me contava.”

Regras 4 a 7: o moto-narrativo da fotonovela, como o próprio título indica, é “a verdadeira história de Laila e Alexandre Mac-Mac”. Caso de amor, portanto. Um drama paralelo — contendo chantagem, corrupção e assassinato — coexiste com o clima amoroso que se estampa em cada página do folhetim fotográfico. Mas o romance, dessa vez, fica em segundo plano. Aqui encontramos o primeiro elemento estrutural que arrosta um mandamento do gênero, que pede “2/3 de amor (romance) e 1/3 de drama, no máximo”. Essa tentativa de inovação, se é que poder ser assim classificada, é compreendida com base em dois fatores: 1) o texto é de Evandro Mesquita, ator e músico, não necessariamente roteirista de fotonovelas. Tem-se a impressão de que ele tenta imprimir um pouco da marca adquirida ao liderar a Blitz, banda de “Rock-Brasil” exitosa nos anos 80, e ao interpretar personagens como o surfista Saldanha, da telenovela Top Model, ainda no ar quando da publicação da fotonovela; 2) há uma tentativa de renovação editorial que perpassa toda a revista (a fotonovela, gênero decadente, precisava se adaptar aos anos 90). Isso pode ser percebido através do texto de apresentação que aparece na página 3: “Essa é a cara nova de SÉTIMO CÉU. Pois é... tanta coisa nova pintando por aí! É ano novo, década nova, nova era, presidente novo... (O Collor, ui!) só estava faltando uma nova SÉTIMO CÉU!”

(parênteses meus). Em compensação, Evandro carregou na regra 7, aquela das cenas convincentes como briga, rapto e afogamento. Tudo isso a fotonovela tem, e em abundância. Será que o “roteirista” Evandro foi orientado por algum profissional da área? Será que ele leu sobre narrativas gráficas? (Os dez mandamentos, por exemplo, publicados há tantos anos pela mesma SÉTIMO CÉU, que imagino fixados nos gabinetes de trabalho de escritores e fotógrafos do gênero).

Regra 8: a idéia de trinchar as possibilidades estruturais de uma obra de um gênero a partir de seus defeitos parece interessante. É dentro de um edifício mal construído, quando observamos as gambiarras e rachaduras que nos cercam, que descobrimos, temerosos, os pilares da sustentação. As exigências do oitavo mandamento entram à força na nossa fotonovela. Podemos perceber, por certos indicadores textuais (Mac-Mac dando expediente em seu escritório) que a estória se passa num dia útil de trabalho. Apesar disso, quando Laila e o detetive chegam à mansão de Régis, ouvem música: há uma festa na casa. “Improvisar festas e bailes” — diz a regra. Ora, improvisar é mesmo um verbo propicio. Além da atriz que interpreta Beth, apenas dois “extras”, segurando copos com bebidas, são distribuídos agilmente a fim de preencher os espaços da sala-de-estar e da fotografia e passar a tal “idéia de grandiosidade”. Coisas de fotonovela!

Regra 9: o happy end, não só na fotonovela, mas em praticamente todas as manifestações da narrativa de mercado, é fundamental. Segundo André Jolles, esse tipo de desfecho, sempre positivo, satisfaz “nosso sentimento do acontecimento justo”. Régis, o vilão, é punido com uma morte acidental. Mas importante é notar que, ante do fim, o bandido encontra redenção ao tentar — e conseguir — salvar a vida da enteada. Procedimento semelhante podemos encontrar nos velhos romances de Joaquim Manuel de Macedo. O final é tão exageradamente feliz e “pra cima” que todos os personagens, inclusive os maus, redimidos, terminam de braços dados com a felicidade.

Vamos aglutinar, por fim, os mandamentos 5 e 10. Flávio Koethe lembra que são os mais importantes, visto que todas as outras regras, trabalhando sobre efeitos “estéticos”, servem de apoio “para transmitir os conteúdos propostos nas regras 5 e 10”. “É proibido falar-se em adultério” e “sempre será estimulada a vitória do bem sobre o mal” são princípios morais, doutrinários, sacramentados por uma ética pré-estabelecida e muitas vezes dogmática. Claro que o adultério aparece entre Beth e Régis Ribeiro, mas esses são os vilões. A relação amorosa dos dois serve apenas para mostrar como ambos são “baixos” e como Régis *não merece* a fidelidade de uma mulher tão linda e sofisticada como Laila. As vilãs da narrativa sentimental, talvez mais planas que as heroínas, são suscetíveis ao vício e ao adultério. É o que explica Maria Tereza Santos Cunha em seu livro sobre os romances M. Delly: “Em oposição às virtudes e qualidades dos heróis e das heroínas românticas, existiam os seus avessos: os anti-heróis e as anti-heroínas desprovidos de qualquer beleza física e descritos como ‘vingativos, maus, covardes, subservientes.’”⁸³ A heroína, por outro lado, cumpre seu papel de esposa até o fim. Busca a ajuda de Mac-Mac para salvar o marido. E mesmo que certas fotografias retratem gestos e olhares insinuantes dos mocinhos, eles só terão o seu momento de intimidade após a morte de Régis. Laila já está desimpedida, portanto não houve adultério. Para uma fotonovela dos anos 90, no entanto, mesmo que houvesse traição, ela se justificaria pelo mal-caráter e pela falta inicial de Régis.

⁸³ CUNHA, Maria Teresa Santos. *Armadilhas da sedução: os romances de M. Delly*. Belo Horizonte, Autêntica, 1999.

**SEGUNDA PEREGRINAÇÃO
A NARRATIVA DE MERCADO**

Definição de conceitos

O Umberto Eco de *Apocalípticos e Integrados* adverte: “Toda definição do fenômeno em termos gerais corre o risco de constituir uma nova contribuição àquela generacidade típica da mensagem de massa.”⁸⁴ Literatura de massa, portanto, parece-nos um termo demasiado impreciso para denominar o fenômeno a ser investigado aqui. Principalmente no caso do Brasil. As massas, por acaso, lêem? Pesquisas as mais variadas, feitas pelos diversos setores do mercado editorial, mostram que não. Uma parcela muito reduzida da população brasileira, e também da mundial, utiliza o livro como fonte de lazer. A palavra massa, nessa situação, constitui um mau emprego do léxico.

Best seller, por seu turno, é um rótulo tão vago quanto. Trata-se, como sabemos, de uma adjetivação aos livros que entram (honestamente?) nas tão propagadas listas dos mais vendidos. Como a tradução literal de best seller seria “melhor”, temos aí uma indicação capitalista de que os títulos mais vendidos são necessariamente os melhores. O termo nos leva a crer no número de exemplares vendidos de uma obra como único critério definidor de qualidade de qualidade. Espécie de ciclo: é melhor por que vende mais? Vende mais por que é melhor? O mercado editorial, por prestar culto e basear seu ethos nesse tipo de terminologia, encontra-se há muito no vício da “mariagem”, um leitor/consumidor indo atrás do outro, sempre, e de olhos fechados.

Texto de consumo ou entretenimento é outro exemplo de má definição. Machado de Assis, Graciliano Ramos e Clarice Lispector, entre outros cânones, publicaram em vida e continuam sendo publicados post mortem, contando que um objetivo dessas publicações é o consumo e, por que não?, o entretenimento. O escritor José Saramago, canonizado vivo como o primeiro Nobel da Língua Portuguesa, já esteve várias vezes — mesmo que por

⁸⁴ ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*, pág. 26. São Paulo, Editora Perspectiva, 1990.

tempo curto e ocupando a décima posição — na lista dos mais vendidos da Revista Veja. Vive do seu trabalho como romancista. Logo, publica para vender.

Narrativa de mercado e narrativa comercial são termos que utilizaremos quando nos referirmos ao objeto deste estudo. Não que sejam menos imprecisos que os outros, mas sua semântica encerra e limita dos aspectos básicos da pesquisa: a narrativa e o mercado (comércio). A palavra literatura é por demais abrangente. Nossa preocupação, longe da poesia e dos textos dramáticos, está nas fórmulas narrativas, lembrando que elas é que normalmente são aceitas e difundidas em larga escala pelo mercado. E este, a seu modo, impõe uma série de regras e restrições à criação artística: uma coisa é escrever um romance motivado por fins estéticos, outra é fazer isso a partir de uma pesquisa de opinião!

Mas vamos em frente! Conceito por conceito, termo por termo, o fato é que nos inquieta uma questão: o que é, exatamente, essa narrativa de mercado?

Onde fica a diferença?

Qualquer narrativa, para ser tachada como “cultura” ou “de mercado”, precisa inicialmente ser reconhecida como tal. A academia, compreendendo a universidade e o sistema educacional como um todo, através de suas teses e dissertações confere o “selo de qualidade” aos textos que julga cultos. Já o mercado, movido pelo velho paradigma da oferta e da procura, cuida de aplaudir os textos que lhe trazem lucros. No entanto, raras não foram as vezes em que uma narrativa considerada culta movimentou milhões dentro da indústria cultural, assim como romances planejados para acamparem no topo da lista dos mais vendidos e de lá nunca mais saíram converteram-se no mais absoluto fracasso. É impossível, portanto, afirmar que texto de mercado é aquele que vende bem. De igual

maneira, é ridículo achar que o texto comercialmente falho é culto — conceitos generalizadores muitas vezes propagados por aqueles a quem Umberto Eco chama de apocalípticos.

Como visualizar a diferença, então?

Muniz Sodré, um dos precursores brasileiros no estudo dos fenômenos de massa, aponta-nos algumas características típicas das narrativas comerciais. Embora esses conceitos não estejam de todo definidos ou completos, vamos nos valer deles como base a este trabalho.

A narrativa “fabricada”

Em primeiro lugar, antes de ser fruto de uma inspiração autoral, a narrativa de mercado é “fabricada”. O romance *Tubarão*, por exemplo, foi encomendado a Peter Benchley, na época um jovem escritor versado em assuntos marítimos, por uma editora norte-americana especializada em best sellers. O tema surgiu a partir de uma pesquisa de mercado. “O texto era criticado e modificado pelos editores, à medida que era produzido. O próprio título do romance foi concebido no interior de uma operação de marketing.”⁸⁵

A esse respeito, também, vejamos o que nos diz Albert Zuckerman, importante agente literário nos EUA:

“Tenho sido parceiro de mais de uma dúzia de mega-livros —best sellers na lista do New York Times, sele ções de Literary Guild e Clube do Livro do Mês, opções de Livros Condensados de Reader’s Digest, romances transformados em filmes e minisséries

⁸⁵ SODRÉ, Muniz. *Best Seller: a literatura de mercado*, pág. 56. São Paulo, Ática, 1985.

de TV. Trabalhei com seus autores desde a concepção inicial da história, passando pela construção e reconstrução de roteiros da trama, desenvolvimento de personagens e intensificação de seus relacionamentos, reconstituição de cenas e capítulos no primeiro esboço e, finalmente, o esforço de enriquecer, reescrever e aprimorar o segundo e último manuscrito, antes da entrega às editoras.⁸⁶

Resta dizer que Zuckerman teve todo esse trabalho baseado nas fórmulas já testadas e aprovadas pelo mercado editorial. Ele e o autor, auxiliados por leitores-teste e uma série de dados estatísticos, não almejam compor obras de arte, que ofereçam uma visão singular e original do mundo, mas de consumo, que vendam e... vendam.

E o visual, como fica?

Em segundo lugar, como as narrativas comerciais, ao contrário de um *Vampiro de Curitiba* ou de um *Vidas Secas*, geralmente não têm como meta explorar as possibilidades criativas da linguagem, seus conteúdos são facilmente adaptáveis a outros meios de difusão, como os quadrinhos, o cinema e a TV. Já é um clichê dizer que romancistas norte-americanos de sucesso comercial como Michael Crichton e Stephen King escrevem com um olho na página e o outro na tela.

O texto considerado culto, por sua vez, normalmente perde em essência quando transportado para um veículo audiovisual. Gore Vidal, romancista e roteirista de alto conceito, recuou quando convidado a adaptar *O Grande Gatsby* para o cinema. Segundo ele, Scott Fitzgerald utilizou a linguagem escrita de maneira tão própria e eficiente, que as telas poderiam oferecer apenas um “borrão” do que o autor transmite em seu romance. Do

⁸⁶ ZUCKERMAN, Albert. *Como escrever um romance de sucesso*, pág. 16. Mandarin, 1996.

mesmo modo, um livro como *A Polaquinha*, de Dalton Trevisan, dificilmente teria o mesmo efeito nas telas do cinema nacional, além de correr o risco de tomar-se uma pornochanchada das mais vulgares.

Esse aspecto, porem, como todos os outros levantados pelos teóricos da Indústria Cultural, é discutível. Embora haja a afirmação teórica de que toda adaptação retira algo⁸⁷ — a aura? — do texto matriz, nada impede que uma obra considerada culta resulte num bom filme ou numa boa HQ, se consideradas, obviamente, as possibilidades expressivas e as particularidades de cada veículo.

Quatro tópicos essenciais

Por fim, o que Muniz Sodré enfatiza de maneira especial é a presença de quatro elementos estruturais⁸⁸, tão antigos quanto infalíveis, no coração das narrativas de mercado:

- 1) recorrência a aspectos míticos;
- 2) atualidade informativo-jornalística;
- 3) pedagogismo;
- 4) retórica culta ou consagrada.

Sodré, para expor e exemplificar tais elementos, analisa rapidamente um texto tido como capital na história da Indústria Cultural: *Os Mistérios de Paris*, folhetim⁸⁹ de Eugène Sue. Fizemos o mesmo com uma obra mais próxima de nossa realidade: *Cinco Minutos*, de José de Alencar, publicado em 1856, inicialmente em folhetins e depois sob o

⁸⁷ O ensaio que Ligia Averbuck publicou sobre a adaptação de *Ciranda de Pedra* – obra da consagrada Ligia Fagundes Telles – para o horário das 18h na TV concluiu que os dois “produtos”, livro e telenovela, apesar das semelhanças de enredo e de personagens, quase nada têm em comum. AVERBUCK, Ligia. *Da página impressa ao livro: a literatura, o escritor e a televisão*. In: *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*. São Paulo, Nobel, 1984.

⁸⁸ SODRÉ, Muniz. *Best Seller: a literatura de mercado*, pág. 8-9. São Paulo, Ática, 1985.

⁸⁹ O folhetim, inclusive, modalidade literária tão cultivada nos séculos XVIII e XIX, parece conter a gênese de toda a narrativa comercial.

formato de livro. Ora, sabe-se que esse romancinho de estréia do ficcionista cearense foi feito, como todo folhetim que quisesse merecer o nome, para agradar ao público leitor da época. O sucesso, com efeito, só não alcançou proporções maiores porque as condições do Rio oitocentista não o permitiam. Mesmo assim, quando *Cinco Minutos* virou livro e brinde do jornal no qual originalmente apareceu em capítulos, muitas pessoas interessaram-se por adquirir o romance avulso.

Mas qual o segredo desse sucesso comercial?

Em primeiro lugar, como se sabe, Alencar adequou-se ao discurso corrente na época: o romantismo lacrimoso, grandiloqüente e muitas vezes afetado. Eis aí uma das características basilares da cultura de massa: nunca se opor ao discurso vigente, nunca inovar, a não ser por erro ou inocência, e nunca problematizar os preceitos da sociedade consumidora, a menos que isso faça parte do modismo pseudo-artístico de então.

Vejamos, além disso, o que *Cinco Minutos* possui dos pressupostos que Sodré enumerou como tópicos da narrativa de mercado:

a) *Aspectos míticos* - o personagem-narrador criado por Alencar, que jamais se identifica pelo nome, encarna um mito bastante comum nos idos românticos: o de um Apoio vaidoso e senhor de seus atos que, flechado por Cupido, perde a razão e loucamente parte em busca de seu amor. Após matar Píton, a aterrorizante serpente que se refugiava nas cavernas do Monte Parnaso. Apolo, para comemorar essa formidável vitória, instituiu os famosos jogos píticos, nos quais os campeões das provas de força e velocidade eram coroados com folhas de faia. Ciente da importância de seus feitos, Apolo acabou atacado por uma irritante vaidade. Certo dia, ao censurar as brincadeiras de Cupido, viu-se forçado a enveredar pelo incerto destino do amor. O filho de Vênus, com uma flecha de ouro, atingiu-lhe o coração. Depois disso, quando Apoio viu Dafne, uma ninfa da floresta, apaixonou-se instantaneamente. Mas Cupido, para vingar-se de tanta soberba, atingiu-a

com uma flecha de chumbo, tomando-a indiferente a todo sentimento de ternura. Dafne mostrava-se a Apoio, mas ao mesmo tempo não queria tocá-lo. Então um dolorido jogo de caça e caçador inicia-se entre os dois, até que Apoio, ágil e determinado, consegue abraçar a ninfa. No meio de um grito, frustrando para sempre as esperanças dele, Dafne transforma-se numa árvore!⁹⁰ A mesma história é contada por Alencar em *Cinco Minutos*. O personagem-narrador, ao entrar num ônibus semilotado, vê-se ao lado de uma misteriosa dama. Ao tocá-la, ao que parece sem querer, o jovem é atravessado pela flecha da paixão. Ela parte, sempre enigmática, sendo insistentemente perseguida por ele. Mas por que a fuga, se a moça não esboçou a menor resistência ao ser acariciada no ônibus? É que ela já vinha perfurada por uma flecha de chumbo chamada tuberculose! Não podia amar, sob pena de sacrificar a felicidade e o futuro do homem que o destino lhe reservara. A diferença entre o conto grego e a narrativa de Alencar está no desfecho: para agradar ao leitor/consumidor, satisfazendo seu “senso de justiça”, o final, com a milagrosa recuperação da garota., será naturalmente feliz.

b) *Atualidade informativo-jornalística* - Alencar abre o texto explicando que não contará um romance, mas “uma história curiosa.” Em momento algum revela o nome do protagonista, que se expressa como narrador em primeira pessoa, incentivando o leitor a crer que aquele era um caso com base na realidade. Assim como as narrativas sentimentais de hoje (referimo-nos a coleções como Sabrina, Júlia, Bianca e outras), Cinco Minutos revelava curiosidades interessantes sobre o comportamento sentimental do sexo masculino. Às leitoras moças, maioria na época, o pensamento de um jovem burguês apaixonado, mesmo que de forma superficial, era posto a nu. O mesmo valia para os rapazes. O livro ensinava-lhes como agir quando em situação semelhante, mesmo que atitudes paliativas como a evasão para a natureza nada pudessem contra uma paixão genuína: “Resolvi fazer

⁹⁰ BUNFILCH, Tomas. *Livro de Ouro da Mitologia*. São Paulo, Ediouro, 2000.

uma viagem. Mandei selar o meu cavalo, meti alguma roupa em um saco de viagem, embrulhei-me no meu capote e saí, sem me importar com a manhã de chuva que fazia.”⁹¹

Além do mais, a tuberculose, mal do século XIX, é uma constante em toda a narrativa. Essa doença, naquela época, era uma ameaça que de certa maneira pairava sobre toda a comunidade. Falar nela, portanto, equivalia a falar em câncer ou em AIDS atualmente, atraindo o interesse dos leitores amedrontados. Um~ estratégia típica da imprensa.

c) Pedagogismo - por toda a narrativa percorrem os padrões e as normas da burguesia carioca oitocentista. Convenções sociais, antes de questionadas ou contestadas, são justificadas. No capítulo primeiro, durante a cena do ônibus, quando o par amoroso senta-se lado a lado, de modo discreto porém incisivo Alencar fala de “uma outra senhora”⁹² que permanentemente acompanha a moça misteriosa. No século XIX, seria inconcebível que uma mulher honesta e merecedora de tanta devoção saísse desacompanhada à noite. Além do mais, uma série de outras justificativas românticas baseadas nos arroubos divinos da paixão são feitas para preservar a reputação da donzela. No ônibus, ela se deixa tocar e beijar no ombro, mas unicamente porque ama, e ama de verdade. “Recebeu-me com surpresa, sem temer, naturalmente, e como se eu fosse seu irmão ou seu marido. E porque o amor puro tem bastante delicadeza e bastante confiança para dispensar o falso pejo, o pudor de convenção de que às vezes costumam cercá-lo.”⁹³

d) Retórica culta ou consagrada - em praticamente toda sua obra, mas especialmente em *Cinco Minutos*, Alencar não mostra grandes preocupações com a evolução da língua nacional ou da atividade narrativa em si (atitude tomada por um Machado ou por um Oswald de Andrade), preferindo utilizar fórmulas já testadas e aprovadas por folhetins ingleses e franceses. O corte acertado de capítulos no clímax garante o suspense que fará o leitor comprar o jornal de amanhã, ou, no caso do livro,

⁹¹ ALENCAR, José de. *Cinco Minutos*, pág. 25. São Paulo, Moderna, 2000.

⁹² Idem, pág. 20.

⁹³ Idem, pág. 29.

“pular” para a página seguinte. O romance nada mais é que uma imensa carta que o sujeito-narrador envia a uma prima distante. Mesmo assim, dentro de uma narrativa epistolar, moda nos romances dos séculos XVIII e XIX como comprova o Werther de Goethe, Alencar se vale de uma estrutura dialógica, com parágrafos “arejados”, para proporcionar ao público uma leitura leve e, sobretudo, agradável.

As faces da narrativa de mercado

Do ponto de vista estético, a narrativa de mercado não pode jamais ser considerada positiva se levado em conta que ela representa, se não um retrocesso, ao menos um “enclhecimento” das inovações criativas a que estão sujeitos os diversos tipos de arte. A narrativa de mercado dirige-se a um público vasto e heterogêneo. A sua expressão, portanto, precisa ser simplificada. A concepção de personagens, as implicações psicológicas dos conflitos, as soluções finais do enredo, tudo aparecerá de forma mais ou menos superficial. Alguma complexidade ou sofisticação até podem surgir no último best seller de verão, mas tais elementos nada mais são que aparentes. A alma estética da narrativa comercial é conservadora. Como pertence ao mercado, só evoluirá se ele, o mercado, permitir. E isso, como já pudemos perceber, é bastante difícil.

Em se tratando de termos ideológicos, a narrativa de mercado se revela mais negativa ainda. Nela há uma divisão simplista entre bons e maus, com o agravante de que os maus, além de feios e asquerosos, jogam sujo” contra os bons — bonitos e saudáveis —, que obedecem às regras sociais mesmo quando matam, roubam e seqüestram. A reiteração que se segue é doentia: como numa doutrinação religiosa, o bem há sempre de vencer. Esse ethos pré-estabelecido e muitas vezes duvidoso, antes de questionar e problematizar os

preconceitos da sociedade, acaba por justificá-los. Por conseguinte, o consumidor da narrativa de mercado, elo insubstituível de um complexo círculo vicioso, torna-se tão conservador quanto.

Quando o mercado cultural se amplia internacionalmente e um ou dois países conseguem projetar seus livros e filmes sobre os demais, temos uma possível destruição das características intelectuais próprias de cada região. É o que acontece atualmente. Brasileiros adultos do sexo masculino, que no passado vibraram com as sessões banguê-banguê ou com as revistinhas do Tex Willer, podem hoje diferenciar um apache de um comanche. Não sabem, porém, que goitacás e aimorés são índios de Pindorama. Além disso, a narrativa de mercado se presta perfeitamente à transmissão, em suas entrelinhas, de doutrinas político-econômicas. É o que acontece, por exemplo, com os romances de Tom Clancy. Em *A caçada ao Outubro Vermelho*, publicado no crepúsculo da Guerra Fria, reitera-se o perigo dos arsenais nucleares e o mau uso que deles podem fazer os comunistas. Já em *Perigo Real e Imediato*, obra dos anos 90, a culpa pelo consumo de drogas, mais uma vez, é atribuída aos “sórdidos e miseráveis” traficantes colombianos. A realidade, além de simplificada, é analisada apenas por um prisma. Depois é passada adiante como verdade absoluta.

Ainda há de se ver algo sobre a infiltração cultural que autores de outros países promovem ao entrar no Brasil. Em defesa da narrativa de mercado, poder-se-ia responder que isso só acontece porque, no nosso país, ainda não se criou uma narrativa comercial forte e, por conseqüência, um mercado editorial capaz de construir os próprios santuários. José Paulo Paes, inclusive, coloca que “numa cultura de literatos como a nossa, todos sonham ser Gustave Flaubert ou James Joyce, ninguém se contentaria em ser Alexandre Dumas ou Agatha Christie”⁹⁴. Ora, às vezes esquecemos que a cultura de massa, através de

⁹⁴ PAES, José Paulo. *Por uma literatura brasileira de entretenimento*. In: *A aventura literária — ensaios sobre ficção e ficções*. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

seus próprios truques. presta-se a veículo para críticas às mazelas que ela mesma causa. Rubem Fonseca e Patrícia Melo, esta com O Elogio da Mentira, aquele com Bufo & Spallanzani, assim o fizeram. Tanto Ignácio de Loyola Brandão quanto Márcio Souza, autores de sucesso entre o público, admitiram em entrevistas que se valem de “macetes” e técnicas narrativas comuns a autores como Harold Robbins e Irving Wailace. Um bem e um mal — como quer a narrativa de mercado — certamente não existem no mundo, mas existem alguns ricos (imperialistas, globalizados) e muitos pobres (subdesenvolvidos, explorados). A narrativa comercial, que aceita transmitir qualquer tipo de idéia, pode servir tanto a um como a outro. Basta ser utilizada. E quanto à sua análise, ela dificilmente se demonstrará totalmente boa ou totalmente má. Além do mais, trata-se de um fenômeno que, dada a sua complexidade, não deverá jamais ser generalizado. Cada caso é um caso. Por isso estamos apenas começando a desvendar esse mistério que, ainda recente, é tão imprevisível e paradoxal.

A questão dos gêneros

O problema dos gêneros é dos mais antigos dentro da teoria literária, tendo recebido olhares de Aristóteles e Platão. Vamos tomar, para nossa análise, uma divisão simplificada dos gêneros em Lírico, Dramático e Épico. No gênero Lírico, o autor aproxima-se emocional e intuitivamente do objeto de sua escritura, tematizando o amor, a saudade, a alegria, a tristeza —sentimentos comuns aos seres humanos. No Dramático, prevalece a estrutura dialógica, com ênfase portanto na ação e na expressão externa de personagens. E o Épico, que segundo alguns se desdobra também em Narrativo, trata do que é mais primitivo nos seres falantes: narrar. Seja no formato da epopéia (antigüidade),

seja no do romance (modernidade), esse gênero se propõe respaldo de quem quer contar uma estória.

A par disso, é interessante observar que o circuito comercial valoriza sobremaneira as obras de teor épico. Um livro de poemas — Lírico — ou um texto teatral — Dramático —, salvo alguma exceção, jamais chegarão à lista dos mais vendidos. (Esse é outro motivo pelo qual resolvemos chamar narrativa de mercado ao objeto de nosso estudo, pois o mercado, pelo menos no setor “artístico” da palavra, sabe que, antes de qualquer gênero, os textos narrativos, se compostos com base em determinadas fórmulas, são os únicos com potencial para conquistar as multidões).

Esse mesmo circuito comercial, vale também lembrar, encara a questão dos gêneros de forma diferenciada. As narrativas de teor épico são novamente divididas em subgêneros. O objetivo desse procedimento, além de caracterizar autores e facilitar a divulgação dos produtos, parece ser visualizar os mercados e conhecer as possibilidades de cada subgênero junto ao consumidor.

Como diferenciar e dividir esses subgêneros? As bases, como sempre, são pouco seguras, mas, grosso modo, o subgênero, dentro da narrativa comercial, caracteriza-se pela essência da atualidade informativo-jornalística (um dos quatro tópicos estruturais levantados por Sodré). Assim, a narrativa policial é especializada em assuntos criminais e jurídicos; a sentimental sempre traz alguma doutrina sobre comportamentos amorosos; a ficção científica é recheada de parágrafos sobre ciência, tecnologia, a relação entre o homem e o cosmos etc.

Vejamos o que Albert Zuckerman, agente literário de vários *best sellers*, nos diz a esse respeito:

Um exemplo mais contemporâneo, *A caçada ao Outubro Vermelho*, de Tom Clancy, provavelmente contém tantas informações técnicas sobre submarinos e guerra submarina quanto se poderia encontrar num manual da Academia Naval (...) Acrescentada a uma boa história, essa massa de informações toma-se uma experiência de aprendizado; e os leitores, de um modo geral, são pessoas que gostam de aprender.⁹⁵

A seguir analisaremos três dos subgêneros mais notáveis da narrativa de mercado: a narrativa sentimental, a de ficção científica e a policial. Perceberemos, com isso, como suas estruturas são *semelhantes* e como quase sempre transportam material conservador.

A narrativa sentimental

Dissertando sobre a narrativa sentimental, Maria Teresa Santos Cunha explica que “sua fórmula de sucesso obedece a modelos infalíveis, seja lidando com um sentimento caro às mulheres, o amor, seja mostrando um imaginário romântico através de descrições de paisagens exóticas e luxuriantes, personagens jovens, bonitos e ricos, movendo-se num cenário atingível apenas pela fantasia, pela imaginação”⁹⁶. Daí temos que o intento acentuadamente prescritivo da narrativa sentimental é criar no leitor uma ética burguesa, alimentada por um patriarcalismo ainda vigente, ressaltando conceitos e mitos como a docilidade comportamental e a imortalidade do amor. Desde o século XVIII, gerações de moças vêm recebendo orientação sentimental e sexual desse tipo de texto. Os romances de M. Delly e Danielle Stell, só para citar os exemplos mais pomposos, trazem heroínas que, através de pensamentos e ações, usam a virgindade (nos dias atuais, se não a física, ao menos a espiritual) para chegar ao *happy end*: farto em amor, se ela for inicialmente a “pobre menina rica”, e farto em conforto, se ela vier de uma classe social inferior à do noivo. Por outro lado, há situações em que a heroína, esquecendo todas as vantagens que o machismo do namorado lhe oferece, se faz de objeto, de coisa.

⁹⁵ ZUCKERMAN, Albert. *Como escrever um romance de sucesso*, pág. 33. São Paulo, Mandarim, 1996.

⁹⁶ CUNHA, Maria Teresa Santos. *Armadilhas da sedução: os romances de M. Delly*. Belo Horizonte, Autêntica, 1999.

Duas passagens de *O templo do amor*, assinado por Bárbara Cartland, mostram claramente isso. Na primeira, diante de um príncipe encantado que insiste em se fazer de difícil, a heroína declara-se propriedade dele:

- Foi tudo tão perfeito... — murmurou Simonetta, encostando o rosto no de Pierre. — Como poderei permitir que outro homem me beije, se a partir daquele momento passei a **pertencer** a você?
- Você não deve dizer estas coisas — observou Pierre, um tanto tenso.
- Por que não, se elas são verdadeiras?

Na segunda, estando já nos lances decisivos da narrativa, o príncipe finalmente toma posse do que, afinal de contas, por vontade da própria mocinha, já era seu:

- Oh, Pierre, se você acredita nisso, então cabe a mim acreditar também! Eu o amo! Eu o amo de todo coração!
- Da mesma forma que eu a amo... **Você me pertence**. Seu coração, sua alma, sua mente e seu corpo tão excitante, **tudo isto é meu**, minha adorada!

Claro que a narrativa sentimental, ao menos em sua aparência, evoluiu com os tempos. Coleções como *Júlia*, *Sabrina* e *Bianca*, muito populares entre as adolescentes de hoje, dão um tratamento mais ousado a temas como sexo e gravidez. A verdade, porém, é que continuam atacando as necessidades, os medos e os desejos mais básicos de mulheres e homens que cresceram sob as leis veladas do patriarcado⁹⁷. *O Diário de Bridget Jones*, por exemplo (mais de 2 milhões de exemplares vendidos em todo o mundo), fala sobre o cotidiano de uma mulher “moderna”, que valoriza sua independência, mas que vive com o mito do príncipe encantado entranhado em cada poro do seu cérebro. Ademais, sua meta existencial parece estar na forma física: consulta diariamente o seu peso!

Estratégia idêntica é utilizada por Maeve Binchy, romancista irlandesa de satisfatório sucesso na Europa e agora no Brasil. Aproveitando-se de uma necessidade que os *mass media* transformaram em sofrimento feminino universal (e agora também masculino), inicia os capítulos de seus livros assim:

⁹⁷ RAMOS, Tânia Regina de Oliveira. *Narrativas Cooltas*. In: Fazendo Gênero III. A publicar.

“Benny resolveu que estaria magra na quinta-feira da semana seguinte. Seu rosto estaria encovado e seu pescoço, longo e fino. E claro que isso significaria não comer nada. Nada fácil de se fazer numa casa em que Pats punha uma tigela de mingau, uma jarra de creme de leite e o açucareiro de prata diante dela para o início do dia. Em seguida, vinha o pão preto e a geléia. E de cada lado, um dos pais, determinado a garantir que ela começasse o dia bem alimentada.”

A ficção científica

É um tanto complexo diferenciar em formato perfeito a ficção científica da mera aventura, visto que esses gêneros possuem muitos pontos de contato. O cenário, como se sabe, é condição ímpar para que ocorra uma boa aventura, e quanto mais exótico esse cenário for, mais surpreendente e desenrolada será a aventura. Ora: em ficção científica, o cenário, exótico ao extremo, normalmente é o primeiro elemento a ser apresentado e explicado ao leitor. Há autores de ficção científica que, antes de narrarem as façanhas iniciais de seu herói, escrevem capítulos e capítulos (que por sua vez se desdobram em tratados históricos, lingüísticos e políticos) sobre o mundo, o universo, o *cosmos* em que a ação acontecerá. Isso não quer dizer que não se possa fazer uma tentativa de definição precisa. O título do gênero nos leva a pensar, de forma naturalmente simplória, que a presença de alguma ciência ou tecnologia no enredo resolvam, de chofre, a questão. Na verdade, não é preciso muita busca para encontrarmos algum livro que trate de ciência ou de tecnologia de modo explícito e que não seja, necessariamente, ficção científica. Se, todavia, atentarmos para o *tratamento* dado pelo narrador à ciência, fazendo-a EXTRAPOLAR ou ANTECIPAR-SE temporalmente, aí sim poderemos encontrar, com certa garantia, obras definitivas do gênero. L. David Allen, em seu livro *No Mundo da Ficção Científica*, apresenta exemplos esclarecedores:

Em 1925, Sinclair Lewis publicou *Arrowsmith*, um romance sobre um cientista que fez uma descoberta científica, mas *Arrowsmith* não é ficção científica. A

razão principal disto é a preocupação de Lewis com a ciência *corrente*. A estória passa-se na América, no início do século XIX, e a descoberta da cura é inteiramente fundamentada na bacteriologia e epidemiologia da época. A distinção é esta: em ficção científica, a ciência corrente não é aplicada numa situação corrente; antes é extrapolada, estendida além do estado corrente, sob certos aspectos. Em *The Ándromeda Strain (O Enigma de Andrômeda*, de Michael Crichton), por exemplo, as técnicas científicas utilizadas e o conhecimento científico envolvido são essencialmente correntes, com muito pouca extrapolação, se houver; entretanto, a situação em que a ciência e a tecnologia são empregadas, incluindo alguns aspectos do ambiente, é uma situação que ainda não se apresentou para a humanidade; ainda não tivemos que lidar com um vírus mortal, mutante, que é trazido à Terra por uma sonda que retorna do espaço. Conseqüentemente, *The Andromeda Strain* é ficção científica devido à sua extrapolação, mais a fundamentação científica para a ação.⁹⁸

As origens da ficção científica, assim como as da narrativa de terror, estão no romance gótico dos séculos XVIII e XIX. Frankenstein (1818), por exemplo, não foi denominado por Mary Shelley, sua autora, como obra de “terror”, mas “científica”. De fato, o texto, redigido em face dos avanços científicos e do medo que eles suscitavam no vulgo da época, põe em questão um dilema crucial dos nossos tempos: qual a ética que deve gerenciar as relações entre o ‘homem e o desenvolvimento científico? A ficção científica, como se percebe, pode ser pessimista, mas há obras do gênero que constituem os maiores protótipos de otimismo literário. Faz-se necessário, portanto, a classificação de algumas tendências, duas pelo menos, dentro do imenso universo formado pela narrativa científica.

Uma primeira corrente, de ascendência francesa, provém de um livro publicado em 1870: 20 000 léguas submarinas. Os leitores da época o receberam com verdadeiro entusiasmo, talvez porque Júlio Verne, o autor, estivesse colocando-os num mundo totalmente novo e fantástico: o fundo do mar? Não precisamente, mas as cabinas, os compartimentos, os utensílios e as escotilhas do fenomenal Nautilus, submarino construído pelo misterioso Capitão Nemo (o nome significa “nenhum homem”), marujo que odeia os governantes e as injustiças provenientes do poder instituído. Numa correnteza de informações sobre peixes, plantas marinhas e regiões isoladas do globo, “assistimos” às

⁹⁸ ALLEN, David. *No mundo da ficção científica*. São Paulo, Summus, 1974.

mais inacreditáveis peripécias: um duelo entre o Nautilus e um cardume de polvos gigantes e a travessia do Mar Vermelho ao Mediterrâneo através de uma passagem subterrânea conhecida apenas pelo Capitão Nemo. Verne valoriza o aspecto externo das coisas, as maravilhas tecnológicas como fonte de interesse, daí alguns teóricos batizarem essa corrente de FICÇÃO CIENTÍFICA HARD — baseada na exploração (e extrapolação) de uma das ciências exatas ou físicas, como a astronomia, a química, a biologia (ou a própria tecnologia).

Uma segunda corrente, iniciada na Inglaterra por H. G. Wells, pode ser vislumbrada a partir da publicação, em 1895, de *A máquina do tempo*. Nesse livro, um certo Viajante do Tempo — assim o protagonista é conhecido, sem possuir nome próprio — constrói uma engenhoca tecnológica e se desloca para 800 000 anos no futuro. Encontra uma sociedade aparentemente modificada, mas no fundo reflexo da comunidade capitalista de fins do século XIX. O mundo do futuro é habitado pelos Elóis — seres vegetarianos, frágeis, que vivem na superfície da terra e têm profundo medo da escuridão — e pelos Morloques, criaturas subterrâneas, excessivamente pálidas, que se alimentam de carne humana. O grupo da superfície passa o tempo com recreações esportivas, sem nenhum projeto de trabalho. Enquanto isso, a população subterrânea conserva as habilidades técnico-científicas, elaborando projetos e levando-os a uma conclusão. Ora, as distinções entre Elóis e Morloques podem ter base nas distinções entre Capital e Trabalho existentes na época de Wells. Temos aí, portanto, o primeiro exemplo de FICÇÃO CIENTÍFICA SOFT, que se vale de alguma ciência humana como base para a construção do enredo.

Além dessas duas categorias, é possível aventar outras, como por exemplo a FANTASIA CIENTÍFICA OU HERÓICA. Nela, há a mistura de armas primitivas e magia, tudo ocorrendo num período alternativo da evolução. Conan, o bárbaro parece ser um modelo bastante representativo dessa tendência. Seu criador, Robert E. Howard (1906-

1936), um texano que se suicidou aos 30 anos, inicialmente concebeu, com os pés numa geografia, numa etnografia, numa teologia e numa política imaginárias, a pseudo-história do mundo onde se movimentam seus personagens. Trata-se da Era Hiboriana, que se configura há cerca de doze mil anos, oito mil depois do desaparecimento da Atlântida, e sete mil antes do começo dos registros históricos da humanidade. O interessante é que as aventuras de Conan não fizeram um sucesso satisfatório quando publicadas em forma de conto ou romance. Muitos anos depois da morte de Howard, adaptada ao universo dos quadrinhos, a saga finalmente encontrou a massa. No princípio dos anos 80, Hollywood consagrou definitivamente o herói.

Tudo muito bonito. Tudo, ao menos em sua estampa, muito inocente. Por que, então, devemos prestar atenção na ficção científica? Porque sob a aparência ingênua da fabulação e da fantasia sem limites, em alguns casos ela transmite a crença numa raça superior, no caso a humana, que vence monstros e lagartos interestelares, representantes mais que evidentes de possíveis raças inferiores. Não por nada que John W. Campbell, que se tornou conhecido como uma espécie de deus-escritor do gênero, foi diversas vezes acusado de racismo e fascismo. Além disso, a ficção científica, ao contrário do que se imagina, parece não se projetar para o futuro, mas para o passado, acreditando que a humanidade, ou já chegou ao fim de sua história, ou agirá eternamente sob ciclos simplistas de erros e acertos que hão de se repetir ao infinito.

Na ficção científica, a premissa de que sempre haverá seres humanos que se destacam por suas qualidades serve para propor um sistema feudal de poder: heróis e governantes jamais são eleitos por seus companheiros, são sempre 'eleitos do destino'. Sob a aparência de pleitear um capitalismo não-selvagem, a regressão a uma estrutura feudal de poder fica longe de práticas democráticas como decisão coletiva, consulta às bases, livre escolha de lideranças, discussão aberta das decisões, reavaliação dos resultados por comissões autônomas. Em suma, sob uma estrutura de superfície tecnologicamente avançada tem-se uma estrutura profunda regressiva em termos de poder.⁹⁹

⁹⁹ KOTHE, Flávio. A narrativa trivial. Brasília, Unb, 1994.

No Brasil, uma das primeiras tentativas de se escrever uma obra de ficção científica converteu-se, segundo Fausto Cunha, numa “brincadeira de mau gosto contra a raça negra, e uma brincadeira levada longe demais”¹⁰⁰. Estamos falando de *O Presidente Negro* ou *O Choque das Raças*, publicado em 1926 por Monteiro Lobato. A trama é a seguinte: num futuro não muito distante, quando os negros assumem o poder na América do Norte, um cientista cria um produto capaz de alisar o cabelo pixaim. De acordo com Lobato, o maior sonho do negro é se livrar do pixaim. O problema é que o produto também possui uma ação esterilizante. Quem o usa, não pode mais ter filhos. Desse modo, as pessoas negras seriam extintas de uma forma limpa e eficiente!

Como se vê, a ficção científica, subgênero dos mais inocentes dentro da narrativa de mercado, é faca de dez gumes quando analisada à luz da tolerância social e étnica no mundo.

A narrativa policial

Os teóricos que fizeram da narrativa de mercado o objeto de seus estudos fatalmente depararam com as novelas de detetives. Há uma lógica nisso: mais do que qualquer outro gênero, o romance policial presta-se ao gosto das multidões. A sua estrutura — básica e imutável — trabalha no sentido de despertar no leitor a curiosidade. Esse tipo de livro, por isso, oferece horas de lazer e distração. Como estamos numa sociedade em que o lazer é objeto de consumo, as narrativas detetivescas, desde sua origem, tornaram-se uma indústria à parte dentro do complexo sistema editorial que se criou no mundo a partir dos séculos XVIII e XIX. O livro policial está destinado a grandes tiragens. Para se ter uma

¹⁰⁰ ALLEN, David. *No mundo da ficção Científica*. São Paulo, Summus, 1974.

idéia disso, basta saber que a *Le Masque*, coleção francesa especializada no gênero (e isso para citar uma entre mil), já publicou mais de 1 350 títulos, com tiragem média de 25 000 exemplares. Em pouco menos de cinquenta anos, essa coleção vendeu mais de cento e cinquenta milhões de livros, dos quais cinquenta milhões só de A. Christie. O assassinato de Roger Ackroyd, sozinho, atingiu a marca de 1 500 000 volumes.¹⁰¹

Muitos autores vêem a gênese do romance policial na tragédia grega, com o Édipo sofocliano empreendendo uma investigação para descobrir a si mesmo como o assassino do rei de Tebas, seu progenitor; outros apontam características da narrativa de detecção nos contos de Sherazade (*As mil e uma noites*) e em algumas passagens do Antigo Testamento; há os que citam, entre outros textos, *Senhorita de Scuderi*, romance histórico com clima policialesco publicado por E. T. A. Hoffmann, em 1819. De fato, podemos encontrar elementos do romance policial não só nas obras supracitadas como em muitas outras, provenientes de culturas e países os mais diversos. Desse modo, procurar o título que exatamente apresentou um enredo de detecção em primeiro lugar seria algo como dar voltas sobre o mesmo círculo, especialmente porque a maioria dos teóricos concorda com um dado crucial: *Os crimes da Rua Morgue* (1841), *Os mistérios de Marie Roget* (1842) e *A carta roubada* (1845), todos do americano Edgar Allan Poe, são os contos que organizaram e fundamentaram as características e as possibilidades do gênero. Estava inaugurado, em suas estruturas mais profundas, o paradigma do romance policial: um detetive astuto e cheio de manias, partindo de uma vítima conhecida, chegará a um criminoso inicialmente desconhecido. Desse momento em diante não haverá mais inovação, só adequações temporais e variações — infinitas variações — sobre o rígido triângulo articulado por Poe. Triângulo tão rigoroso que, à falta de quaisquer dos três elementos, o gênero estará adulterado.

¹⁰¹ BOILEAU, Charles; NARCEJAC, Thomas. *O romance policial*. São Paulo, Ática, 1991.

Acabamos de dizer que o romance negro se caracteriza pela existência de um crime, com uma vítima que se sabe logo quem é; e um criminoso, desconhecido; e um detetive, que afinal descobre a identidade desse criminoso.
Peter Winner, personagem criado por Rubem Fonseca no conto *Romance Negro*.

Nas suas primeiras décadas de existência, o romance policial concentra forças na construção do detetive — primeiro elemento do triângulo —, figura mítica que encarna uma espantosa sabedoria, demonstrada na resolução das mais embaraçadas charadas. Assim foi com o Dupin, de Poe, com o Poirot, de Christie, e principalmente com o Holmes (hoje uma espécie de sinônimo para detetive), do escocês Arthur Conan Doyle. Para esses investigadores, nada acontece por acaso. Suas descobertas são racionais, milimétricas, dedutivas. E a ação física do bem sobre o mal, por assim dizer, fica em segundo plano. O vilão é derrotado pela *inteligência* do herói. Trata-se de um formato narrativo que pode substituir as palavras cruzadas, daí o surgimento de definições como romance-enigma e romance-problema. Observemos, como exemplo, o raciocínio de Sherlock Holmes, no texto de Doyle:

— Pelo menos podemos aceitar essa hipótese. Suponhamos, então, que, em cada um dos casos alguma coisa foi queimada, a qual produziu uma atmosfera de misteriosos efeitos tóxicos. Muito bem. No primeiro — o da família Tregennis — essa substância foi colocada na lareira. A janela — encontrava-se fechada, mas, naturalmente, parte dos vapores foi absorvida pela chaminé, ao menos por certo tempo. Por isso deveria imaginar-se que os efeitos do veneno fossem menores do que no segundo caso, em que houve menor para a fumaça deletéria. Os resultados parecem indicar ter sido isso o sucedido, pois, no primeiro evento, apenas a mulher, presumivelmente dotada de organismo mais sensível, encontrou a morte, enquanto os outros apresentaram fenômeno de loucura temporária ou permanente, a qual é, à evidência, o primeiro estágio provocado pela droga. No segundo caso, o resultado foi total. Por conseguinte, os fatos tendem a confirmar a hipótese de um veneno que atua por combustão.

O Pé do Diabo e outras aventuras de Sherlock Holmes,
pág. 41

Pouco demorou, porém, para que as possibilidades criativas se esgotassem se olhadas apenas pelo lado do detetive. Maurice Leblanc, então, cria Arsène Lupin, espécie de Sherlock Holmes às avessas. A engenhosidade e a ousadia desse *Ladrão de Casaca*

imediatamente encantam o leitor, visto que Lupin usa sua astúcia para burlar a lei, isto é, o poder estabelecido e moralizador das sociedades. (Leblanc provoca Doyle através de um trocadilho: o arquinimigo de Lupin, que quase sempre se frustra, foi batizado como Herlock Sholmes!). E é essa resposta ativa do criminoso, somada à insegurança do período entre-guerras e à depressão de 29, que vai tornar o detetive mais

agressivo. Os assassinos, metaforicamente, saem das bibliotecas para viver nos becos e nos bares mais sórdidos. Agora não basta ao investigador detectá-lo, mas caçá-lo. Isso faz com que o mocinho da narrativa policial seja despido de sua aura aristocrática, obrigando-se a descer aos níveis baixos da canalha para que seu trabalho seja efetuado. Toma-se uma espécie de criminoso ao lado da lei, um “herói que joga sujo”. (O tipo foi imortalizado no cinema por Clint Eastwood através do personagem *Dirty Harry*, que, traduzido, quer dizer “Harry, o sujo”). É a fase do *hard boiled*. Dashiell Hammett, Raymond Chandler e Mickey Spillane, eis alguns representantes desse novo tipo de romance policial.

O cotovelo de Spade abateu-se enquanto ele girava para a direita. O rosto de Cairo recuou violentamente, mas não para muito longe. O calcanhar direito de Spade calcado sobre os dedos cobertos de couro envernizado, fixaram o seu antagonismo no caminho do seu cotovelo, que atingiu-o por baixo do molar, abalando-o de tal forma que teria caído se não estivesse seguro pelo pé de Spade, apoiado sobre o seu.

O Falcão Maltês, Dashiell Hammett,
pág.41

Explorados exaustivamente os dois ângulos iniciais da estrutura — detetive e criminoso —, restava produzir sobre o terceiro (e talvez mais interessante): a vítima. Teremos, então, um romance policial que se desdobra em suspense. Boileau e Narcejac, autores do gênero, explicam que “a vítima (...) só desempenha um papel passivo. Ou já está morta quando começa a narrativa, ou é a cabra amarrada à estaca, que vai atrair a fera. Mas

a partida se desenrolará entre o caçador e o caçado. Entretanto, durante toda essa espreita dramática, seria bem interessante conhecer os sentimentos da cabra! Suprimamos a estaca! Deixemos o animal livre para fugir ou defender-se com seus fracos meios. Ele olha; escuta; o perigo ainda não tomou forma, mas a ameaça está em todas as partes. O mundo é ameaça. Aonde ir? Onde refugiar-se? E preciso esperar, e não fugir levianamente. E quando o perigo se fixar, então será preciso tentar escapar. Ameaça. Expectativa. Perseguição... Tais são os três componentes do suspense.”

Ele chora, encolhido. Não pode levantar-se, andar até a porta para trancá-la. Sabe que está vivo, que é culpado, que vai morrer (...) Depois, lentamente, a maçaneta da porta começa a girar. Ravinel se descontraí. Durante toda a vida esperou este momento. Agora, deve tornar-se uma sombra. Era difícil demais ser um homem. Já não quer saber. Mesmo Mireille já não interessa. Fecha a boca sobre o cano do revólver para a beber a morte, como um filtro. Para esquecer. E comprime com força o gatilho.

As diabólicas, Boileau e Narcejac, pág.

179

No Brasil, assim como nos demais países do Sul, nunca se criou terreno fértil para o florescimento desse tipo de narrativa. Obviamente, não estamos considerando as novelas infanto-juvenis de tendência policialesca, visto que essas, exercendo função parasitária, nada de novo acrescentaram ao gênero. Do mesmo modo, autores como Rubem Fonseca e Patrícia Melo não podem ser considerados escritores policiais no sentido exato do teimo. Seus contos e romances extrapolam o paradigma triangular supracitado. Antes de construir, destroem a novela de detetives, ao mesmo tempo em que promovem interessante reflexão sobre a indústria cultural.

Nos anos 90 talvez possamos encontrar uma pequena ressalva com o surgimento de Tony Bellotto e Luiz A. Garcia-Roza. Escrevem romances policiais típicos, sem desobedecer à estrutura. Como diferencial, apenas procuram tipificar o detetive brasileiro, menos metódico e mais —muitíssimo mais— falível!

Uma esfinge em São Paulo

Para dissertar sobre as relações entre literatura e cidade moderna, especificamente no que diz respeito ao deambular, à fúria do tempo, às influências do centro sobre as periferias, às tramas emocionais e eróticas de personagens que representam o homem desarraigado, vamos utilizar uma leitura de *Bellini e a Esfinge*, romance policial publicado por Tony Bellotto em 1995. Não importa, aqui e agora, percebermos teoricamente se se trata de um texto de alto ou de baixo nível — tal análise fica em débito para um estudo mais adequado a esse respeito. Cabe-nos ressaltar que *Bellini e a Esfinge* é um romance tipicamente policial, pois construído a partir da pirâmide acima estudada (detetive, criminoso, vítima), valendo-se também, e abusadamente, dos elementos — enumerados por Sodré¹⁰² — que caracterizam a narrativa de mercado. Dados sobre a vendagem do livro sequer foram recolhidos. Isso, de fato, é irrelevante, ainda mais quando a trivialidade narrativa é imanente ao texto.

O detetive particular Remo Bellini, protagonista do romance, apesar de todas as suas fraquezas e limitações, ainda encarna o “mito do iluminado”. A sagacidade de Ulisses e a força de Hércules pulsam em seus genes. Os aspectos míticos, tão necessários nas narrativas de mercado, são presentes também em *Bellini e a Esfinge*, não de modo implícito, disfarçado, mas à vista do leitor, a começar pelo título do livro. Mais ou menos à metade da narrativa, quando o protagonista manifesta o desejo de “conhecer Roma...”¹⁰³, fica claro que está à procura das significações que compõem o seu nome — Remo (mitologia) e Bellini (imigração) — e todos os símbolos que perambulam pelo romance. Toda história policial tematiza uma busca. No caso, não necessariamente a busca do

¹⁰² SODRÉ, Muniz. *Best Seller: a literatura de Mercado*. São Paulo, Ática, 1985.

¹⁰³ BELLOTO, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

criminoso, mas do próprio “eu”. Bellini é uma personagem com o ego esfarrapado. Seu irmão gêmeo, Rômulo, morreu poucas horas depois do parto. Remo, que em vez de advogado torna-se detetive particular, acaba perseguido pelas frustrações do pai. Um dia, no escritório do pai, encontra um *Dicionário de mitologia grega e romana*:

REMO. (Remus) Remo é, na lenda da fundação de Roma, o irmão gêmeo de Rômulo. Segundo uma explicação isolada, e evidentemente tardia, fora dado à criança o nome de Remo porque era ‘lenta’ em tudo. O que explicaria que fosse suplantada por Rômulo. Remo, na lenda, é apresentado como o ‘duplo’ infeliz de seu irmão.¹⁰⁴

Bellini aceita a *grife* de mal-amado, e parece gostar dela, desfilando numa moda masoquista que, apesar de tão antiga quanto o próprio homem, vigorou mesmo com a organização e crescimento da vida urbana:

Fiquei, então, sozinho e desamparado, ladeado por meu pai, que me imputava suas decepções, e pelo espectro silencioso de meu irmão, carregando nos ombros dois nomes ridículos que nada mais eram do que a expressão fria do pedantismo de Túlio Bellini: Rômulo e Remo.¹⁰⁵

Assim Bellini é acometido pela *necessidade* de investigar. Pelo princípio de *Édipo Rei*¹⁰⁶, a verdadeira investigação só termina quando o investigador, por ou sem querer, encontra-se a si mesmo. Todavia, para tomar-se apto a empreender tal investigação, o detetive é obrigado a submeter-se a Dora *Lobo* (seu nome não é mera coincidência), proprietária de uma agência de investigações particulares. Desse modo, ao mesmo tempo em que as relações de classe dentro de uma sociedade capitalista ficam devidamente limitadas e estabelecidas, a dependência psicológica do detetive Bellini, ora em relação ao pai, ora em relação à *Lobo*, acaba se concretizando sob o formato de símbolos míticos.

Por sua vez, a retórica utilizada no romance pode-se sem dúvida chamar de consagrada. Bellotto procura conferir ao texto uma certa cor local, e isso é feito através de

¹⁰⁴ Idem, pág. 26.

¹⁰⁵ Idem, pág. 15.

¹⁰⁶ SÓFOCLES. *Édipo Rei*. Porto Alegre, L&PM, 1998.

uma estrutura predominantemente dialógica repleta de frases feitas, talvez para experimentar as receitas de Chandler¹⁰⁷, ou talvez para recheiar as desventuras do detetive paulista com as marcas da coloquialidade:

Às vezes eu me perguntava se trocando o escritório de Túlio Bellini pelo de Dora Lobo eu não teria saído do fogo para cair na frigideira.¹⁰⁸

Vale também destacar, ao lado dos diálogos, o caráter predominantemente visual da narrativa, lembrando, em todos os aspectos, uma fita cinematográfica. Benjamim, n' *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, nos dá uma pista de que a visão, devido a novas formas de difusão, o cinema incluso, toma-se o sentido da modernidade¹⁰⁹. No romance de Bellotto, as coisas não são diferentes. De todos os sentidos de Bellini, personagem-narrador, a visão parece ser o mais aguçado:

Antes de dormir, deitado na cama escutando Robert Johnson, a cena com que mais vezes me deparei mentalmente não foi a da mão da índia de Dinéia, nem a das sandálias de couro de Camila, nem a de Dora falando sobre os olhos vazados de Rafidjian. Foi a visão dos seios de Beatriz.¹¹⁰

Em muitos aspectos, *Bellini e a Esfinge* segue à risca os paradigmas estabelecidos por Conan Doyle. Há, por exemplo, um esforço explícito em se criar um código de identificação para o protagonista e os personagens que o cercam. Assim como Sherlock Holmes engendra suas mirabolantes deduções tocando violino e Miss Marple¹¹¹ fazendo crochê, Bellini tem seus instantes de reflexão bebendo doses generosas de “Jack Daniel” s,

¹⁰⁷ Ao lado de Hammett, Raymond Chandler é considerado um dos papas do romance policial norte-americano. Trouxe para a novela de detetive, além do clima realista dos submundos, um estilo que se aproxima do falar típico das ruas. Por exemplo: “Eu estava num daqueles bairros chinfrins perto da Avenida Central, ali pelas quadras que ainda não foram totalmente ocupadas pelos negros. Vinha saindo de uma barbearia de três cadeiras porque um cara de uma agência achou que ali eu poderia encontrar um barbeiro aposentado de nome Dimitrios Aleidis. Tipo do trabalhinho mixto, mas a mulher do grego insistia em gastar dinheiro, contando que o marido voltasse para casa.” CHANDLER, Raymond. *Adeus, minha adorada*. Porto Alegre, L&PM, 1977.

¹⁰⁸ BELLOTTO, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995. Pág. 48.

¹⁰⁹ BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

¹¹⁰ BELLOTTO, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995. Pág. 81.

¹¹¹ Sherlock Holmes e Miss Marple, dois detetives conhecidos mundialmente, foram criados, respectivamente, por Arthur Conan Doyle e Agatha Christie.

o amigo americano”¹¹². Com frequência, Bellini recorda as supracitadas consultas ao *Dicionário de mitologia grega e romana*, no escritório de seu pai, para saber mais sobre a lenda dos irmãos fundadores de Roma. (Esse fato, aparentemente tão irrelevante para o enredo, será crucial para que o enigma — a esfinge — seja desvendado nas páginas finais). Há também a vizinha velha e careta que, sofrendo na pele a densidade populacional e a conseqüente falta de privacidade tão comum às zonas urbanas, bate na parede cada vez que Bellini resolve ouvir música em seu apartamento. Além disso, cada artagônista tem como marca e traço superficial de sua psicologia um costume exaustivamente reprisado: o delegado Bóris, a cada frase, acende um cigarro Minister; Dora Logo, a chefe, diariamente pratica exercícios de Aikidô e deleita-se ao fumar uma cigarrilha americana Taparillo enquanto ouve Paganini em alto volume.

Existe, contudo, um elemento fundamental em Doyle que não é levado em conta por Bellotto. Flávio Kothe, em *A narrativa trivial*, aponta que “Arthur Conan Doyle, ao criar as figuras de Sherlock Holmes, dr. Watson, Moriati e outras, marcou e demarcou definitivamente o gênero. A sua grande inovação foi duplicar o detetive em um ‘assistente’ que, além de ‘auxiliar’ nas investigações, tudo observa e registra, só que sem a acuidade e a capacidade de tirar conclusões como o detetive. Ele é honesto, pode-se confiar em suas informações, ainda que não perceba bem aquilo que está observando.”¹¹³ Bellini não possui um assistente que, por oposição, destaque sua inteligência e seu caráter iluminista. Na realidade, este elemento foi inevitavelmente excluído do romance porque, partindo da narrativa em primeira pessoa, Bellini parece estar disposto a deixar bem claro que é uma pessoa comum e cheia de defeitos, sem o *glamour* dos grandes detetives da literatura e do cinema:

¹¹² BELLOTTO, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995. Pág. 101.

¹¹³ KOTHE, Flávio R. *A narrativa trivial*. Brasília, Unb, 1994.

Juntei meu equipamento: câmera fotográfica, bloco de anotações, caneta, canivete, a pistola Beretta 9mm automática, com silenciador — presente de Dora para qualquer eventualidade (e que **nunca tinha usado**) —, e o inseparável companheiro e amigo de todas as horas, o uísque Jack Daniel's.¹¹⁴

Ao pensarmos na estrutura, porém, a ausência do “auxiliarescada” abre uma lacuna no funcionamento do romance policial. Citando o formalista Vítor Chklóvski, Kothe coloca que, “embora existam novelas de detetive com narrador onisciente, este se define por uma característica que o torna inadequado para o gênero: por definição, o narrador deve saber quem é o criminoso e como o crime ocorreu. Isso anula o mistério e a detecção típicos do gênero. Se não conta o que sabe, trai a confiança do leitor em sua fidedignidade; se conta logo tudo o que ocorreu, tira o suspense.”¹¹⁵

A função pedagógica, característica marcante da narrativa de mercado, aparece de forma especial nos livros policiais. Neles, a concepção maniqueísta do mundo e da vida aparece com uma clareza desconcertante. A eterna vitória que os bons — bonitos e inteligentes — impugnam aos maus — feios e desonestos — faz com que a máxima “o crime não compensa” seja reiterada *ad infinitum*. Com isso, a idéia sub-reptícia e religiosa de que os justos algum dia serão vingados e recompensados soa desprovida do menor resquício de obsessão. “Sem explicitar um discurso moralista, a novela de detetive como que participa de uma campanha permanente de moralização.”¹¹⁶ Pois o detetive, por abrir e mostrar o “caminho correto” da vida em comunidade, assume o papel de um professor. Melhor: de um padre salvador de almas. (Não à-toa que Chesterton, em vez de criar um detetive autônomo e secular, criou a carismática figura do Padre Brown). Existe, segundo Kothe, uma “vocação sacerdotal de todo *detetive*, cuja tarefa acompanha a função de um salvador de almas; embora pareça estar preocupado, fundamentalmente, apenas em salvar

¹¹⁴ BELLOTO, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995. pág. 37.

¹¹⁵ KOTHE, Flávio R. *A narrativa trivial*. Brasília, Unb, 1994.

¹¹⁶ Idem.

corpos da morte violenta.”¹¹⁷ Bellini não é diferente. Apesar de consumir cocaína — como Holmes e Freud, ele faz questão de lembrar —, rapidamente conta suas más experiências com a droga, consequência de sua fraqueza e desilusão familiar. A esse respeito, portanto, seu discurso não é liberal, mas conservador:

Eu havia dispensado Duilio porque não queria mais cheirar pó e porque não precisaria mais ficar rondando pela cidade.¹¹⁸

O detetive Bellini, logo no princípio de seu dia, é obrigado a se perguntar, mesmo que inconscientemente: que horas são no relógio da torre? A relação centro-periferia é muito clara no romance, desde meros aspectos físicos

Peguei um táxi para o edifício Itália, de onde Dora (o Lobo) comandava suas investigações.¹¹⁹

até elementos que demonstram profundas implicações ideológicas, como a própria prática do romance estruturalmente policial, que em seu alvorecer foi comum apenas nos centros industriais desenvolvidos, ou a epígrafe escolhida para o livro, uma citação de Dashiell Hammett, papa americano do romance *no ir. Bellini e a Esfinge*, nesse sentido, assume uma posição ambígua. Por um lado, reflete a realidade cultural de uma metrópole do sul sufocada por produtos e modismos que vêm, não por convite, mas por questões econômicas, dos centros europeus e norte-americanos. Caso de um coadjuvante — Stone — que fala o português mesclado com o inglês numa tentativa confessa de ser algo mais que um “marginal” brasileiro.¹²⁰ Por outro lado, certos hábitos de Bellini, criatura urbana que certamente “sabe o que é bom”, são demonstrados ao leitor com a eficiência dos

¹¹⁷ Idem.

¹¹⁸ BELLOTTO, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995. pág. 70.

¹¹⁹ Idem, pág. 10.

¹²⁰ Idem, pág. 31: “All right, boss, você que manda. Vamos ver quem mais. Yvone, aquela vaca. A Yvone me passou uma gonorréia, do you believe? Você já pegou gonorréia?”

melhores *merchandisings*. Sua fixação no *Jack Daniel 's*, por exemplo, “o amigo americano”, a maneira de se vestir ou mesmo o tipo de música que ouve:

Para me distrair nas intermináveis horas de espera, levei o walkman e escutei alguns clássicos de Big Bill Broonzy. I've been drinkin' sempre foi o meu favorito.¹²¹

Até mesmo os sonhos do herói — e isso é demonstrado passivamente — são contaminados pelo imaginário estadunidense:

Sonhei com um homem negro, de óculos escuros, caminhando por um canal. Não era um negro brasileiro, era um negro americano.¹²²

Mas os impactos mais violentos da questão centro-periferia aparecem apenas implicitamente, por intermédio de certos ecos da globalização e do neo-liberalismo. O romance encena situações em que fica claro a conceito de que a iniciativa privada é de longe mais eficiente que a estatal. Ao que parece, a tendência geral da novela de detetive é esta. Criticando as limitações do método formalista de análise narrativa, Kothe lembra que “o investigador privado — do tipo Holmes, Poirot, Miss Marple — entra geralmente em ação quando a polícia não consegue resolver um caso: ele acaba provando a incompetência do órgão público e a superioridade da iniciativa privada.”¹²³ Em *Bellini e a Esfinge*, o delegado Bóris, apesar de reconhecido como o melhor investigador da polícia, é descrito como uma pessoa desanimada. A insegurança da viúva do doutor Rafidjian, insegura quanto ao trabalho da polícia para descobrir o assassino do marido, acaba contratando os onerosos serviços da Agência de investigações Lobo. Por que tem que ser assim?”, pergunta-se Kothe. “Será que, apesar de todas as suas deficiências, os delegados e inspetores de polícia não acabam resolvendo a maior parte dos casos? Não são eles os

¹²¹ Idem, pág. 72.

¹²² Idem, pág. 99.

¹²³ KOTHE, Flávio R. *A narrativa trivial*. Brasília, Unb, 1994.

profissionais do setor?”¹²⁴ Além dessas situações que reiteram tal conceito, as falas das personagens, aos poucos, vão reforçando-o:

— Meu amor, lembra daquela conversa sobre a diferença entre o detetive particular e o detetive de polícia? A eficiência é um dos fatores dessa diferença.¹²⁵

Outro fator destacadamente comum no mercado de trabalho globalizado e disseminado através de filmes e livros estrangeiros (em especial os de auto-ajuda) é a concorrência. Remo Bellini, em determinados momentos da trama, sente-se inseguro quanto à superioridade de *uma detetive mulher* que trabalha para a mesma agência:

Estaria eu gastando meu precioso tempo atrás de unia pista falsa? A tal Beatriz já tinha fotos e endereço de Dinéia e eu ainda não tinha nada de palpável.¹²⁶

Um utensílio particularmente importante, não só para Bellini como para qualquer trabalhador urbano, é o relógio. A esse respeito, vale lembrar as palavras de Georg Simmel. Numa conferência proferida nos primeiros anos do século XX, ele já dizia que “os relacionamentos e afazeres do metropolitano típico são habitualmente tão variados e complexos que, sem a mais estrita pontualidade nos compromissos e serviços, toda a estrutura se romperia e cairia num caos inextricável.”¹²⁷ *Bellini e a Esfinge*, em todos os sentidos, é um romance escravo da cronologia. Os capítulos, mais parecidos com relatórios burocráticos escritos com certo charme, são pensados com base no calendário. Para cada dia de ação, um capítulo. O enredo é meticulosamente determinado por datas, começando no dia 17 de maio de 1983, uma quinta-feira, e chegando a termo em 7 de junho do mesmo ano, outra quinta. E, durante esse período, não são poucas as vezes em que o detetive consulta seu relógio:

¹²⁴ Idem.

¹²⁵ BELLOTO, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995. pág. 35.

¹²⁶ Idem, pág. 69.

¹²⁷ SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. Traduzido de “The Metropolis and Mental life”, *The Sociology of Georg Simmel*, traduzido e editado por Kurt H. Wolf. Publicado pela primeira vez em 1902.

Mas o horário, cinco horas da manhã, era inconveniente.¹²⁸

O meu relógio marcava 22h 15.129.¹²⁹

Mais tarde, às 14h 38 para ser exato, ainda com a boina mas sem o pulôver...¹³⁰

O mais interessante nisso é que quase toda a ação do romance acontece à noite. A iluminação pública, como apontou Benjamin, foi decisiva na consolidação da cidade moderna.¹³¹ Assim, praticamente inexistindo diferenças entre o dia e a noite, notadamente no que diz respeito ao ato de deambular, o crime — assassinato do doutor Rafidjian — acontece no centro da cidade, logo depois do meio-dia. Na metrópole, longe vai o tempo em que fantasmas e aparições aterrorizavam caminhos. No labirinto urbano, o perigo, materializado sob forma de violência, pode surgir em qualquer hora e em qualquer lugar.

Alguns lugares de São Paulo, inclusive, encerram representações importantes para a vida presente e pretérita do investigador. No meio do caos urbano, existem certos ambientes, refúgios, que trazem à baila sentimentos íntimos, paixões ocultas e alegrias inesperadas. E o caso, por exemplo, de um certo restaurante indiano:

O Govinda era um restaurante de comida indiana, onde pouco mais de três anos antes eu propusera casamento a minha ex-mulher. Eu estava apaixonado na época, o que explica que tenha guardado uma boa impressão do jantar.¹³²

Por outro lado, ambientes há que, sintetizando a própria metrópole, causam, no máximo, em se tratando do homem urbano, a angústia comum às frustrações familiares:

O cemitério da Paz, no bairro do Morumbi, é um desses cemitérios de estilo americano, com um vasto gramado ocupado por eventuais lápides de mármore postadas horizontalmente sobre o solo.

¹²⁸ BELLOTTO, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995. pág. 48.

¹²⁹ Idem, pág. 63.

¹³⁰ Idem, pág. 68.

¹³¹ BENJAMIN, Walter. *Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo*. In: *Obras Escolhidas III*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1989.

¹³² BELLOTTO, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995. pág. 16.

Minha sensação ao chegar foi a de amplidão e paz de espírito, bem diferente por sinal da claustrofobia que sentia sempre que visitava o jazigo da família Bellini, no cemitério da Consolação, um cemitério católico tradicional e que eu achava parecido com uma cidade de mortos.¹³³

Lembranças não faltam, também, sobre a casa e o casamento de Bellini. O personagem-narrador, nas entrelinhas, procura deixar claro que o espaço urbano, no seu caso, foi propício para a dissolução de uma vida matrimonial. Os comportamentos — seu e da esposa —, numa província, seja pela ação de preconceitos ou de falatórios, teriam conseqüências seguramente mais graves que a simples separação:

No começo, a pretexto de sair para beber com amigas, voltava para casa de madrugada. A cada dia chegava um pouco mais tarde. Depois, passou a desaparecer pela noite toda, retomando já com o dia claro. Por tini, pouco antes de me abandonar definitivamente, sumia por dois, três dias seguidos.¹³⁴

O aspecto erótico, porém, mais que o sentimental, aparece em cores fortes, detalhadas, às vezes carregadas. Não parece acaso que a narrativa comece com a procura de uma prostituta desaparecida. Assim, naturalmente, os ambientes destinados ao jogo comercial da luxúria são vasculhados pelo detetive. Boates, muquinfos, prostíbulos, esquinas ou avenidas com fraca iluminação. Percebe-se, numa cidade como Santos, certas peculiaridades na anatomia da prostituição:

Optei por começar os trabalhos fazendo uma rápida varredura em boates, bordéis e pontos de prostituição das regiões centrais e próximas às praias (...) Encontrei a pista na região do cais do porto, a tal freqüentada por marinheiros e onde a droga é very cheap.¹³⁵

O clima de luxúria perpassa todo o livro. Quase todas as mulheres, prostitutas ou não, são descritas como, no mínimo, atraentes:

Vestia uma camiseta preta, sem mangas, que realçava o volume sensual dos peitos e uma saia curta, preta com bolinhas brancas.¹³⁶

¹³³ Idem, pág. 116.

¹³⁴ Idem, pág. 43.

¹³⁵ Idem, pág. 41.

¹³⁶ Idem, pág. 73.

Do corpo, chamavam atenção as pernas longilíneas e os peitos pequenos e firmes.¹³⁷

Mesmo Dora Lobo, com toda sua ambigüidade sexual, consegue ser vista, por Bellini, com doses de erotismo. Mesmo que, para isso, ele tenha que recorrer à origem latina da palavra loba (lupu), que era como os soldados romanos chamavam as meretrizes.

A vida sexual do detetive Bellini é permanentemente rondada pelo fantasma da culpa (fantasma que, diga-se já, com o despertar dos desejos, desaparece imediatamente). Algo que se aproxima de um complexo multifacetado de Édipo (já frisamos que, na realidade, Bellini está à procura de si mesmo) ataca a vida do investigador, às vezes de forma branda.

Toda vez que me sentia apaixonado, tecia fantasias a respeito da mãe da mulher por quem me apaixonava. Desde criança. A mulher com quem falei ao telefone era provavelmente a mãe de Beatriz e na minha fantasia ela já tomava a forma de uma Beatriz mais experiente, mais maternal e mais compreensiva. Eu sempre tive um fraco por mulheres mais velhas.¹³⁸

e às vezes de forma violenta:

Nós estávamos nus, deitados na cama. Eia me fez deitar no seu colo, ofereceu-me um dos seios e disse:

— Mama.

Obedeci. Ao mesmo tempo em que eu mamava, ela me masturbava com intensidade e rapidez.¹³⁹

E, como já era tradição nos romances *hard boiled* dos anos 40 e 50, Eros e Tanatos insistem em andar de mãos dadas:

Talvez por estar num cemitério, tive a nítida sensação de que Beatriz, sexo e morte pulsavam juntos.¹⁴⁰

Agora, de todas as modulações previstas, a que mais chama atenção e possui identidade com *Bellini e a Esfinge* é a da deambulação. Tal prática, no romance acoplada

¹³⁷ Idem, pág. 74.

¹³⁸ Idem, pág. 99.

¹³⁹ Idem, pág. 207.

¹⁴⁰ Idem, pág. 90.

ao império da cronologia, é descrita nos mínimos detalhes. Poder-se-ia dizer que Bellotto, sem a pretensão de se comparar a Fonseca, descreveu uma *arte de andar pelas ruas da grande São Paulo*. Pois o romance, no fundo, nada mais é que o deambular do detetive, um *flaneur* voluntário e comprometido, pelas maravilhas e tormentos da metrópole. Bellini, em todos os sentidos, mergulha na cidade, mistura-se a outros “caminhantes, pedestres, *wandersmänner*, cujo corpo obedece aos cheiros e vazios de um ‘texto’ urbano que escrevem sem poder lê-lo.”¹⁴¹ De certa maneira, porém, o investigador está ali, mais do que para escrever, para ler. Tentar ler, pelo menos. Todas as variações culturais e do espírito, todas as línguas, todas as culinárias, todos os perigos, desde o mais inocente até o mais planejado, cruzam por ele. E, nesse ponto, sente-se capaz de tecer comentários só possíveis a um conhecedor (que por isso se sente também dono) da cidade:

Era irônico que a melhor pizza de São Paulo, uma cidade repleta de imigrantes italianos, fosse feita por árabes.¹⁴²

Como investigador — sua missão é espiar e descobrir —acompanha o deambular, ou melhor, os *deambulares* de outros que, como ele, perdem-se para se encontrar. Existem os que vêm e vão, cumprindo o trajeto tortuoso da (des)ilusão, talvez o mais comum e verdadeiro da metrópole. (Caso de Dinéia, a prostituta que, grávida, retorna à provinciana Procópio Ferreira, no Paraná, para dar à luz na casa da mãe). Viver não é preciso — poderia dizer Bellini — e andar também não, seja a pé, de táxi, de carona, de ônibus ou com um carro emprestado. Nunca se sabe que fim terão os caminhos da cidade.

De uma coisa, todavia, ele tem certeza. O detetive, para bem deambular, precisa de fato (não só metaforicamente) estar imerso na multidão. Quer ser secreto. Quer ser a incógnita atormentadora descrita por Poe. Quer ser ninguém no meio de ninguém, ainda mais porque disso depende o êxito ou não do seu trabalho.

¹⁴¹ CERTEAU, Michael de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis, RJ, Vozes, 1994.

¹⁴² BELLOTTO, Tony. Bellini e a Esfinge. São Paulo, Companhia das Letras, 1995. pág. 112.

O sucesso de um detetive é o anonimato.¹⁴³

Por isso, quando é fotografado e exposto na grande vitrine urbana, que é o jornal, irrita-se. Gostaria de continuar caminhando no anonimato. Mas sabe que isso, com o tempo, e um tempo brevíssimo, voltará a acontecer. A cidade não tem memória. Ou por outra: tem tanta que, aparvalhados, jamais conseguiremos apreendê-la a não ser parcialmente. Para o bem, para o mal, cada pessoa, como Bellini, terá os seus cinco minutos de fama. Depois, como eu, como você, como todos, desaparecerá na turba. Afinal, nada mais somos, nada mais seremos, que homens e mulheres da multidão.

¹⁴³ Idem, pág. 55.

**TERCEIRA PEREGRINAÇÃO
O CASO PAULO COELHO**

A Mágica Cifra das Vendas

O estratosférico sucesso comercial de Paulo Coelho, que começa a ser notado em 1989, quando dois de seus livros — *O Diário de um Mago* e *O Alquimista* — somam a vendagem de 600 mil exemplares e conquistam, cada um a seu tempo, o topo de todas as listas de mais vendidos no Brasil, e chega até os dias de hoje, com a publicação de mais uma dúzia de outros títulos e a quebra de muitos recordes comerciais — pelo menos 29 milhões de exemplares vendidos em 47 idiomas e em mais de 120 países¹⁴⁴ — representa um fenômeno sem par no cenário cultural de nosso país.

Muito se tem falado sobre os aspectos sociológicos do caso Paulo Coelho. Naturalmente, como faremos aqui, eles devem ser levados em conta, visto que necessários ao entendimento do problema, mas os fatores imanentes ao texto, como linguagem e estrutura, também precisam ser analisados. Sem entrar no mérito de comentar os preconceitos evidentes que a academia mantém quando do estudo de um objeto desse teor, o fato de que parte da crítica literária de nosso país, tida como oficial, recusa-se a estudar o fenômeno, dificulta ainda mais o aprofundamento da questão. Juan Afias, escritor espanhol que compôs um livro-entrevista sobre Paulo Coelho —trabalho evidentemente laudatório, pois publicado pela mesma editora que lança os livros do maguescritor em língua espanhola —, não perde oportunidade de comentar a impostura:

Na hora de publicar esse livro, procurei alguma crítica que não pecara por ser demasiado elogiosa nem caísse no ridículo, como fez Davi Arrigucci Júnior na revista *Veja*. Quando lhe perguntaram o que achava da obra de Coelho, respondeu: “Não li e não gostei.”¹⁴⁵

De qualquer forma, levando em consideração a complexidade e a fragilidade do mercado editorial brasileiro, parece válido salientar um dos caracteres que fazem os

¹⁴⁴ Tais informações foram retiradas do comentário de “orelha” do livro *O demônio e a Sra. Prym*.

¹⁴⁵ ARIAS, Juan. *Confissões de um peregrino* – entrevista com Paulo Coelho, pág. 166. Rio de Janeiro, Objetiva, 1999.

críticos mais desconfiados torcerem o nariz: antes de escritor, Paulo Coelho é um mago. Um bom texto, ou melhor, um “texto bom” (isso para pensar nos pesos e nas medidas do mercado), ainda que produzido dentro das normas da indústria cultural, como as que foram salientadas nas páginas iniciais desse trabalho, não é o suficiente para proporcionar tanto sucesso num país tão escasso de leitores. A concretização de tamanho êxito, como já assinalado, naturalmente transcende ao texto. Vai de encontro, não só ao instante histórico pelo qual passamos, mas também, e *principalmente*, à imagem mística do autor. Mas atenção: não se trata, aqui, de entrar no jogo do mercado a partir dessas colocações aparentemente tão simplistas. Tanto o “instante histórico pelo qual passamos” quanto à “imagem mística do autor” nada mais são que construções/ficções disseminadas pelo mercado com o fim de fertilizar o vasto terreno das vendas.

A Angústia e a Felicidade

O mergulho introspectivo que marca parte da literatura mais vendável na atualidade e do próprio comportamento humano parece ser um fenômeno típico de fim-de-século ou, o que é mais acentuado, de fim-de-milênio. No entanto, em se tratando do Brasil, se observarmos atentamente o último quartel do século passado, constataremos que sistemas filosóficos e literários como o Positivismo e o Parnasianismo conservaram seu *status* e sua influência sobre toda a vida intelectual a ponto de quase não deixarem espaço para as manifestações espirituais e subjetivas que marcaram tendências como o Simbolismo.

Embora sua implantação levantasse alarido e tivesse a defendê-la vários grupos de moços, o Simbolismo revelou-se impotente para deter a marcha das doutrinas realistas.¹⁴⁶

¹⁴⁶ MOISÉS, Massaud. *O Simbolismo*. São Paulo, Cultrix, 1966.

Pretende-se dizer com isso que, no Brasil atual, o misticismo que marca essa dita literatura mais vendável, se não se pode creditá-lo mais às questões políticas do que à simples cronologia, devemos aceitar que é uma consequência das duas coisas conjugadas. Mas que acontecimentos políticos são esses? A partir de meados da década de 80, na tentativa de retomar uma economia em colapso, o presidente russo Mikhail Gorbachev começou a introduzir uma série de profundas reformas políticas e econômicas. Sua linha de ação passou a ser definida por duas palavras: *glasnost*, que significa transparência, e *perestroika*, que significa reestruturação. Com isso, a dicotomia que caracterizava a política internacional desde o fim da Segunda Grande Guerra (Guerra Fria) aos poucos foi deixando de existir.

Então:

— Agora, a hegemonia totalitária e neofascista que os EUA mantêm sobre o mundo, somada à corrupção e à desonestidade de dirigentes reveladas por uma imprensa supostamente livre, acabou por afastar e desinteressar os cidadãos das atividades políticas oficiais. Todavia, em toda a história da humanidade, talvez nunca houve tanta injustiça, tanta miséria e tanta alienação a serem combatidas. Esse paradoxo faz com que o homem negue a realidade circundante e se feche em si mesmo, espaço abstrato onde procura encontrar a alma, o espírito, a essência.

No parágrafo anterior, procurei, com base em certos fatos históricos, reproduzir o que a Grande Indústria Cultural, com alguma sofisticação, propaga a seu público consumidor. As problematizações nos setores social e ideológico, acrescidos a essa disseminada “perda do eu”, podem, em vez de evocar esse olhar para o passado, exigir um olhar analítico para o futuro. A reflexão sobre nossa condição, nesse sentido, em vez de apocalíptica (no sentido bíblico do termo) pode ser medonhamente produtiva. O problema é que essa reflexão equilibrada sobre a época contemporaníssima — virada de século e de milênio — é habilmente deixada de lado pelo mercado de cultura. pois a ele isso não interessa, para que outros rumos sejam percorridos.

Daí a realidade de termos, nesse eito estrategicamente arado e adubado, o florescimento de viçosas personalidades místicas. Alavancadas por produtos culturais (livros, CDs, vídeos), procuram suprir a “carência do cu” engolida por boa parte da população. Interessante notar que o próprio Paulo Coelho, no epílogo de *As Valkírias*, comenta fatos históricos, relevantes e decididamente assombrosos, num tom maniqueísta e oportunamente messiânico:

Escrevi este Livro em janeiro/fevereiro de 1992, pouco depois do final da Terceira Guerra Mundial — onde os combates foram muito mais sofisticados que os travados com armas convencionais. Segundo a Tradição, esta guerra começou nos anos 50, com o bloqueio de Berlim, e acabou quando o Muro de Berlim caiu por terra (...) Agora, segundo a Tradição, uma nova guerra vai começar.¹⁴⁷

E, conforme a visão dele, essa nova guerra será mais decisiva ainda (Juízo Final?), pois será travada entre os exércitos daqueles que ainda acreditam nos poderes místicos do homem e os exércitos daqueles que negam o futuro.

A abrangência e circulação de seus livros, tendo por base esse contexto, parece até mesmo inevitável. A incerteza histórica, somada à excitação do imaginário coletivo por causa do fim-do-milênio, trouxe a dúvida e o desamparo para muitas pessoas. O desgaste dos sistemas filosóficos e econômicos, a falência do discurso religioso¹⁴⁸, a desestruturação da unidade familiar, tudo isso faz com que os cidadãos caiam numa onda vertiginosa de impotência social. Ora, mexer com os medos e os anseios do público é uma estratégia típica da Grande Indústria Cultural. Paulo Coelho, pouco importa se conscientemente ou não, soube como jogar com isso. Em *Veronika Decide Morrer*, por exemplo, o narrador, de

¹⁴⁷ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 236. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

¹⁴⁸ A esse respeito, escreve a Prof^a Dra. Tânia Regina de Oliveira Ramos: “Ao enxergar uma crise global da razão acadêmica ‘prosaica, não poética’, que não estaria dando conta da crise do ser humano, o intelectual e especialista da história das religiões Leonardo Boff confirma que qualquer pessoa que toque esta corda sutil, a das busca da espiritualidade, está fadado ao sucesso. E ao ser perguntado sobre Paulo Coelho, questiona sua entrada como mago na grande guerra do mercado simbólico sem pedir licença àqueles que entendem de literatura e de religião (como ele, talvez...), mas reconhece que Paulo Coelho descobriu a linguagem que fala no profundo das pessoas e ajudou a identificar a necessidade de uma teologia narrativa.” *História(s) e(m) literatura: ter que ler para quer*. In: Cadernos Literários, volume 4, 1999.

forma bastante ingênua, apresenta os dois motivos que levaram a jovem à drástica opção do suicídio:

Tudo em sua vida era igual, e — uma vez passada a juventude — era a decadência, a velhice começando a deixar marcas irreversíveis, as doenças chegando, os amigos partindo (...) A *segunda* razão era mais filosófica: Veronika lia jornais, assistia TV, e estava a par do que se passava no mundo. Tudo estava errado, e ela não tinha como consertar aquela situação — o que lhe dava uma sensação de inutilidade total.¹⁴⁹

Toda incredulidade, porém, é temporária. Tanto que Veronika, fracassada na sua tentativa de suicídio, volta a encontrar o “verdadeiro” sentido da vida. Apenas pela transmissão dessa mensagem óbvia — “Só quando temos plena certeza de que vamos morrer é que nos sentimos cem por cento vivos.”¹⁵⁰ — Paulo Coelho ocupa a postura de um mestre espiritual. E assim, portanto, como um mestre espiritual, que os leitores vêem Paulo Coelho.

O mago sempre fez questão de divulgar a quantidade de cartas e e-mails que diariamente recebe de leitores que querem se tomar seus discípulos. Numa matéria da revista *Quem Acontece* é rapidamente contada a história do técnico de manutenção Ernesto Ariza, colombiano, 28 anos, que enfrentou três horas de fila para conseguir autógrafos nos doze livros que possuía do autor. Tara mim”, diz Ernesto, “mais que um escritor, ele é um exemplo de vida (grifo meu). Quero ser um discípulo dele.” Mas Paulo Coelho, segundo a mesma revista, é incisivo nesse assunto: “Tenho quatro discípulos e basta.”

Está aí o mestre, o NOVO MESTRE, um mestre soft, embora medievaresco, um mestre “necessário” nesse mundo de crise e incertezas, um mestre que emana sabedoria justamente porque renuncia à perigosa tarefa — tão comum no século XX — de ser dono da verdade. “Para mim”, diz a Anas, “o grande perigo na busca espiritual são os gurus, os mestres, o fundamentalismo, o que eu chamava de (...) globalização da espiritualidade.”¹⁵¹

¹⁴⁹ COELHO, Paulo. *Veronika decide morrer*, pág. 13. Rio de Janeiro. Objetiva, 1998.

¹⁵⁰ ARIAS, Juan. *Confissões de um peregrino – entrevista com Paulo Coelho*, pág. 64. Rio de Janeiro, Objetiva, 1999.

¹⁵¹ Idem, pág. 25.

Verdadeira jogada de... mestre! Nossa desconfiança, aqui, é bastante óbvia. Em dizendo não ser dono da verdade, ele astutamente se apropria dela.

Tudo em tomo do atual Paulo Coelho, seja por planejamento de marketing editorial, seja por acentuação (essa sim proposital) de certas passagens de sua vida, gira em tomo de um mito inquebrantável dentro do mundo cristão: o da salvação divina. Bem verdade que ele procura se autodesmistificar, mas esse processo, como veremos adiante, é apenas aparente, visto que ajambra, em torno de si e de sua história de vida, uma mistificação muito mais profunda e misteriosa.

“Minha lenda pessoal”

Paulo Coelho, um dos escritores mais vendidos do mundo, nasceu no bairro de Botafogo, no Ruo de Janeiro, sob o signo de Virgem, em 24 de agosto de 1947. Nasceu — fato de que sente orgulho — no mesmo dia, no mesmo mês e sob o mesmo signo, embora muitos anos depois, de seu ídolo literário, Jorge Luis Borges.¹⁵²

É assim que Juan Arias apresenta Paulo Coelho em Confissões de um Peregrino, seu livro-entrevista há pouco citado. Essas palavras iniciais de apresentação, objetivas na medida em que o texto jornalístico pode ser objetivo, parecem felizes porque agrupam, em poucas linhas, uma síntese do que representa a figura do magescritor. Nasceu em Botafogo, o bairro dos antigos cortiços, que pertence à paradisíaca porém violenta São Sebastião do Rio de Janeiro, elementos que o inserem num cenário vil, real e materialista. Veio ao mundo, todavia, sob o signo (observemos como essa palavra aparece duas vezes num espaço tão reduzido) de Virgem, e isso demonstra o aspecto místico de sua personalidade. É o trigo no meio do jogo, a ilha espiritual cercada de mundanismo por todos os lados. É, segundo o enunciado, um dos escritores mais vendidos do mundo, fato

¹⁵² Idem, pág. 13.

que o coloca no topo de uma pirâmide editorial baseada no comércio, mas ao mesmo tempo, e sente orgulho disso, ganhou a luz na mesma data (coincidência ou predestinação?) em que ganhara Jorge Luis Borges, um de seus principais ídolos, escritor que, a despeito de seu êxito mercadológico, foi devidamente canonizado pela tradição crítica internacional. E Afias continua: “Paulo Coelho é mais que um escritor, o que muitos de seus críticos literários não compreenderam. É um personagem multifacetado e emblemático neste fim de século.”¹⁵³ Fique claro que, nessa citação, grifamos, por conta própria, as expressões “personagem” e “fim de século”, pois representam a essência daquilo que buscaremos explicar nesse capítulo. Através da análise de alguns de seus romances e da entrevista concedida a Afias, veremos como se dá a construção de sua figura mítica e redimida.

A família de Paulo Coelho, de acordo com suas próprias palavras, era de classe média alta, pequeno-burguesa, católica, e seu pai, Pedro. Queima Coelho de Souza, engenheiro, um homem tradicionalista, muito conservador. Esse ambiente reacionário, ao que parece, fez-se terreno fértil para o florescimento de toda a rebeldia do filho primogênito. E as experiências incomuns já datam das primeiras horas de vida do maguescritor. Observemos o pequeno “conto” que Paulo Coelho narra a um de seus muitos entrevistadores:

E vou contar algo que você não vai acreditar e que nem eu mesmo nunca consegui explicar. Inclusive perguntei a alguns médicos para saber se isso pode acontecer e se aconteceu com outras crianças. E que lembro nitidamente, logo após ter nascido, de reconhecer a minha avó, que estava ali. Lembro que abri os olhos e disse para mim mesmo: “Esta é minha avó.” E eu era um recém-nascido.¹⁵⁴

¹⁵³ Idem, pág. 17.

¹⁵⁴ Idem, pág. 42.

A educação “absolutamente formal”, monitorada pelos jesuítas provocou no jovem Paulo Coelho “o horror à religião”¹⁵⁵, em especial ao catolicismo. Começa, então, a experimentar todas as outras religiões e seitas, sobretudo as de origem oriental: Hare Krishna, budismo, filosofia, ioga etc. Era natural, portanto, que, em algum momento dessa busca espiritual, cruzasse com os caminhos negros ou brancos da magia. Seus pais, diante disso e da vontade do filho em fazer teatro, já não o consideravam normal. Daí as três internações na Casa de Saú de Dr. Eiras, um hospital para doentes mentais. Quando saiu de lá pela terceira e última vez, Paulo “fizera duas promessas: a) jurou que iria escrever sobre o tema; b) jurou esperar que seus pais morressem antes de tocar publicamente no assunto — porque ele não queria feri-los, já que os dois tinham passado muitos anos de suas vidas culpando-se pelo que fizeram.”¹⁵⁶

A mãe de Paulo Coelho faleceu em 1993. Seu pai, no entanto, quando do lançamento de *Veronika Decide Morrer* (1998), continuava vivo. Apesar disso, o maguescritor, através da história de Veronika, encontra um subterfúgio para tocar no assunto sem quebrar sua segunda promessa. Ladinagem, claro, pois todo o Brasil e boa parte do mundo souberam que seu pai, por enquanto vivo, era um retrógrado que havia cometido o “desplante” de internar o filho — um gênio incompreendido, um monstro sagrado da literatura! — num manicômio!

“Que novidade contêm meus livros?”, confessa Paulo a um de seus entrevistadores. “Nenhuma. O que partilho com meus leitores? Minha vida, minha experiência.”¹⁵⁷ “Limito-me a contar em meus livros o que me aconteceu na vida.”¹⁵⁸ Tais afirmações, de fato, conferem. A vida e a literatura de Paulo Coelho, com efeito, são uma

¹⁵⁵ Idem, pág. 43.

¹⁵⁶ COELHO, Paulo. *Veronika decide morrer*, pág. 25. Rio de Janeiro, 1998.

¹⁵⁷ ARIAS, Juan. *Confissões* de um peregrino – entrevista com Paulo Coelho, pág. 34. Rio de Janeiro, Objetiva, 1999.

¹⁵⁸ Idem, pág. 35.

só e única coisa. É possível perceber isso através de Veronika e de TODOS os seus outros romances.

Depois da fase no manicômio, Coelho ingressa no movimento hippie e entra fundo no mundo das drogas e do sexo.

Cheguei até a pensar que talvez eu fosse homossexual, porque minha mãe achava que eu tinha problemas sexuais. E então pensei que, para tirar a dúvida, tinha que experimentar. Foi o que fiz. A primeira vez não gostei nada da experiência, talvez porque estivesse muito nervoso. Depois de um ano, ainda tinha dúvidas e resolvi experimentar de novo. Dessa vez, não estava nervoso mas também não gostei. E então pensei: a terceira é decisiva, vou tentar pela última vez e se eu não gostar é porque não sou homossexual. E de fato aquilo não me atraía. Eu tinha na época vinte e três anos.¹⁵⁹

Depois de viajar por toda a América Latina, seguindo os passos de Carlos Castañeda, de conhecer o México e os Estados Unidos, sempre à moda hippie, em grupo e sem dinheiro, retoma ao Brasil e passa a se dedicar à imprensa alternativa. Funda uma revista, a 2001, que sobrevive por apenas duas edições. Mas a vida da revista, mesmo efêmera, foi decisiva: através dela é que conheceu um produtor musical de mesma idade que se chamava Raul Seixas. Começam a trabalhar em dupla e compõem um total de sessenta e cinco letras de músicas, algumas de grande sucesso em todo o país. “Pela primeira vez”, diz Paulo, “fiquei rico do dia para a noite (...) Até o ponto de, em 1978, ter cinco apartamentos.”¹⁶⁰

Nessa época, entretanto, também ao lado de Raul e de outros, já havia ingressado no mundo da magia. E este é um ponto nevrálgico de sua biografia mítica, pois a tradição mágica na qual adentrara, segundo suas próprias palavras, era uma “tradição barra-pesada”, satânica, do mal. O fundador dessa seita, naturalmente secreta (engraçado a quantia de material disponível a respeito de algo tão sigiloso!), era ninguém menos que Aleister

¹⁵⁹ Idem, pág. 52. Uma brincadeira: Talvez Paulo Coelho, ao narrar essa história, tenha esquecido aquele velho ditado árabe que tantas vezes utilizou: “Tudo o que acontece uma vez, pode não voltar a acontecer de novo. Mas tudo o que acontece duas vezes, certamente acontecerá uma terceira, uma quarta, uma quinta...” Makub!!!

¹⁶⁰ Idem, pág. 54.

Crowley, que se dizia a Besta do Apocalipse. Sobre Crowley e suas idéias, assim se manifesta Paulo Coelho:

Com essa sociedade, cria um sistema social, político e ideológico que, como todo sistema do gênero, tem um livro central, como *O Capital* ou *O Evangelho*, que se chamava *O livro da lei* (iBorges! Borges! Borges!) e, segundo ele, tinha sido ditado para ele por um anjo no Cairo (...) Há nele uma declaração de princípios muito lúcida, como todo o trabalho de Crowley. Ele desenvolveu *todo* um sistema de poder que sintetizou desta forma: existem os fracos e os fortes e a lei da selva. Os fracos são os escravos, e os fortes, os poderosos e livres. Tudo isso expresso em uma escrita extremamente sólida, mágica, mística. Eu, fascinado e ao mesmo tempo irresponsável, comecei a praticar esses ensinamentos que logo trouxeram bons resultados¹⁶¹ (Parênteses meus).

Vale, antes de prosseguirmos, uma nota sobre Crowley. Na página a respeito dele, na Internet, encontramos o seguinte texto:

Personagem enigmático e criticado até a exaustão, não só em sua época, caracterizada pela inoperante moral vitoriana que lhe atribuiu o apelido de “o homem mais perverso do mundo”, mas também nos dias de hoje seu nome evoca, naqueles que acreditam conhecer o Homem e seu Sistema, um halo de malignidade e perversão que o coloca injustamente na posição de um Mago Negro ou, ainda mais absurdo, de um satanista. O que é costume esquecer ou dar pouco valor em suas biografias é que Aleister Crowley foi um homem comprometido com certo tipo de busca espiritual; na realidade, foi um Mago no mais amplo sentido da palavra.

Embora Paulo Coelho, num evidente acesso de vaidade, tenha criticado as estratégias de *marketing* da Besta, que não soube como conseguir dinheiro e discípulos bastantes para fundar, no século XIX, sua “Sociedade Alternativa”, Crowley acabou influenciando muita gente no mundo da música. Seu retrato, por exemplo, enxertado através de uma técnica subliminar, está na capa de *Sargent Pepper* 's. um dos mais famosos álbuns dos Beatles. Paulo e Raul, fascinados com o sucesso repentino de suas canções, resolvem que sua música deveria estar a serviço da Besta. Trabalham, portanto, para a divulgação do mal. Tal fato, além de freqüentemente citado em entrevistas, faz parte do livro *As Valkírias*:

¹⁶¹ Idem, pág. 108.

Não era uma música — era um mantra de ritual mágico, com as palavras da Besta do Apocalipse sendo lidas *atrás*, em tom baixo. Quem cantasse aquela música estaria invocando as forças das Trevas. E todos cantavam.¹⁶²

Mas a servidão ao mal e aos espíritos malignos, para que o mito possa se realizar, tem um preço. Um dos momentos mais estranhos e eletrizantes da biografia do maguescritor, que encerra, em si mesmo, grande mistério e suspense, e que é o ponto-de-virada para a sua conversão, a passagem do mal para o bem, o retorno, o eterno retorno para o caminho da luz, se dá, conforme registrado em entrevistas e especialmente em *As Valkírias*¹⁶³, no dia 25 de maio de 1974.

Acorda, num de seus apartamentos espaçosos, e encontra um bilhete da namorada, que saíra para fazer compras. Pensa no plano que vinha idealizando com o parceiro: “o dinheiro ganho com os direitos autorais estava sendo aplicado na compra de um terreno perto do Rio de Janeiro. Lá, sem que o governo militar soubesse”¹⁶⁴, fundariam a Sociedade Alternativa. Nesse instante, porém, começa a sentir uma sensação estranha. É como se algo queimasse em seu apartamento. Uma escuridão espessa, o manto negro do mal, começa a dominar o ambiente. Seria um efeito retardado do ácido? Difícil, ‘não tomava LSD há quase cinco anos.’¹⁶⁵

Sentou-se no sofá. Precisava se distrair, não devia pensar nela, senão o tempo demorava mais a passar. Tentou ler o jornal, mas a vertigem, a tontura, ia e voltava, cada vez com mais força. Alguma coisa o estava puxando para dentro de um buraco negro que parecia se formar no meio da sala. Começou a ouvir barulhos — risos, vozes, coisas quebrando. Nunca tinha acontecido aquilo — nunca! Sempre que tomava algo, sabia que estava drogado, que era uma alucinação, e passaria com o tempo. Mas aquilo — aquilo era terrivelmente real!¹⁶⁶

¹⁶² COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 123. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

¹⁶³ Tal incidente é minuciosamente narrado, em tom de autobiografia, em *As Valkírias*, da pág. 123 à 135.

¹⁶⁴ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 124. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

¹⁶⁵ Idem, pág. 125.

¹⁶⁶ Idem, pág. 126.

Argéles, uma amiga que fazia parte da seita, telefona-lhe para dizer, aos gritos, que está sentindo a mesma coisa. Paulo desliga o telefone sem saber o que fazer. Apenas luta para que a sensação não tome conta de sua consciência. Sua namorada chega, e ela também, confessa, está passando por enjôos e enxergando trevas por todos os lados. Como *n'O Corvo*, de Poe, Paulo sabia que algo “terrível podia acontecer — talvez entrasse ali, naquela escuridão, e nunca mais saísse”¹⁶⁷. Para distrair a mente e livrar-se daquilo, convoca a mulher a contar e recontar quantos discos e livros têm no apartamento. Depois correm para o banheiro e se colocam debaixo da água fria. Paulo busca a Bíblia — sim, ele tinha uma em casa, apenas para ler o Apocalipse, de São João — e começa a rezar, pedindo perdão e reconciliação com Deus.

“— Senhor, eu creio, ajudai minha incredulidade!”¹⁶⁸

E assim, aos poucos, as trevas vão embora. “Então ele colocou a mão na torneira e lentamente começou a fechá-la. Agora podiam morrer, Deus os havia perdoado.”¹⁶⁹

Dias depois desse incidente, justamente no período em que, com dificuldades evidentes, Paulo e sua mulher procuram desligar-se da seita, são seqüestrados por um grupo paramilitar de direita. Acusados de pertencerem à guerrilha urbana que se contrapunha ao regime, passam, além das humilhações de praxe, pelas torturas com choques elétricos. Queriam que falassem sobre a guerrilha na Bahia, mas Paulo, envolto com música e magia, naturalmente não sabia de nada. Sem dúvida, mais uma experiência fascinante. Tormentosa, mas fascinante. Juan Mias, em seu livro-entrevista, comenta o desfecho do episódio:

¹⁶⁷ Idem, pág. 128.

¹⁶⁸ Idem, pág. 133.

¹⁶⁹ Idem, pág. 135.

(Nesse momento da conversa, Coelho quis contar algo muito íntimo que ainda hoje o atormenta. Uma das vezes que o levaram encapuzado até a latrina, sua mulher estava em uma ao lado. Ela reconheceu sua voz 2 *perguntou*: “Se é o Paulo, por favor, fala comigo.” Ele ficou em pânico, reconheceu perfeitamente sua mulher, mas não teve coragem de responder. Soube então que ela também estava naquela prisão e que provavelmente estaria sendo torturada como ele. Mas não teve coragem de dizer nem uma palavra e voltou para sua cela. Coelho, com os olhos cheios d’água, comentou: “Foi o dia de maior covardia da minha vida, do qual vou me arrepender enquanto estiver vivo.” Aquela mulher, quando os dois saíram das sessões de tortura, pediu-lhe apenas um favor: que nunca mais voltasse a pronunciar seu nome. E foi o que Coelho fez. Cada vez que fala dela se refere à “minha mulher sem nome.”)¹⁷⁰

Escapando com vida — mas com o coração dilacerado! — do seqüestro e das torturas, resolve dar um basta em suas “maluquices” e levar uma vida normal, certinha”, trabalhando como executivo da Pollygram e de outras gravadoras, como roteirista na TV Globo e como correspondente de algumas revistas brasileiras na Inglaterra.

Em 79, com o histórico de três casamentos fracassados, une-se a Cristina Oiticica, artista plástica carioca, com quem vive até hoje. Todavia, mesmo casado, o espírito do maguescritor não se acalma. Toda sua trajetória, como já percebemos, é marcada pelo DEÂMBULO. Tem a sina do caçador, do filósofo errante. “Como foi, e como é difícil ser casada com você!”, diz a personagem Chris, em *As Valkírias*, talvez o livro mais pessoal de Paulo. “Você é como Vahalla, como as Vaikírias, que nunca estão sossegadas, sabem viver apenas a emoção forte da caçada, dos riscos, das noites escuras em busca da presa.”¹⁷¹ Tanto é verdadeira essa afirmação que, em 81, com o acúmulo de uma certa quantia em dinheiro, abandona tudo e empreende uma viagem de seis meses por todo o mundo.

Num antigo campo de concentração nazista, em Dachau, Alemanha, trava-se um novo e importante acontecimento em sua aventura existencial. Depois do arrependimento por ter servido às forças ocultas, depois de amargar um belo tempo no purgatório, temos

¹⁷⁰ ARIAS, Juan. *Confissões de um peregrino* – entrevista com Paulo Coelho, pág. 58-59. Rio de Janeiro, Objetiva, 1999.

¹⁷¹ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 203. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

enfim a redenção. Ao encontrar seu mestre — de forma tão fantástica quanto quase tudo que lhe tem ocorrido — Paulo finalmente, e de uma vez por todas, passa para a trilha da luz.

Enquanto revivia os horrores cometidos naquele campo durante a Segunda Grande Guerra, ouviu uma voz enigmática. Virou-se e, entre as minas, avistou a face de um homem que logo desapareceu. Voltou ao carro, contou o episódio à mulher, mas nada anormal voltou a acontecer.

Até que, dois meses depois, no bar de um hotel em Amsterdã, Paulo reencontra o sujeito do campo de concentração. A princípio sente medo, pois pensou que poderia estar sendo seguido por causa de suas experiências obscuras de 1974. A seguir, porém, tomado de súbita coragem e, claro, de uma fortíssima intuição, levanta-se e aproxima-se do estranho. Após o diálogo sutil, Paulo descobre que o homem se chama Jean (nos livros identificado apenas pela inicial J.), é francês e trabalha numa multinacional holandesa.

Aquela pessoa pertencia à ordem católica RAM (rigor, amor, misericórdia), que tem mais de quinhentos anos. Foi ele que me falou de toda a tradição, da base simbólica dentro de uma igreja. Ele tinha estado no Vaticano por muito tempo. E desde aquele dia comecei a me interessar por aquela antiga tradição católica, pela tradição da serpente. Até que um dia me levou até a Noruega e me deu este anel, que ainda uso, com a serpente de duas cabeças. Foi então que comecei a entender a linguagem simbólica, que não é o esoterismo, mas a simbologia cristã.¹⁷²

É sem dúvida o mestre, o guia, o orientador que Paulo, havia anos, e talvez até inconscientemente, tanto procurava. Retorna, depois de uma miríade de andanças e experiências, ao catolicismo rejeitado durante sua fase de estudante entre os jesuítas. De 82 a 85, então, praticamente desaparece do convívio com os amigos para se dedicar plenamente à auto-compreensão e ao estudo da magia.

No dia 2 de janeiro de 1986 — conforme narrado no prólogo de *O diário de um mago* —, “no alto de uma das montanhas da Serra do Mar, perto da *formação* conhecida

¹⁷² ARIAS, Juan. *Confissões de um peregrino – entrevista com Paulo Coelho*, pág. 133-134. Rio de Janeiro, Objetiva, 1999.

como Agulhas Negras”¹⁷³, quando prestes a ser ordenado mestre pela Ordem de RAM, o maguescritor se defronta com um novo obstáculo:

Estendi a mão para pegar minha nova espada, de aço que não se destrói e de madeira que a terra não consome, com seu punho preto e vermelho, e sua bainha preta. Porém, na hora que minhas mãos tocaram na bainha e que eu me preparava para trazê-la até mim, o Mestre deu um *passo* a frente e com toda a violência pisou nos meus dedos, fazendo com que eu gritasse de dor e largasse a espada.¹⁷⁴

O mestre, então, explica-lhe que sua ganância de poder levá-lo-ia à perdição. “Você devia ter recusado a espada, e se você tivesse feito isto ela lhe seria entregue, porque seu coração estava puro.”¹⁷⁵ E agora, como remediar a gafe? E aconselhado por Jean a seguir o Estranho Caminho de Santiago de Compostela, uma das três rotas sagradas do cristianismo medieval —experiência que narra, em todos os detalhes e peripécias (vários encontros com o demônio, inclusive) no livro *O diário de um mago*. Passados os sofrimentos da caminhada, e as grandes aprendizagens, finalmente — a trilha da magia não pode ser fácil — torna-se um Mago com M maiúsculo. Ou Herói com H maiúsculo. “Como representante de uma ordem sobrenatural ou aristocrática”, diz Sodré, “o herói freqüentemente entra em conflito com os delegados do poder temporal ou mesmo com príncipes e reis não ungidos pelas divindades míticas.”¹⁷⁶

No ano seguinte, disposto a “compartilhar suas experiências com o mundo”, começa a escrever e a publicar livros sobre os assuntos que fazem parte de sua vida. Sua postura narrativa é parecida com aquela descrita por Benjamin em *O Narrador*.

Um dito popular alemão afirma que “quem viaja tem muito a contar” e assim imagina um narrador vindo de longe. Mas não é com menos prazer que prestamos atenção a quem permaneceu no país, tratando de sobreviver e vindo a conhecer as suas histórias e tradições. Se esses dois grupos são tomados presentes

¹⁷³ COELHO, Paulo. *O diário de um mago*, pág. 13. Rio de Janeiro, Editora Eco, 1987.

¹⁷⁴ Idem, pág. 15.

¹⁷⁵ Idem, pág. 15.

¹⁷⁶ SODRÉ, Muniz. *Best Seller: a literatura de Mercado*, pág. 22. São Paulo, Ática, 1985.

por meio de seus representantes mais antigos, temos de pensar no *agricultor* sedentário e, por outro lado, no marinho empenhado em seu comércio. E, de fato, essas maneiras de vida produziram cada uma a sua ramificação própria de narradores.¹⁷⁷

Paulo Coelho, naturalmente, encaixa-se perfeitamente no segundo grupo designado por Benjamin, sem, no entanto, perder completamente os traços do sedentário contador de histórias capaz de se valer, também, dos provérbios e tradições do seu povo.

E é só nesse momento, depois de conquistada sua espada simbólica, quando o mago finalmente encontra a tão desejada harmonia consigo mesmo e com o universo, que o sucesso, o verdadeiro sucesso, acontece. Desceu aos infernos, portanto, e, depois da redenção, que lhe custou sangue e suor, alcançou a glória celeste!

Se observarmos, por exemplo, a foto de divulgação do livro *O Alquimista*, veiculada pela imprensa a partir de agosto de 1988, veremos a figura de um bruxo — roupa e cenário escuros, barba e cabelos longos, olhos sombreados — atrás de uma série de objetos místicos. Onde a máquina de escrever ou o editor de textos? Onde os óculos garrafais e o sorriso irônico de intelectual onisciente? Trata-se da imagem de um tipo diferente de contador de histórias, um estereótipo diferente, e tido como original por grande parte do público.

Do mesmo modo, se atentarmos para suas entrevistas de divulgação, constataremos que Paulo Coelho pouco fala de literatura, história ou problemas sociais, assuntos que ocupam noventa e nove por cento dos batepapos de outros autores. Ele fala basicamente da sua vida — perfeita novela que tem como fundo a redenção —, da magia que aprendeu durante a caminhada e (o melhor para nossos dias) da busca da felicidade. O mago, o mestre, o guia espiritual prevalecem. O escritor fica em segundo ou terceiro planos. Dai, certamente, o porquê de tantos não-leitores, anteriormente destruídos pelo

¹⁷⁷ BENJAMIN, Walter. *O narrador*. In: Os pensadores, pág. 64, Abril Cultural, 1975.

sistema escolar, voltarem a abrir um livro. Mas livro de que autor? De nenhum! Apenas do “bruxo” Paulo Coelho!

Aspectos textuais

Quando falamos da literatura de Paulo Coelho, estamos falando de narrativa de mercado, não necessariamente por causa de suas tiragens e venda faraônicas, mas porque a estrutura de seus textos encerra um grande número de características comuns a um tipo de literatura feita para o mercado, para entreter o consumidor, quase sempre construída *conjuntamente* com base em modelos pré-determinados ou consagrados. Desse modo, pressupõe-se¹⁷⁸ que o leitor desse tipo de livro não terá a mesma capacidade de interpretação e o mesmo potencial de co-autoria que poderia ser verificado num texto mais complexo e problematizador das realidades que nos circundam. Ao contrário, recebê-lo-á num grau bastante elevado de passividade, ficando assim à mercê dos processos doutrinários e ideológicos que, devido à fabulação maniqueísta, fatalmente ocupam a narrativa de massa. Muniz Sodré, comentando o tema, escreveu:

Não está em primeiro plano a questão da língua nem da reflexão sobre a técnica romanesca. O que importa mesmo são os conteúdos fabulativos (e, portanto, a intriga com sua estrutura clássica *de* princípio-tensão, clímax, desfecho e catarse), destinados a mobilizar a consciência do leitor, exasperando a sua sensibilidade. É o mercado, e não a escola, que preside às condições de produção do texto.¹⁷⁹

¹⁷⁸ Atenção no prefixo. Essa versão do leitor passivo é a de produtores culturais como Paulo Coelho. O processo de recepção, mote para um outro estudo, ertamente possui características bem diferentes. Diante da ação da Grande Indústria Cultural, como salientamos lá na frente, sempre haverá algum tipo de reação. Essa reação, mesmo que prevista pelo mercado, é fundamental, pois é a alavanca-chave para a cognição, a compreensão dos sistemas manipulativos.

¹⁷⁹ SODRÉ, Muniz. *Best Seller: a literatura de mercado*. São Paulo, Ática, 1985.

A narrativa de mercado, como vimos, divide-se em gêneros e subgêneros, como policial, ficção científica, terror, sentimental etc., cada qual com suas regras e lugares comuns cristalizados.

Os livros de Paulo Coelho, ao menos num primeiro lance de vista, afastam-se dos clichês comuns a esses sub-modelos da literatura de massa (a violência e o sexo como marcas de determinada escola do romance policial, por exemplo), fato que lhes confere uma atrativa, porém aparente, originalidade. Eles destacam outros recursos capazes de cativar o leitor: a emoção da fé em vez da objetividade analítica do detetive, a sagacidade de provérbios bem empregados em vez do revólver certo de algum mocinho vingador etc. No entanto, Flávio Kothe nos lembra que a literatura de mercado — narrativa trivial—, apesar de se disfarçar em “milhões de variantes em nível de estrutura de superfície”¹⁸⁰, sustenta, em sua estrutura de profundidade (componente ilegível para a maior parte do público) as mesmas características que adquiriu com seu nascimento, no século XVIII, sob a forma de folhetim. Como mostramos acima, com base nos quatro componentes estruturais levantados por Muniz Sodré, os textos de Paulo Coelho, pelo menos no que se refere a seus “sustentáculos subterrâneos”, pouco ou nada diferem de narrativas assinadas por Eugéne Sue, Dashiell Hammett ou Sidney Sheldon.

A partir de agora, tentando penetrar os aspectos textuais do caso Paulo Coelho, inicialmente recorreremos aos elementos estruturais sintetizados por Muniz Sodré. Com isso queremos provar que, apesar dos fatores temporais e da mística do autor, tudo isso simbolizando mentiras que se tomaram verdades graças a campanhas de *marketing* nunca antes cometidas no ramo editorial brasileiro, os livros do mague escritor contêm elementos consagrados por antigas narrativas de mercado. Se encontramos aspectos míticos e intenso pedagogismo no Alencar dos *Cinco Minutos* e na *Esfinge* de Tony Bellotto, o mesmo se

¹⁸⁰ KOTHE, Flávio. *A narrativa trivial*. Brasília, Unb, 1994.

dará, e talvez até com mais intensidade, em relatos como *O diário de um mago* e *As Valkírias*.

O mago doutrinador

Existe algo de muito íntimo entre literatura de mercado e Romantismo. O folhetim, primeiro formato literário que atingiu um público realmente significativo em quantidade, foi erigido conforme as fórmulas narrativas que caracterizaram uma determinada corrente dessa escola literária tão representativa do século XIX. Não se admira, portanto, que os textos de Paulo Coelho, altamente capazes de cativar a massa consumidora (classe média), também possam ser classificados como neo-românticos.

A emoção e a subjetividade de seus livros estão totalmente acima da razão. Em narrativas como *O Alquimista* e *O Monte Cinco*, por exemplo, há uma fuga declarada para o passado — seja ele bíblico ou medieval — estendida também a outros textos que, mesmo tematizando a contemporaneidade, apresentam um desvio da atual realidade para a busca de aspectos ancestrais e primitivos de nossa interioridade. (Notemos que essa fuga ao passado, em Paulo Coelho, não se dá no sentido de buscar raízes nacionais, como ocorreu, por exemplo, com o indianismo. A fuga, nos romances do maguescrtor, é no sentido evasivo mesmo, ou seja, escapar de uma realidade opressora, materialista, para um mundo de encantos e maravilhas que se encontra em algum lugar de nosso pretérito histórico). Além dos finais felizes, do tipo ‘pra cima’, que satisfazem o sentido de justiça presente no leitor, os personagens são pianos, estereotipados. Passam por grandes conflitos introspectivos, mas esses conflitos, como em boa parte da literatura romântica, quase sempre são tratados de forma superficial, pueril. A exaltação do “eu” (a começar pelo “eu”

do próprio autor) pode ser um reflexo do “salve-se quem puder” que tomou nossas vidas a partir da queda do bloco comunista e das políticas neo-liberais implantadas em diversos pontos do globo. Numa entrevista concedida ao jornalista Afonso Borges Filho (1991), Paulo Coelho explica que “a medida que me realizar individualmente, eu posso fazer um bem muito maior para a humanidade do que se eu pensar, em princípio, em termos coletivos”. A salvação do homem, portanto, conforme ensinamentos do “mestre”, pode ser alcançada a partir de cada coração (egocentrismo), nunca a partir do coração do mundo.

Mas o importante, nisso tudo, é a constatação de que, assim como o Romantismo serviu de suporte ideológico para as verdades e para os costumes burgueses do século XIX (casamento, virgindade, deificação do capital), os textos de Paulo Coelho também estão carregados de um conjunto de idéias muito semelhantes, principalmente no que diz respeito à hierarquia social e à produtividade semi-escrava do regime capitalista.

Lembrando Muniz Sodré, quando nos diz que “a função claramente normativa da literatura de massa é (...) ajustar a consciência do indivíduo ao mundo, (...) mas divertindo-o, como num jogo”, partimos a verificar o invólucro ficcional dos textos de Paulo Coelho, que disfarça a pregação ideológica embutida nas entrelinhas do texto, isto é, subliminarmente, além do limiar da consciência. Aparentemente, topamos com a divisão do mundo em escolhidos e não-escolhidos, em iluminados e não-iluminados, auratizando assim uma nova roupagem de aristocracia:

— Quero saber por que você perde seu tempo comigo. Por que deseja me ensinar.

— Porque assim manda a *Tradição* — respondeu Wicca. — Você se dividiu pouco nas sucessivas encarnações. Pertence ao mesmo tipo de gente que eu e meus amigos pertencemos.¹⁸¹

Do mesmo modo, o ato de considerar o trabalho um presente divino, portanto de trabalhar com alegria, de se conformar com a esteira de produção, de “amar os transtornos

¹⁸¹ COELHO, Paulo. *Brida*, pág. 98. Rio de Janeiro, Rocco, 1990.

operacionais do dia-a-dia, de se submeter ao despotismo do sistema, pressupõe que o empregado será obediente ao patrão, que nunca se rebelará por intermédio de uma greve ou mesmo da reivindicação de melhores salários e condições de trabalho:

Certa vez, conversando com uma mulher cujo ofício era fazer pão, percebera que também ela entendia que o trabalho manifestava a presença de Deus. E, pouco a pouco, foi se dando conta de que *muitas* pessoas — capazes de sorrir enquanto faziam suas tarefas diárias —tinham esta mesmo sensação.¹⁸²

A função pedagógica nos textos de Paulo Coelho fica evidente quando constatamos que cada romance, cada parágrafo, cada frase parece conter uma moral ou ensinamento. O narrador Paulo Coelho, como já foi visto, fala com a voz da experiência. Ele viajou muito, passou por situações contrastantes; faz questão de frisar, em entrevistas e nos próprios livros, que já esteve tanto no lado da luz como no da sombra — viveu altos e baixos. Nesse sentido, como constata Luiz Augusto Fischer, seu discurso se aproxima do discurso de um Fernando Gabeira ou de um Marcelo Rubens Paiva que, relatando vivências pessoais, conquistaram, com temas completamente diferentes, uma considerável aceitação do público. “Eles localizam a voz narrativa numa espécie de topo, que foi atingido a custo de empenho pessoal, de sangue.” Tal procedimento pode ser percebido em qualquer texto de Paulo Coelho, até mesmo nos que integraram as 10 coletâneas de minicontos organizadas em 99, em formato de bolso, pela *Revista Caras*. Como exemplo, selecionamos a seguinte passagem:

Chego a Madri às 8h da manhã (...) Resolvo caminhar sozinho por lugares de que gosto, e termino fumando um cigarro *num* banco do parque Retiro.

— Você parece que não está aqui — diz um velho, sentando-se ao meu lado.

— Estou aqui — respondo. Só que há treze anos, em 1986. Sentado neste mesmo banco com um amigo pintor, Anastasio Ranchal. Nós dois estamos olhando minha mulher, Christina, que bebeu além da conta, e está fingindo que dança flamenco.

— Aproveite — diz o velho. Mas não esqueça que a lembrança é como o sal: a quantidade certa dá tempero à comida, mas o exagero estraga o alimento. Quem vive muito no passado, acaba sem presente para recordar.

¹⁸² COELHO, Paulo. *O Monte Cinco*, pág. 115. Rio de Janeiro, Objetiva, 1996.

Também podemos observar, nas narrativas de Paulo Coelho, dois fatores que, de acordo com essa análise, fundamentam a “eficácia” — em termos de venda, claro! — de seu pedagogismo. O primeiro está no fato de que todo o tempo, numa técnica manipulativa bastante óbvia, é ratificada a máxima de que a magia é o caminho das pessoas comuns. Isso aproxima os leitores do mundo fabulativo, pois a maior parte deles, “comuníssimos”, despreparados, simples mortais, também poderão, um dia, trilhar os mirríficos caminhos descritos nos livros que tão sonhadoramente leram. Basta ter coragem — e esse já é o segundo fator. Através de seus personagens, o maguecristor explica, numa categoria muito trivial de consolo, que, quando queremos alguma coisa, todo o universo conspira a nosso favor. Ao mesmo tempo, no entanto, seus heróis sentem uma tremenda necessidade de agir *individualmente*, sem contar com a ajuda de mais ninguém (essa ajuda, todavia, logo aparecerá), para resolver seus problemas, para efetivar sua busca espiritual. Essa prática, como se sabe, vai ao encontro dos discursos neo-liberais que pululam na sociedade capitalista:

Todos os dias Deus nos dá — *junto com o sol* — um momento em que é possível mudar tudo que nos deixa infelizes. Todos os dias procuramos fingir que não percebemos este momento, que ele não existe, *que* hoje é igual a ontem e será igual a amanhã. Mas, quem presta atenção ao seu dia, descobre o instante mágico.¹⁸³

Em livros como *O Diário de um Mago* e *As Valkírias*, Paulo apresenta ao público grandes pedaços de sua biografia, retratando-se a si mesmo como o protótipo mítico (herói) de que falamos há pouco. No primeiro caso, descreve suas façanhas e seu aprendizado (que transfere ao leitor) pelo “Estranho Caminho de Santiago”, na Espanha. Chega mesmo a apresentar, entremeados ao enredo, onze exercícios rituais da Ordem de RAM. Importante

¹⁸³ COELHO, Paulo. *Na margem do Rio Piedra eu sentei e chorei*, pág. 25. Rio de Janeiro, Rocco, 1994.

ressaltar que esses exercícios não aparecem como parte da trama, mas separadamente, como num manual. Nesse caso, o pedagogismo é mesmo explícito. Vejamos um exemplo:

O EXERCÍCIO DA VELOCIDADE

Caminhe *durante* vinte minutos, na metade da velocidade que você costuma normalmente andar. Preste atenção a todos os detalhes, pessoas e paisagens que estão à sua volta. A hora mais indicada para este exercício ser realizado é após o almoço.

Repetir o exercício durante seis dias.¹⁸⁴

Outro exercício bastante simples e que pode ser praticado por todos os leitores é o de cravar a unha do dedo indicador no polegar. Esta prática, baseada no princípio de que “a dor sempre evita que as pessoas fiquem pensando besteiras”¹⁸⁵, aparece não só em *O diário de um mago*, mas também em *As Valkírias*, visto que o protagonista, Paulo, é o mesmo nos dois livros.

A novela *As Valkírias* é toda ela a transmissão de uma aprendizagem vivida pelo autor. Narra os eventos místicos ocorridos com ele e com sua esposa entre os dias 5 de setembro e 17 de outubro de 1988, no Deserto de Mojave. EUA. Através da CANALIZAÇÃO, um processo muito simples (como é toda a magia), é possível, para qualquer pessoa obstinada e espiritualmente em paz consigo mesma, comunicar-se com seu anjo da guarda! E é o que acontece, de fato, até o final da narrativa. Os personagens Paulo e Chris, após inúmeras peripécias e dificuldades — o próprio amor entre os dois é colocado à prova —, conseguem contato com seus guardiões divinos.

Paulo Coelho, como sempre, antes de escritor, é personagem. A presença do seu “eu”, nas narrativas, é constante e obsessiva. Mesmo num livro como *O Monte Cinco*, em que narra acontecimentos de quase três mil anos atrás, consegue responder presente através de uma ingênua nota do autor, onde conta mais um fato de sua vida e, sem muito propósito,

¹⁸⁴ COELHO, Paulo. *O diário de um Mago*, pág. 48. Rio de Janeiro, Editora Eco, 1987.

¹⁸⁵ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 212. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

compara o episódio à história que está por vir. E isso com aquela velha voz da experiência, esclarecendo, guiando, ensinando.

O mito revigorado

Como vimos no capítulo sobre a construção de sua mística pessoal, em seus livros Paulo Coelho não abandona a figura do herói, arquétipo mítico que encarna a coragem, a justiça, a persistência, a força e —principalmente no seu caso — a iluminação. De igual forma, não deixa de apresentar uma antítese maniqueísta desse herói, reconstruindo assim a dualidade bem/mal e optando, como solução evidente, pela vitória do primeiro. Tal concepção, uma constante em sua obra, aparece mais evidentemente na construção do enredo e dos personagens de livros como *O demônio* e *a Sra. Prym* e *O monte cinco*.

Vale ainda observar que, numa típica definição de dicionário, o herói é descrito como um “preferido dos deuses”.

O personagem Elias, de *O monte cinco* (1996), baseado numa figura bíblica, no caso um profeta, naturalmente aparece como um preferido pelos deuses, ou melhor, pelo Deus Único:

Elias começara a ter pressentimentos. Uma força maior o obrigava a alertar seus vizinhos contra possíveis perigos, ou ajudá-los *em* decisões arriscadas. Percebeu que era chegado o momento da mudança, mesmo que nenhum anjo tenha se aproximado para lembrá-lo disso. Largou a oficina e saiu pelas cidades de Israel, usando seu dom para ajudar os outros (...) Aos poucos, os anjos foram se aproximando, e lhe faziam companhia.¹⁸⁶

¹⁸⁶ COELHO, Paulo. *O Monte Cinco*. Rio de Janeiro, Objetiva, 1996.

No correr da narrativa, cria inimigos, entre eles o sacerdote, que não passa de um vilão estereotipado. E é justamente pela boca do vilão que o Leitor vislumbra a inabalável solidariedade do herói. Dentro de uma acepção conhecidíssima em nossa cultura, poderíamos dizer, pela leitura do trecho a seguir, que Elias tem o “corpo fechado”:

“Elias continua vivo”, disse o comandante para o sacerdote, dois meses depois.
“Não conseguiste assassiná-lo.”
“Não há, em toda Akbar, um só homem que queira cumprir esta missão. O israelita tem *consolado* os doentes, visitado os presos, alimentado os famintos. Quando alguém tem uma disputa a resolver com o vizinho, recorre a ele, e todos aceitam seus julgamentos — porque são justos.”¹⁸⁷

Ora, o maniqueísmo, que se expressa de forma inexorável nos mitos e nos fantasmas das mais diferentes culturas, é condição quase absoluta para o sucesso de uma narrativa de mercado, seja ela fílmica ou literária. Em *Dominação*, filme norte-americano de terror-suspense lançado no Brasil em fevereiro de 2001, o roteirista se viu na necessidade de, antes de tocar adiante a ação, restabelecer a existência e as diferenças entre o bem e o mal. O relativismo a respeito dessas duas forças que supostamente equilibram o funcionamento do Universo deixaria a trama da fita sem muito sentido.

A *Viagem* é outro aspecto mítico que deve ser levado em conta. No livro *O diário de um mago*. já preparado para se atirar, de corpo e alma, à trilha do Estranho Caminho de Santiago de Compostela, o personagem-narrador Paulo Coelho assim expõe a inquietação de seu espírito:

Pensava apenas que dentro de dois dias eu ia reviver em pleno século XX um pouco da grande aventura humana que *trouxe* Ulisses de Tróia, andou com Quixote pela Mancha, levou Dante e Orfeu aos infernos e Cristóvão Colombo até as Américas: a aventura de viajar em direção ao Desconhecido.¹⁸⁸

Contando que a Viagem representa uma metáfora adequada (velha, mas que nunca sai de moda) para a vida — Travessia!! —, toda viagem, por certo, é capaz de despertar,

¹⁸⁷ Idem.

¹⁸⁸ COELHO, Paulo. *O diário de um mago*, pág. 24. Rio de Janeiro, Editora Eco, 1987.

em nós, algum sentimento ancestral. Todo livro do maguescritor — e não só no sentido metafórico — tematiza essa viagem rumo ao desconhecido que tanto povoa os clássicos e o nosso imaginário. *O diário de um mago*, exemplo citado, descreve a trajetória pormenorizada de Paulo pelo caminho medieval de São Tiago. *O Alquimista* é aquele pastor que, não obstante sua pobreza material, atira-se numa caminhada em busca de seu tesouro, sua lenda pessoal. *Brida* nada mais é que a viagem de uma jovem, pelos arredores de Dublin, à procura de seu lugar na Tradição. *As Valkírias* falam de um Paulo aventureiro que não hesita cruzar o Mojave para (tentar) conversar com seu anjo da guarda. *Na margem do Rio Piedra eu sentei e chorei*, onde novamente retomamos à Península Ibérica e aos Pirineus *d'O diário*, Pilar viaja para descobrir o amor. A viagem, há de se repetir, seja denotativa ou conotativa, é uma constante nos enredos do maguescritor. O tema central de livros como *O monte cinco*, *Veronika decide morrer* e *O demônio e a Sra. Prym* poderia ser sintetizado como a ousadia de viajar. Viajar para o conhecimento. Ou melhor: para o auto-conhecimento.

Um terceiro exemplo pode ser encontrado na freqüente utilização narrativa de *símbolos* míticos. Quando André Jolles comenta a questão, cita o capítulo 28 do Gênese, aquele no qual Jacó recebe “a revelação do futuro de seu povo.” Ao acordar, no dia seguinte, Jacó apanha a pedra sobre a qual repousa a cabeça, lava-a e besunta-a com óleo. Essa pedra, segundo Jolles, “é um objeto a que foi delegado o poder do mito, que detém esse poder e de onde o Mito surgiu, subitamente, como evento efetivo.”¹⁸⁹

É notável a apropriação que Paulo Coelho faz de símbolos míticos pertencentes à tradição judaico-cristã e a outras tradições: a peregrinação pelos desertos exteriores, que se confundem com os largos espaços vazios de nosso interior; os quarenta dias e as quarenta noites no Mojave; as freqüentes contemplações e incursões em castelos de pedra e em

¹⁸⁹ JOLLES, André. *Formas Simples*. São Paulo, Cultrix, sem data.

castelos da alma... Nenhum desses símbolos, todavia, contêm tanto poder de representação como a espada que aparece n' *O diário de um mago*. Encarada pelo próprio personagem-narrador como símbolo, mas um símbolo que sem dúvida deve ser levado a sério, representa toda a peregrinação espiritual do mago. Resguardada pela esposa, então perto e longe ao mesmo tempo, a espada, mesmo já pertencendo a Paulo, só poderá ser tocada por ele quando a busca estiver completa. O objeto acaba perdendo sua aura sanguínea e recuperando o valor místico ligado à nobreza e ao cavaleirismo (com 1).

É, portanto, o mito revigorado.

A narrativa que não se complica

Já ressaltamos, acima, que a valorização de sentenças e de frases feitas, o uso constante de clichês e boa carga descritiva são como marcas registradas da narrativa de mercado. No caso Paulo Coelho (ao menos numa primeira avaliação, sobretudo se ela estiver motivada por certos preconceitos que o sucesso mercadológico, seja lá por que motivo, incita no analista) a tentação é logo sentenciar que o estilo empregado em seus romances é descabido, simplório e inadequado, e não só em face da tradição literária nacional, mas do próprio mercado livreiro: períodos curtos e quase sem nenhuma ousadia sintática, vocabulário trivial, excesso de locuções verbais desnecessárias (como numa redação ginasiana: “irei contar” em vez de “contarei”), pouco aproveitamento imaginativo no jogo forma/conteúdo ao apresentar personagens, cenas e ambientes. Somemos a esses tópicos os constantes desvios da língua padrão — isso, claro seja, levando em conta que o autor optou expressar-se no português formal — e estará completo o quadro do desastre. Vejamos, por exemplo, alguns deslizes presentes em *O diário de um mago*:

A cidadezinha onde cheguei de carro...¹⁹⁰

as palavras que precisavam serem ditas a você.¹⁹¹

A Primeira Prática de RAM é renascer de novo.¹⁹²
...generosos conosco mesmos.¹⁹³

Fazem cinquenta anos...¹⁹⁴

A estrutura dialógica, igualmente, é obsessiva em seus livros. O diálogo — recurso utilizado por dez entre dez autores de *best sellers* —, além de “arejar” o *layout* da página impressa, tomando a leitura mais leve, oferece ainda uma audiovisualização da cena (vemos e ouvimos as personagens) sem precedentes, visto que, em sua natureza mesma, como podemos perceber em Saramago, ele é vida e movimento narrativos. Faltaria, entretanto, por parte do maguescritor, maior “malícia” e inventividade para extrair o máximo desse e de outros recursos. Tal não se deu, não se dá, dificilmente se dará, porque em seus livros não se encontra a mais vã tentativa de testar as possibilidades do idioma. Tal preocupação é deixada outros autores, interessados em modelar a teia narrativa e suas figuras por meio de inovações metalingüísticas, neologismos, construções sintáticas inesperadas, metáforas desconcertantes ou ambigüidade arguta no desfecho dos períodos. Esses intentos, e isso não é de conhecimento apenas da Grande Indústria Cultural, depõem contra a vendagem de livros fora dos circuitos cultos (desconfio que dentro também!), pois confundem os não-iniciados.

A atitude estilística de Paulo Coelho, de uma pobreza reconhecida e inequívoca, faz, numa espécie de balança compensatória, com que o texto se tome entendível e fruível ao comum dos leitores. Não se está querendo, aqui, confundir o escrever simples com o escrever simplório. De nossa leitura extraímos o seguinte: em termos de estilo, se inserido

¹⁹⁰ COELHO, Paulo. *O diário de um mago*, pág. 23. Rio de Janeiro, Editora Eco, 1987.

¹⁹¹ Idem, pág. 33.

¹⁹² Idem, pág. 35.

¹⁹³ Idem, pág. 65.

¹⁹⁴ Idem, pág. 84.

na evolução literária da Língua Portuguesa, Paulo Coelho não é apenas simplório. E simploríssimo! Essa verificação, no entanto, de importância muitas vezes relegada a planos secundários, carece de maior aprofundamento, em especial se posta à sombra desse tópico retórico não à-toa lembrado por Sodré.

Por exemplo: N' *O diário de um mago*, no capítulo intitulado *A chegada*, a saber na subdivisão capitular que compreende as páginas 19 e 20, Paulo Coelho usa, e com precisão, um recurso narrativo sofisticado:

O guarda da Aduana olhou longamente a espada que minha mulher trazia, perguntando o que pretendíamos fazer com aquilo.¹⁹⁵

Nessa passagem, o maguescritor apresenta, por intermédio do período inicial do capítulo, uma situação que já está complicada ou em fase de complicação. Isso, naturalmente, tem o objetivo de fazer o leitor indagar-se sobre o acontecimento, forçando-se, talvez sem saber, a prosseguir na leitura para responder as perguntas que, umas sobre as outras, vão-se formando em sua cabeça. Que espada é essa? Por que a mulher dele — e não ele — trazia a espada? O guarda permitirá a passagem dos dois? Ou será que vai apreender o objeto?

Esse lascivo recurso de mostrar e esconder, antecipar e retardar, aqui inserido como um pequenino exemplo de tantos outros, é muito comum, como se sabe, em autores como Ken Follett, Sidney Sheldon e Mano Puzo, que de um jeito ou de outro seguem os trâmites e os modelos do mercado editorial internacional. Vejamos, a esse respeito, a recomendação de Albert Zuckerman, “parteiro” de uns quantos *Best Sellers* ingleses e norte-americanos, agente declarado, como vimos atrás, da Grande Indústria Cultural:

Um método é começar com um súbito choque. De uma forma quase inesperada, acontece alguma coisa que *afeta* profundamente um ou mais de seus personagens. A questão passa a ser: como essa coisa terrível aconteceu, como pôde acontecer?¹⁹⁶

¹⁹⁵ COELHO, Paulo. *O diário de um mago*, pág. 19. Rio de Janeiro, Editora Eco, 1987.

¹⁹⁶ ZUCKERMAN, Albert. *Como escrever um romance de sucesso*, pág. 152. São Paulo, Mandarin, 1996.

Obviamente, não queremos sugerir que Paulo Coelho tenha seguido, à risca e planejadamente, as dicas de Zuckerman ou similares. Mesmo assim, de um jeito ou de outro, o magescnitor se insere na tradição da narrativa de mercado através das próprias técnicas narrativas. E essa inserção, ao que parece, é consciente. Queiramos ou não, ele usa técnica sim. São truques bastante velhos nesse tipo de livro, mas que ainda, revestidos ou não, apresentam resultados satisfatórios em termos de entretenimento. A própria simplicidade (ou simploriedade, se quisermos ser mais severos) do texto é uma técnica poderosa, de certo modo até imprescindível, no livro de massa.

Outro fator que chama atenção nesse tópico, e que é mais bibliográfico do que literário, está relacionado ao fato de que, na época da parceria com Raul Seixas, ambos, segundo declarações próprias,¹⁹⁷ utilizaram técnicas subliminares avançadas em composições musicais.

A comunicação subliminar, citada com preocupação em trabalhos de Moles e McLuhan,¹⁹⁸ e largamente aproveitada por veículos da Grande Indústria Cultural (dos quadrinhos ao cinema, com luxuosa passagem pela publicidade), é aquele tipo de comunicação que estabelece ligações com canais receptores que estão além da consciência. O objetivo desse tipo de mensagem, que trabalha sobremaneira com experiências arquetípicas como a procriação (sexo) e o medo da morte, é proporcionar estímulos inconscientes que possam levar o incauto a consumir determinado produto ou a absorver mais passivamente alguma doutrinação ideológica.

Para Sigmund Freud, por exemplo, lábios carnudos corresponderiam à vagina, e certas “perversões” sexuais, como a feleção, estariam *perfeitamente* presentes em certas propagandas de batom e refrigerantes. Assim também as embalagens de

¹⁹⁷ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 123. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

¹⁹⁸ Tanto Marshall McLuhan quanto Abraham Moles demonstram preocupações com o poder das mensagens ditas subliminares nos ensaios inscritos no livro *Teoria da Cultura de Massa*, organizado por Luiz da Costa Lima.

xampu e outros objetos cilíndricos, apresentados junto ao corpo da mulher, estão associados à imagem do pênis.¹⁹⁹

Porém, o mesmo autor, Ciro Marcondes Filho, depois de estabelecer relações das teorias freudianas com a publicidade através de anúncios que visam a atingir nosso inconsciente, contesta a eficiência das mensagens subliminares propriamente ditas (como as que Paulo Coelho afirma ter usado), chamando-as de mito, pois, em muitos casos, à exceção evidente do *merchandising*, considerado subliminar por certos autores, são tecnicamente impossíveis de serem aplicadas.²⁰⁰

Ora, provar se essas chamadas mensagens subliminares funcionam não está nos planos desse trabalho. Para tal, seríamos obrigados a elaborar um outro estudo, detalhado e demorado. O que importa é o seguinte: se Paulo Coelho afirma, tanto em entrevistas como em suas próprias criações romanescas, e afirma com pompa e deslavada vaidade, que planejou e montou esse tipo de mensagem para penetrar o inconsciente do público pelo canal auditivo, ele revela — *confessa* é a palavra! — o fascínio que a MANIPULAÇÃO DA MASSA, de há muito, exerce sobre sua personalidade. Contado isso, o magescritor, na visão de Adorno e Horkheimer, pode ser encarado como um soldado bem municado da Grande Indústria Cultural, que, nesse caso sim, ao menos em seus intentos, é autoritária e tirânica.

A “simploriedade” (agora entre aspas) de seu texto, portanto, não deve ser analisada com descaso, mas com cuidado e desconfiança, visto que, paradoxalmente, esse item pode representar o abismo que separa o sucesso e o fracasso de um texto comercial.

Voltando às questões narrativas em si, há um elemento crucial que ainda precisa ser analisado: o manejo do ponto de vista. Componente invisível no enredo, mas de valor significativo para um livro de mercado, jamais será percebido pelo leitor comum, embora

¹⁹⁹ FILHO, Ciro Marcondes. *Televisão, a vida pelo vídeo*, pág. 34. São Paulo, Moderna, 1995.

²⁰⁰ Idem, pág. 81.

represente a facilitação de sua leitura, a simpatia pela trama e o prazer de suas horas solitárias de entretenimento. Vamos observar o que Zuckerman, cujos conselhos — vale repetir — são entendidos nesse estudo como sintomas do mercado de *best sellers*, diz a respeito do “controle” do ponto de vista ao comentar romances de Ken Follett e John Grisham. Meia dúzia de pontos de vista, segundo ele, seria o máximo para uma narrativa de mercado exitosa:

Dois dos primeiros romances de Follett ainda em catálogo, O escândalo Modigliani e Alta finança, são livros *agradáveis*, escritos num estilo evocativo, **mas contam uma dúzia ou mais de pontos de vista de personagens** a maioria dos quais aparece num capítulo e desaparece no seguinte. O leitor conhece e desenvolve seu interesse por um personagem, espera passar mais tempo com ele, mas em vez disso apenas depara com novas pessoas. Entre o primeiro livro de John Grisham, Tempo de matar, e seu grande sucesso, A firma, pode-se observar um desenvolvimento similar²⁰¹ (Grifo meu).

Vamos ver, agora, como Paulo Coelho manipulou o ponto de vista em seus diversos livros.

O diário de um mago: apenas um ponto de vista, o do próprio personagem Paulo Coelho. A narrativa em primeira pessoa, como é o caso, praticamente o obriga a tal procedimento.

O alquimista: apenas um ponto de vista, o do pastor Santiago, apesar de a narrativa estar composta em terceira pessoa.

Brida: dois pontos de vista, o de Brida e o de seu mestre de magia.

As Valkírias: dois pontos de vista, o de Paulo e o de Chris. O protagonista desse livro é o mesmo de O diário de um mago. Interessante, todavia, é que aqui a narrativa se dá em terceira pessoa.

Na margem do Rio Piedra eu sentei e chorei: ponto de vista único de Pilar, facilitado pela narrativa em primeira pessoa.

²⁰¹ ZUCKERMAN, Albert. *Como escrever um romance de sucesso*, pág. 37. São Paulo, Mandarim, 1996.

O monte cinco: dois pontos de vista. O de Elias, o herói, e o de seus antagonistas, os vilões.

O demônio e a Srta. Prvm: três — o de Chantal, protagonista, o do demônio, e o da Velha Berta.

Nessa questão, vale a pena abrir um particular para *Veronika decide morrer*, onde algo diferente acontece. Nesse romance, Paulo Coelho se vale, num desenvolvimento explicitamente uniforme, de cinco pontos de vista diferentes: o da própria Veronika, jovem desiludida que, fracassada em sua tentativa de suicídio, acaba internada num asilo para loucos; o do Dr. Igor, médico responsável pelo manicômio; o de Zedka, interna que, mesmo “curada”, não faz questão de voltar para o mundo externo; o de Mari, advogada bem sucedida que, de repente, se vê num beco sem saída, o da falta de sentido na existência, e resolve se internar; e finalmente o de Eduard, jovem que sonhava com a carreira artística mas que foi podado pelo conservadorismo de seus pais e da sociedade em que vivia. Há de se notar que os cinco personagens, a exemplo do que é feito nas telenovelas, são bem diferentes em se tratando de faixa etária e condição sexual, o que possibilitaria riqueza em termos de variedade nos pontos de vista e abriria um campo de interesse maior por parte dos leitores fatalmente heterogêneos.

Através da manipulação dessa técnica, Paulo Coelho consegue dois resultados interessantes: 1) compor cinco retratos singulares, cinco histórias de vida, todas marcadas pelo trágico e pela loucura (cujo sentido é questionado no livro), que se cruzam num cenário comum; 2) impor maior movimentação no enredo, trabalhando com um número de ângulos realmente adequado para a narrativa de mercado, e impedindo que o tédio presente em suas outras obras se instale também aqui.

Curiosamente, cinco parece ser, na visão de Zuckeman, um número bastante próximo do adequado para que um romance tenha êxito junto ao público:

O manejo disciplinado do ponto de vista em *O homem de São Petersburgo* também tem o efeito de expandir uma história para o *que* quase parece ser quatro histórias individuais que se cruzam de forma dramática em pontos fundamentais²⁰² (Grifo meu).

Diante das constatações levantadas nesse capítulo, há de se concluir que sua simplicidade estilística, dentro de um *ethos* mercadológico, possui sentido e técnica narrativos. Não pretendo sugerir que Paulo Coelho tenha consultado algum manual do tipo “como escrever um romance de sucesso”. Isso, de fato, se aconteceu, tem pouca importância. Agora, que sua técnica narrativa aproxima-se sobremaneira daquilo que o mercado editorial aceita por bom, é o que estamos tentando mostrar aqui.

Livros com cara de jornal

Histórias verídicas sempre exerceram um enorme fascínio sobre o público. Prova recente disso é o filme *A Bruxa de Blair (The Blair Witch Project, 1999)*, um suspense em estilo documentário que mexeu com a imaginação de milhões de espectadores porque o enredo e parte de suas imagens, conforme divulgação na Internet, são reais. O fato de alguns livros de Paulo Coelho serem autobiográficos, portanto baseados em episódios “verídicos”, aproxima a sua técnica, salvo as devidas proporções, do romance-reportagem de um José Louzeiro, por exemplo, valorizando uma tendência que, em menor ou maior grau, sempre existiu dentro da narrativa de mercado.

Muitos dos personagens de Paulo Coelho, além de aparecerem como reais em seus livros, são citados também como reais nas inúmeras entrevistas de divulgação veiculadas na imprensa nacional e internacional. É o que acontece, por exemplo, cada vez que o autor se refere a Brida O’Fern ou a J., seu mestre, “um francês que trabalha como

²⁰² Idem, pág. 136.

executivo de unia multinacional holandesa”. Mais do que isso, há o cuidado jornalístico de comprovar a legitimidade de certas passagens das narrativas. É o que acontece em *As Valkírias*. Nesse volume, em sua costureira nota do autor, Paulo Coelho comenta:

Os eventos narrados neste livro se passaram entre os dias 5 de setembro e 17 de outubro de 1988. A ordem de alguns trechos está trocada, e em duas ocasiões utilizei a ficção, apenas para que o leitor pudesse compreender melhor os *assuntos* tratados — mas todos os fatos essenciais são verdadeiros. A carta citada no epílogo do livro está registrada no Cartório de Títulos e Documentos do Rio de Janeiro, sob o número de 478038.²⁰³

Além disso, Paulo Coelho pode ser considerado o mais famoso jornalista dos assuntos esotéricos. Assim como Tom Clancy e Michael Crichton, que a cada livro apresentam ao mundo as últimas maravilhas da ciência e da tecnologia, o mago brasileiro revela, de dois em dois anos, “novos” segredos da magia e do ocultismo. Mas o melhor de tudo é que ele faz questão, a exemplo de alguns tipos de reportagem, de desmistificar o mundo da bruxaria. Assim, Brida O’Fern, em vez de aparecer junto a um caldeirão ou voando em alguma vassoura, é apresentada usando camiseta e calça jeans desbotada. J., o mestre incógnito, simultaneamente ao ofício de mago, é um executivo que não dispensa prazeres mundanos como o sexo e o álcool.

Essa desmistificação, porém, é aparente. Numa espécie de círculo vicioso, proporciona uma nova mistificação, revigorada, pois faz com que muitos leitores, confundidos pela cotidianidade dos protagonistas, acabem acreditando que os eventos mágicos tão comuns nos livros de Paulo Coelho sejam de fato verdadeiros.

Quando afirmamos, na introdução deste trabalho, que o maguescritor em seus últimos escritos abandonara os temas esotéricos e autobiográficos para tentar fazer ficção pura, evidentemente estávamos nos referindo ao lado epidérmico da obra, à aparência, àquilo que, supomos, os leitores comuns conseguem perceber numa narrativa. Em *Veronika decide morrer*, certamente com o fim de pontuar o texto com a verossimilhança

²⁰³ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 12. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

necessário a todo e qualquer tipo de jornalismo, o autor aparece, narrando-se a si mesmo em terceira pessoa (técnica já utilizada em *As Valkírias*), num pequeno capítulo de quatro páginas.

Mais tarde, quando decidiu escrever um livro sobre o assunto, (Paulo Coelho) pensou em mudar o nome da Veronika, sua amiga - para não confundir o leitor. Pensou em chamá-la de Blaska, ou *Edvma*, ou Marietzja, ou qualquer outro nome esloveno, e terminou resolvendo que manteria os nomes reais (...) De qualquer forma, tanto ele (Paulo) como Veronika, a amiga, iam entrar na história em apenas um pequeno trecho — este aqui.²⁰⁴

Esse toque sutil, que em nada influencia o resto da narrativa, foi decisivo para a efetivação de duas — chamemos assim — jogadas” ficcionais. A primeira está relacionada à própria divulgação do livro. Nesse pequeno capítulo, além de informar o leitor sobre como tomou conhecimento da história de Veronika, cita, muito de passagem, suas três estadas na Casa de Saúde Dr. Eiras, do Rio de Janeiro. Ora, a campanha publicitária desse romance, como se sabe, foi montada, mais uma vez, sobre um fato autobiográfico do autor. Se o livro tematiza a loucura, isso tem pouca importância. Importa sim é que o maguescritor, que NÃO É LOUCO, MAS “GÊNIO INCOMPREENSÍVEL”, já esteve internado num hospício. Isso parece provar que a ficção de Paulo Coelho extrapola os limites do livro. O que ele escreve e o que ele é, ao menos aos olhos do público, é uma só e única coisa.

A segunda “jogada” também diz respeito à transmissão do real jornalístico. Para o leitor, a história de Veronika, assim como todas as outras, não é simplesmente ficção, mas ficção real, caso contrário, de acordo com as idéias de Zuckerman e Sodré, os livros não teriam tamanho impacto. Agora, não se confunda aqui essa transmissão do real com os componentes de verossimilhança existentes nos contos fantásticos e maravilhosos. O narrador de *A Vaca*, por exemplo, criado por Moacyr Scliar, embora se utilize de uma linguagem direta, despojada e “desespantada”, não pretende que o leitor realmente acredite

²⁰⁴ COELHO, Paulo. *Veronika decide morrer*. Pág. 23. Rio de Janeiro, Objetiva, 1998.

na história do marinheiro que vai consumindo um animal aos poucos, primeiro lhe tirando uma perna, depois um rim, depois um olho etc., sem que esse animal morra. A atitude narrativa do maguescritor é outra, pois acompanha sua mística pessoal e suas declarações à imprensa. Quando escreve que viu o Mal personificado em sua frente, ou que seu mestre, Jean, fez as nuvens se abrirem e a chuva cair, segue até as últimas conseqüências para provar que tal de fato aconteceu.

Além disso, por ou sem querer, Paulo Coelho participa do processo pós-moderno que dessacraliza o livro. Se, por um lado, sua imagem, paradoxalmente ao inverso do que ele finge pregar, fica cada vez mais misteriosa e “auratizada”, desde há muito seus livros foram mundanos, foram mercadoria, papel vendável, pois receberam o tratamento imediatista, a começar pelo estilo, dado à revista e ao jornal. O pastiche, portanto, tem carta branca para deitar e rolar em suas narrativas, e isso sem o menor recato. Há, contudo, o cuidado de desfazer a má impressão que se tem dos plagiadores através das referências constantes nos infalíveis prefácios de seus livros. Tânia Ramos, em artigo sobre o fenômeno, chega a usar a expressão *alquimia textual*. “Nos prefácios ou nos prólogos, Paulo Coelho costuma fornecer pistas, indicativos de leitura ou ainda citar autores clássicos.” E completa, informando que, num dos livros, podemos encontrar referências a Hemingway, Blake, Borges e Malba Tahan. “É notável que essas citações pretendem referendar o lugar do leitor ‘culto’ Paulo Coelho, conhecedor de escritores fascinados pela cultura persa, pelas histórias de *As mil e uma noites*, pela vida de aventuras, coragem, persistência e ousadia nas viagens a terras distantes.”²⁰⁵ Mas as citações não param por aí. Continuam, quase sempre inominadas, portanto desautorizadas, no corpo mesmo dos textos. Vejamos:

Kafka (Diante da lei):

²⁰⁵ RAMOS, Tânia Regina de Oliveira. *Histórias(s) e(m) literatura: ter que ler para crer*. In: Cadernos Literários, volume 4, 1999.

A porta tinha estado aberta pra mim, e eu não tinha ousado sequer pegar na maçaneta.²⁰⁶

Poe (O Corvo):

Algo terrível podia acontecer — talvez entrasse ali, naquela escuridão, e nunca mais saísse.²⁰⁷

Descartes (*O discurso do método*):

— *Por que você nunca comentou isto comigo? perguntou ela.*

— *Porque você já sabia.*

*Sim, ela sabia. Mas só agora havia lembrado*²⁰⁸.

A apropriação mais famosa, no entanto, vem de Jorge Luís Borges. O livro *O Alquimista* é todo baseado nela. Embora o conto do escritor argentino seja relativamente longo para uma citação acadêmica, vale transcrevê-lo aqui devido ao fato de que servirá como síntese, e boa síntese, do livro mais traduzido e vendido do maguescritor:

História dos dois que sonharam

O historiador árabe El Ixaqui conta este fato:

“Dizem os homens dignos de fé (mas só Alá é onisciente, poderoso, misericordioso e não dorme) que houve no Cairo um homem muito rico, mas tão magnânimo e liberal que perdeu todas as riquezas, menos a casa de seu pai, e se viu forçado a trabalhar para ter o que comer. Trabalhou tanto que o sono, certa noite, o venceu debaixo duma figueira de seu jardim, e no sonho viu um homem gordo que tirou da boca uma moeda de ouro e lhe disse: ‘Tua fortuna está na Pérsia, em Isfajan; vai buscá-la.’ Na madrugada seguinte ele acordou e empreendeu a longa viagem e enfrentou os perigos do deserto, dos navios, dos piratas, dos idólatras, dos rios, das feras e dos homens. Chegou por fim a Isfajan, mas no centro dessa cidade foi surpreendido pela noite e se estendeu para dormir no pátio duma mesquita. Junto da mesquita, havia unia casa e, por vontade de Deus

²⁰⁶ COELHO, Paulo. *O diário de um mago*. pág. 26. Rio de Janeiro, Editora Eco, 1987.

²⁰⁷ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 128. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

²⁰⁸ Idem, pág. 48.

Onipotente, um bando de ladrões atravessou a mesquita e se meteu na casa, e as pessoas que dormiam despertaram com o barulho dos ladrões e pediram socorro. Os vizinhos também gritaram, até que o capitão da guarda-noturna daquele distrito acudiu com seus homens e os bandoleiros fugiram pelo terraço. O capitão mandou investigar a mesquita e nela deram com o homem do Cairo e lhe aplicaram tantos golpes com varas de bambu que ele andou perto da morte. Dois dias depois recobrou os sentidos na prisão. O capitão mandou buscá-lo e lhe disse: ‘Quem és e qual é a tua pátria?’ O outro declarou: ‘Sou da famosa cidade do Cairo e meu nome é Mohamed El Magrebi’. O capitão perguntou: ‘Que te trouxe à Pérsia?’ O outro decidiu-se pela verdade e falou: ‘Um homem me ordenou, num sonho, que eu viesse a Isfajan, porque aqui estava a minha fortuna. Já estou em Isfajan e vejo que essa fortuna que prometeu deve ser os açoites que tão generosamente me deste.

“Diante de tais palavras, o capitão riu até mostrar os dentes do siso e acabou por dizer-lhe: ‘Homem desatinado e ingênuo, três vezes eu sonhei com uma casa na cidade do Cairo em cujo fundo existe um jardim, e no jardim um relógio de sol e depois do relógio uma figueira e depois da figueira uma fonte, e debaixo da fonte um tesouro. Não dei o menor crédito a essa mentira. Tu, entretanto, filho duma mula com uni demônio, erraste de cidade em cidade, guiado apenas pela fé do teu sonho. Que eu não te volte a ver em Isfajan. Toma estas moedas e vai-te!’

“O homem tomou as moedas e regressou à pátria. Debaixo da fonte de seu jardim (que era o do sonho do capitão) desenterrou o tesouro. Assim Deus o abençoou e recompensou e exaltou. Deus é o Generoso, o Oculto”.

(Do Livro das 1001 Noites, noite 351.)

O plagiador, todavia, dá ares de quem se insere na tradição. Admitindo esse texto de Borges como fonte para a escritura de *O Alquimista*, afirma que nada mais fez do que apresentar a “sua versão” de um conto tão antigo e cativante. Em 2000, quando visitou o Irã. Paulo Coelho, segundo matéria publicada pela Revista *Época*, acabou conhecendo a obra de Jalaluddin Rumi, poeta do século XIII a quem se atribui à autoria de *Masnavi*, obra de teor muito semelhante. “Não conhecia Rumi”, disse então o maguescritor. “Inspirei-me no conto *História dos dois que sonharam*, do meu ídolo Jorge Luis Borges. Acho que ele usou o texto persa.”

A contar pela forma como ele se apropria de Borges — “meu ídolo” — e conseqüentemente de sua obra, só resta uma pergunta: pós-moderno ou espertalhão?

Personagens memoráveis

As figuras que povoam os livros de Paulo Coelho em nada se parecem com aquele tipo de personagem que José Paulo Paes chamou de “pobre diabo do romance brasileiro”. Naziazeno Barbosa, d’ *Os Ratos*, André, do *Coruja*, o escrivão Isaías Caminha e o Luís da Silva, de *Angústia*, são personagens que, de um modo geral, despertam no leitor um grau acentuado de compaixão. “Compadecer-se é, etimologicamente, padecer junto, mas — atenção — em posição de superioridade.”²⁰⁹ Esse tipo de relacionamento leitor/personagem não é o ideal para o circuito literário de entretenimento. Ao contrário: os personagens da narrativa de mercado, e isso podemos perceber numa série de romances de sucesso comercial, devem despertar, no fruidor, uma intensa magia e um intenso encantamento.

²⁰⁹ PAES, José Paulo. *Por uma literatura brasileira de entretenimento*. In: *A aventura literária* — ensaios sobre ficção e ficções, pág. 39. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

O conselheiro Zuckerman, para fazer contraponto às teorias do grande mercado editorial, afirma mesmo que os “anti-heróis isolados de Kafka e Camus não têm virtualmente lugar como personagens de destaque na ficção popular.”²¹⁰

E complementa:

Apesar do grande e merecido sucesso de *Gente como a gente*, de Judith Guest, os *compradores* de ficção popular quase nunca se contentam em mergulhar na vida do simpático casal vizinho.²¹¹

Com estas palavras, e por um prisma diferenciado, isto é, de dentro do mercado, Zuckerman, nada mais nada menos, está se preparando para supervalorizar o conceito de solaridade desenvolvido por pesquisadores como Muniz Sodré²¹². O herói, como o sol, é capaz de entrar e sair das trevas sem sofrer abalos. É bom, é justo, é “brilhante”, e quase sempre esses adjetivos aparecem em sua caracterização física, como olhos flamejantes ou pele clara. Opõem-se, portanto, a indivíduos e criaturas que habitam a escuridão, a sombra, as cavernas, marcados pela covardia, pela dissimulação e pela traição.

Curiosamente (ou já nem tanto assim, a estas alturas) os romances de Paulo Coelho estão lotados de seres solares que naturalmente se contrapõem àquele tipo de personagem que, como já frisamos, José Paulo Paes nomeou pobre diabo.

Petrus, por exemplo, que aparece n’O diário de um mago, sob esse aspecto, e pouco importando se tem base na realidade autobiográfica do autor ou não, é um dos personagens mais bem elaborados. Ele é solar, sem dúvida, brilha na medida em que uma caracterização de Paulo Coelho pode brilhar, e com certeza será um dos elementos mais lembrados depois de fechado o livro. Veterano da ordem católica e medieval de RAM, é designado para guiar, sobretudo no sentido espiritual, o personagem Paulo Coelho ao longo do *Estranho Caminho de Santiago*. Apesar de ser um bruxo, ou mago, e contrariando o

²¹⁰ ZUCKERMAN, Albert. *Como escrever um romance de sucesso*, pág. 126. São Paulo, Mandarim, 1996.

²¹¹ Idem, pág. 119.

²¹² SODRÉ, Muniz. *Best Seller: a literature de Mercado*, pág. 21. São Paulo, Ática, 1985.

estereótipo mais evidente, apresenta-se, como todo bom peregrino moderno, vestindo “bermudas cáqui” e “camiseta branca suada.” Trata-se de “um homem de seus quarenta anos”, que “tinha os cabelos grisalhos e a pele queimada pelo sol.”²¹³ Encarna a sabedoria e a tradição: é ele quem ensina a Paulo as onze práticas de RAM sobre as quais já falamos em seções anteriores.

Não obstante a isso, até a metade da caminhada já terá revelado seus pequeninos defeitos e mamãs, que aparecem como senhas identificatórias mais ou menos, semelhantes àquelas que Conan Doyle, por exemplo, criou para caracterizar Sherlock Holmes. Além de, vez por outra, acender e tragar “seu horrível fumo de rolo”²¹⁴, é dono do vivândico hábito de usar versículos da Bíblia para justificar seus possíveis erros e gafes.²¹⁵

Mas é através de unia inocente nota de rodapé — recurso não muito comum no gênero narrativo — que Paulo Coelho, sutilmente jogando para escanteio aquela sua conversa de que “o caminho da Magia é o caminho das pessoas comuns”²¹⁶, ornamenta a cabeça de Petrus (em tempo: esse nome, segundo outra nota, é falso) com uma coroa que, assim como acontece com Brida, faz com que ele se destaque do vulgo.

Citemo-la por inteiro:

Colin Wilson afirma que não existem coincidências neste mundo, e eu mais uma vez pude confirmar a veracidade desta afirmação. Estava certa tarde folheando algumas revistas no hall do hotel onde me hospedei em Madrid, quando uma reportagem sobre o Prêmio Príncipe de Astúrias me chamou a atenção, porque um jornalista brasileiro, Roberto Marinho, havia sido um dos premiados. Ao prestar mais atenção à foto do banquete, *porém*, levei um susto: numa das mesas, **elegante em seu smoking** está Petrus, descrito na legenda como **‘um dos mais famosos desitners euroneus do momento.’**²¹⁷ (Grifos meus)

Como se pode perceber, os caminhos da espiritualidade, nos livros do maguescritor, cruzam-se com os da materialidade. Petrus é especial, é um escolhido. A

²¹³ COELHO, Paulo. *O diário de um mago*, pág. 30. Rio de Janeiro, Editora Eco, 1987.

²¹⁴ Idem, pág. 58.

²¹⁵ Idem, pág. 80.

²¹⁶ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 11. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

²¹⁷ COELHO, Paulo. *O diário de um mago*, pág. 41. Rio de Janeiro, Editora Eco, 1987.

expressão ARISTOCRATA ESPIRITUAL, a meu ver, poderia tranqüilamente ser utilizada para designá-lo. Encontrou a harmonia consigo mesmo porque JÁ ESTAVA harmonizado com a sociedade capitalista, já tinha seu lugarzinho ao sol. Ou vice-versa. Quer dizer: o discurso espiritualista de Paulo Coelho, principalmente através da construção de seus personagens, corre ao encontro do vigente discurso neo-liberal e globalizador. E é isso que ele reitera em sua pregação por meio de entrevistas ou por meio de outros livros, como acontece em *Veronika decide morrer*:

O que é dignidade? É querer que todo mundo ache que você é boa, bem-comportada, cheia de amor ao próximo? Respeite a natureza; veja mais filmes de animais, e repare **como eles lutam por seu espaço**²¹⁸ (Grifo meu)

Se todos ali — e lá fora — vivessem suas vidas e deixassem que os outros fizessem o mesmo, Deus estaria em cada instante, em cada grão de mostarda, no pedaço de nuvem que se mostra e se desfaz no momento seguinte.²¹⁹

O mesmo acontece com J. — mais tarde revelado Jean na entrevista concedida a Juan Afias. Mestre severo, exigente, nem por isso rejeita prazeres mundanos como o sexo e o álcool. Também apresenta tiques de vaidade, apesar de fazer o impossível para que isso não transpareça, como quando soube que *O Alquimista* fora dedicado a sua pessoa. Como os heróis gregos, possui vícios e virtudes. A maior delas, entretanto, está em algo que o aproxima sobremaneira de Petrus: o sucesso, tão marcante quanto, na vida material:

J. estava eufórico com o grande negócio que acabara de fechar para a multinacional holandesa onde trabalhava.²²⁰

Nesse mundo de competitividade (palavra embrulhada, embrulhante!), de automatismo e de conseqüente desemprego. os leitores comuns não querem se espelhar em pobres diabos como Luís da Silva ou Naziazeno Barbosa. Compadecer-se do outro, ainda vá lá... Agora, compadecer-se de si mesmo... A imagem do êxito financeiro agregada ao

²¹⁸ COELHO, Paulo. *Veronika decide morrer*, pág. 107. Rio de Janeiro, Objetiva, 1998.

²¹⁹ Idem, pág. 159.

²²⁰ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 16. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

glamour espiritualista (já lavado ma rebeldia maconhada dos anos 60 e 70) é bem mais agradável, mesmo que ilusória, pois esse tipo de construção remonta ao protótipo ideal do terceiro milênio: um ser que, razão e emoção ao mesmo tempo, aceita a lógica vigente e se toma, por isso, um ser produtivo (arght!).

Muitos outros personagens memoráveis poderiam ser enumerados aqui. Para evitarmos a repetição, porém, daremos o nome daquele que é o mais memorável e mais bem erigido de todos, fazendo esse capítulo se encontrar com o intitulado “minha lenda pessoal”: o próprio Paulo Coelho, óbvio!

Grandes cenários para grandes cenas

Um último ponto a ser ressaltado dentre os componentes estruturais que compõem as narrativas de Paulo Coelho, e que também, pelo que pudemos observar, é relegado a segundo plano, dificilmente lembrado, mas que é de importância capital para a fabulação mercadologicamente aceitável, é o espaço, o local onde ocorrem os eventos da trama.

No seu livro sobre o romance de sucesso, o conselheiro Zuckerman, certamente não por coincidência, de todos os elementos enumerados escolhe falar em primeiro lugar sobre o cenário. Explica que os leitores

*gostam de ser introduzidos em ambientes exóticos onde podem, quase como turistas ou estudiosos, observar e aprender sobre costumes, rituais, vestuários e etiquetas, práticas sociais e comerciais. em grande parte ou totalmente estranhos a tudo que conhecem.*²²¹

E, no final do capítulo, arremata:

Não estou sugerindo que seu romance transcorra exclusivamente em apartamentos de cobertura e salas de diretoria. Contudo, é triste, mas é

²²¹ ZUCKERMAN, Albert. *Como escrever um romance de sucesso*, pág. 135. São Paulo, Mandarin, 1996.

*verdade, talvez você descubra ser impossível encontrar uma editora receptiva se sua locação principal for uma prisão ou um abrigo para desamparados.*²²²

Em outras palavras, o cenário adequado para o romance vendável se encontra com o tipo de personagem (memorável) sobre o qual falamos há pouco.

Embora freqüentemente teça elogios à sua terra natal, Paulo Coelho não usa o Brasil desolador, miserento, cheio de favelas e gente sem-terra para localizar suas tramas. Prefere, de fato, cenários que, se não são necessariamente suntuosos, apresentam um mínimo de exotismo. E esse exotismo, como se é de esperar, aproxima-se o mais possível de algum clima medievalesco. Afinal de contas, suas histórias falam, entre outras coisas, de alquimias e bruxarias.

Em *O diário de um mago*, *O alquimista* e *Na margem do Rio Piedra sentei e chorei*, a ação se concentra na Península Ibérica, em especial na Espanha, onde, sabe-se, ainda hoje é praticado um tipo de catolicismo que, mais do que nas outras partes do mundo, possui requintes especiais de Idade

Média:

Um povoado aparece. À maneira *das* cidades medievais, ele está no topo de um morro, e posso ver — à distância — a torre de sua igreja e as ruínas de um castelo.²²³

As *Valkírias* já apresentam um novo cenário: o Mojave, nos Estados Unidos. E desértico ainda, mas agora até no sentido físico. Ótimo, portanto, para a busca solitário de si mesmo (incluindo anjos da guarda e tudo mais). Nesse ambiente, o leitor é introduzido exatamente como quer Zuckerman: pela curiosidade e pelo desejo de (re)conhecer partes do globo, quase gratuitamente, sem sair de casa (“Quem lê, viaja”).

E na sua frente, por todo o horizonte, estendia-se o Mojave. O enorme deserto que se espalhava por cinco *estados* americanos, que entrava pelo México, o deserto que ela vira tantas vezes nos filmes de cowboy quando era criança, o

²²² Idem, pág. 46.

²²³ COELHO, Paulo. *Na margem do Rio Piedra eu sentei e chorei*, pág. 62. Rio de Janeiro, Rocco, 1994.

deserto que tinha lugares com nomes estranhos como Floresta do Arco-Íris ou Vale da Morte.²²⁴

Do ponto de vista comercial, todavia, nenhum cenário parece ganhar do quesito exotismo daquele que é descrito em *Veronika decide morrer*. Não se trata apenas de um hospício, mas de um hospício situado no coração da Eslovênia. Logo nas primeiras páginas do livro, assim que Paulo Coelho aproveita para divulgar um CD-Rom criado por ele (merchandising literário explícito), Veronika lê um artigo, numa revista estrangeira, que começa com a seguinte indagação: “Onde é a Eslovênia?”

“Se não sabem onde é a Eslovênia, Lubljana deve ser um mito”, pensou. Como a Atlântida, ou a Lemuria, ou os *continentes* perdidos que povoam a imaginação dos homens.²²⁵

Ambiente remoto, próximo ao mitológico e, claro, como se verá nos capítulos seguintes, com boas pinceladas medievais. Além disso, uma Eslovênia recém-separada da Iugoslávia socialista parece conter o clima ideal para sediar um enredo que buscará, entre outros aspectos, tematizar a espiritual e eterna busca do “eu”. Veronika e as outras personagens do livro, cientes de que sempre foram educadas para acreditar que “a busca espiritual existia apenas para afastar o homem dos seus problemas reais”²²⁶, agora vislumbram, nas mãos do maguescritor, a possibilidade de descobrir o teor introspectivo da existência.

E é esse o tipo de cenário que vai comportar cenas classificadas por Zuckerman como “grandes”. É aquela cena que “muitas vezes apresenta uma surpresa desconcertante, é desenvolvida em torno de um tremendo conflito, altera a um ponto considerável uma situação, planos, esperanças e sonhos de um ou mais personagens, e se estende por um bom número de páginas.”²²⁷ Ora, rituais de magia, encontros com o anjo da guarda ou com

²²⁴ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 33. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

²²⁵ COELHO, Paulo. *Veronika decide morrer*, pág. 11. Rio de Janeiro, Objetiva, 1998.

²²⁶ Idem, pág. 107.

²²⁷ ZUCKERMAN, Albert. *Como escrever um romance de sucesso*, pág. 162. São Paulo, Mandarim, 1996.

demônios pessoais, todas essas cenas já são “grandes” em si, mas, no caso Paulo Coelho, acabam adquirindo, aos olhos do leitor, uma “grandiosidade” maior, renovada, certamente porque, como tentamos mostrar acima, o maguecritor desmistifica as situações (Brida usando *jeans*) para revigorar a mistificação.

Cenários exóticos: cenas exóticas. Paulo e Chris, alheios ao perigo da insolação, andando nus sob o sol do Mojave²²⁸. Exercícios de guerra da força aérea norte-americana, que o protagonista, a princípio, confunde com a cavalgada celeste das verdadeiras Valkírias, filhas de Votan²²⁹. Veronika, doida de luxúria, masturbando-se e tendo três orgasmos diante do patético Eduard.²³⁰

Cenas fortes, superficialmente concebidas, para causar as fortes emoções que, nas mãos dos mercadores de cultura, podem valer, entre *royalties* e direitos de reprodução audiovisual, milhões e... milhões!

²²⁸ COELHO, Paulo. *As Valkírias*, pág. 59. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

²²⁹ Idem, pág. 210.

²³⁰ COELHO, Paulo. *Veronika decide morrer*, pág. 41. Rio de Janeiro, Objetiva, 1998.

Considerações Finais

Desde que comecei a me interessar pela Grande Indústria Cultural, fui tocado por perguntas perturbadoras: será que os operários do mercado de cultura são conscientes dos possíveis danos que causam ao desenvolvimento sócio-político da civilização contemporânea? São mesmo autoritários, como quer Adorno, e propositadamente provocam alienação através da disseminação forçada das ideologias das classes dominantes? Ou será que possuem uma boa parcela de inocência nessa história toda, nada formando além de outro grupo vitimado pelo círculo vicioso (“dar ao povo o que o povo quer”) que subrepticamente conta das manifestações artísticas ou pseudo-artísticas tecnologicamente difundidas? Embora, como quer Benjamin, os veículos comunicacionais de massa realmente possam ser o grande passo da politização humanitária, e embora isso já tenha sido admitido por uma razoável multidão de empresários, políticos e produtores de cultura, a lógica capitalista, em suas estruturas atuais, jamais permitiria que o intento de politizar a coletividade fosse levado a cabo sem o respaldo de um lucro imediato e maior que aquele oferecido pelos usos convencionais do cinema, TV, internet, revistas e livros.

Desse modo, pouco adianta julgar os artesãos (escritores, atores, entertainers) do mercado de cultura, visto que, desde o adensamento da modernidade no século XIX, já eram recrutados como componentes periféricos no processo de massificação. São tão manipuláveis quanto o público que pensam manipular. O que vale realmente, o que pode e deve representar o motivo de preocupações, são os efeitos advindos do uso e das estruturas que se impõem aos meios de massa. Poderíamos punir os responsáveis pela edição tendenciosa do debate Lula X Collor, em 89, mas isso representaria pouco: inexistente retorno

para o processo histórico encaminhado com o resultado daquela eleição. Ademais, seria apenas a reiteração da ordem vigente, que mais uma vez sobre as carcaças de meia-dúzia de bodes expiatórios (incluindo aí alguns poderosos), faria com que milhares de microfones vomitassem palavras como “justiça” e “democracia”. Precisamos, isso sim, compreender e combater os sistemas como um todo. Todos os fenômenos de massa, tantos hoje em dia, precisam ser enfrentados, debatidos, estudados, se possível esgotados. Não é possível desligar o televisor para fugir da alienação. Tal atitude equivale a fechar os olhos para não ver o escuro. Há de se penetrar as trevas para nelas, como o personagem Winston de George Orwell (1984), teimar em encontrar a luz. Ou ainda: ser forçado a procurar a luz, visto que a NECESSIDADE HUIVIANA DE SE AFIRMAR COMO SUJEITO DO JOGO HISTÓRICO, conforme cremos, é latente e inextinguível. O próprio Adorno, “chega mesmo a admitir”, no ensaio *Reverendo a Indústria Cultural*, que o consumidor pode criar elementos para resistir, ‘até certo ponto’, aos efeitos manipuladores da Indústria Cultural.²³¹ Adorno não teve tempo de descrever que elementos seriam esses, mas alguma coisa, sem dúvida, estava sendo indicada.

É por isso que procuramos penetrar o “bruxulesco” mundo de Paulo Coelho a partir de certos gestos estruturais que, tão velhos quanto o folhetim, aparecem com “roupa nova” em seus livros e, mais do que isso, dialogam constantemente com a personalidade mística de seu autor. A literatura de Paulo Coelho não está somente em *Brida*, *O Alquimista* ou *As Valkírias*. A literatura de Paulo Coelho, antes de tudo, está em Paulo Coelho, e se manifesta através dos jornais, do rádio, da TV e da internet. Não há por que questionar se a mística pessoal e os romances do magescritor foram construídos ao acaso, com o favor da intuição, ou se nasceram a partir de sigilosas reuniões com os marqueteiros mais experimentados do mundo editorial. Essa colocação, acredito, deve ter ficado clara no

²³¹ CALDAS, Waldenyr. *Cultura de Massa e Política de Comunicação*. São Paulo, Global, 1991.

corpo desse trabalho. O que importa mesmo é que essa mística e esses romances estão por aí, circulando e influenciando pessoas das mais variadas idades, classes sociais e nacionalidades. A análise de suas estruturas, para reforçar, mostra que elas não são nada originais (a originalidade dificilmente tem lugar na Grande Indústria), mas baseadas em receitas mitológicas e arquetípicas, como todo um arcabouço de variantes, absorvidas, testadas e aprovadas pelo mercado livreiro.

Por fim, se Paulo Coelho é péssimo, é esteticamente agressivo, que seja então oportunisticamente usado como incentivo às primeiras experiências de leitura. Isso não quer dizer, contudo, que quem começa como o maguescritor vai terminar com Cervantes. A entrevista em anexo, inclusive, parece indicar justamente o contrário: muitos começam e, mal-começados, terminam com Paulo Coelho. Por outro lado, já que não podemos varre-lo do universo editorial (isso, de fato, seria por demais aristocrático), a saída será estudá-lo, entendê-lo, se for o caso reconhecer seu papel literário, mas advertir, sempre advertir os leitores sobre as características de sua produção.

Ítalo Calvino, num ensaio bastante original²³², apresenta quatorze definições do que são clássicos, quase todas pessoais e relacionadas com o hedonismo intelectual, a fruição mesma da obra. Desse modo, Paulo Coelho poderia ser clássico na biblioteca de muita gente. Naturalmente, fica claro que os “clássicos de Calvino”, boa parte deles, encontram-se no passado e possuem teores diferentes dos que apresentamos nesse estudo. “Assim”, para ele, “o rendimento máximo da leitura dos clássicos advém para aquele que sabe alterná-la com a leitura de atualidades numa sábia dosagem.”²³³

²³² CALVINO, Ítalo. *Por que ler os clássicos?* São Paulo, Companhia das Letras, 1991.

²³³ Idem, pág. 14-15.

E arremata: “ler os clássicos é melhor do que não ler os clássicos.”²³⁴ Dessa mesma forma, contando que é mais produtivo entender do que ignorar, arrematamos nós; ler Paulo Coelho é melhor do que não ler Paulo Coelho.

Referências

- ALENCAR, José de. *Cinco Minutos*. São Paulo, Moderna, 2000.
- ARIAS, Juan. *Confissões de um peregrino - entrevista com Paulo Coelho*. Rio de Janeiro, Objetiva, 1999.
- AVERBUCK, Ligia. *Da página impressa ao livro: a literatura, o escritor e a televisão*. In: *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*. São Paulo, Nobel, 1984.
- BAUDELAIRE, Charles. *Pequenos poemas em prosa*. Tradução: Dorothee de Bruchard. Florianópolis, EDUSFC, 1996.
- BELLOTI, Tony. *Bellini e a Esfinge*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.
- BENJAMIN, Walter. *Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo*. In: *Obras Escolhidas III*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1989.
- _____. *O narrador*. In: *Os pensadores*. São Paulo, Abril Cultural, 1975.
- BERMAN, Marshall. *Tudo o que é sólido desmancha no ar*. São Paulo, Companhia das Letras, 1997.
- BOLLEAU, Charles; NARCEJAC, Thomas. *O romance policial*. São Paulo, Ática, 1991.
- BUCK-MORRIS, Susan. *Estética e Anestésica: o “ensaio sobre a obra de arte” de Walter Benjamin reconsiderado*. In: *Travessia*. Tradução de Rafael Lopes Azize.
- BUITONI, Dulcília Schröder. *Fotonovela: infelizmente ainda um quadro amoroso*. In: *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*. São Paulo, Nobel, 1984.
- BUNFILCH, Tomas. *Livro de Ouro da Mitologia*. São Paulo, Ediouro, 2000.
- CALAZANS, Flávio. *Propaganda Subliminar Multimídia*. São Paulo, Summus, 1992.
- CALDAS, Waldenyr. *Cultura de Massa e Política de Comunicações*. São Paulo, Global,

²³⁴ Idem, pág. 16.

1991.

CAL VINO, Ítalo. *Por que ler os clássicos?* São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis, RJ, Vozes, 1994.

COELHO, Paulo. *As Valkírias*. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

_____. *Brida*. Rio de Janeiro, Rocco, 1991.

_____. *Na margem do Rio Piedra eu sentei e chorei*. Rio de Janeiro, Rocco, 1994.

_____. *O Alquimista*. Rio de Janeiro, Rocco, 1988.

_____. *O Demônio e a Srta. Prym*. Rio de Janeiro, Objetiva, 2000.

_____. *O diário de um mago*. Rio de Janeiro, Editora Eco, 1987.

_____. *O Monte Cinco*. Rio de Janeiro, Objetiva, 1996.

_____. *Veronika decide morrer*. Rio de Janeiro, Objetiva, 1998.

COMPAGNON, Antoine. *O prestígio do novo*. In: *Os cinco paradoxos da modernidade*. Editora UFMG, 1996.

CUNHA, Maria Teresa Santos. *Armadilhas da sedução: os romances de M Delly*. Belo Horizonte, Autentica, 1999.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo, Editora Perspectiva, 1990.

FILHO, Ciro Marcondes. *Televisão, a vida pelo vídeo*. São Paulo, Modema, 1995.

GOMES, Álvaro Cardoso. *Literatura Comentada: Jorge Amado*. São Paulo, Nova Cultural, 1990.

JOLLES, André. *Formas Simples*. São Paulo, Cultrix, sem data

KOTHE, Flávio. *A narrativa trivial*. Brasília, Unb, 1994.

MOISÉS, Massaud. *O Simbolismo*. São Paulo, Cultrix, 1966.

MOLES, Abraham. *Doutrinas sobre a Comunicação de Massa*. In: *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

ORWELL, George. *1984*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1984.

PAES, José Paulo. *Por uma literatura brasileira de entretenimento*. In: *A aventura literária - ensaios sobre ficção e ficções*. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

PLUTARCO. *Como distinguir o bajulador do amigo?* São Paulo, Scrinium Editora, 1997.

SARAMAGO, José. *O Evangelho Segundo Jesus Cristo*. São Paulo, Companhia das Letras, 1992.

SODRÉ, Muniz. *Best Seller: a literatura de mercado*. São Paulo, Ática, 1985.

SÓFOCLES. *Édipo Rei*. Porto Alegre, L&PM, 1998.

SWINGWOOD, Alan. *O mito da cultura de massa*. Rio de Janeiro, Editora Interciência, 1977.

ZILBERMAN, Regina. *A literatura e o apelo das massas*. In: *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*, São Paulo, Nobel, 1984.

ZUCKERMAN, Albert. *Como escrever um romance de sucesso*. São Paulo. Mandarim, 1996.

ANEXOS

Entrevista com a fã incondicional

Durante esse ano de 2001, enquanto investigava o fenômeno Paulo Coelho, acabei topando com uma figura no mínimo curiosa dentro do contexto desse trabalho. Era nada mais nada menos que uma fã incondicional do maguescritor, que possui todos os livros autografados e todos os recortes de jornal, além de todas as agendas, todas as camisetas, cartõezinhos, *bottons* e pôsteres. O material colecionado por ela - calculei uns quarenta quilos de papel e bugigangas - fica hierarquicamente abaixo das seis cartas que recebeu do ídolo (ou da secretária dele, a fã tem consciência disso).

Curiosa também foi a forma como nos encontramos. Nessa eterna “peregrinação” de quem mora alugado, fui obrigado, lá pelo mês de junho, a mudar de endereço mais uma vez. Ela acabava de chegar com a família do Rio de Janeiro. Tornamo-nos vizinhos de porta! Óbvio que Paulo Coelho, se soubesse dessa história, falaria em predestinação ou conspiração do Universo. Deixá-lo! Importa é que o material levantado pela moça me foi de uma utilidade danada!

O nome dela é Andréia Luciana Stolf, tem 17 anos e é filha de um militar aposentado. Teve uma educação bastante rígida, num “colégio caxias”, como diz, mas parece que mesmo assim gosta de estudar e tira boas notas.

Qual a importância dessa fã para o meu trabalho? Aparentemente nenhuma, talvez alguém até se pergunte porque gastei meu tempo redigindo esse adendo. Se prestarmos atenção, porém, na transcrição da entrevista abaixo, na qual tentei enxugar as falas e retirar as passagens menos relevantes, perceberemos que essa jovem, que entrou tão completamente no jogo do mercado editorial e gastou um bom dinheiro com isso, representa uma espécie de síntese viva dessa dissertação, inclusive no que se refere à resistência e ao exercício do senso crítico que, como destaquei lá na frente, parecem inerentes ao ser humano.

Andréia, para mim, é o outro nó na mesma corda. E o espelho de cabeça para baixo. Paulo Coelho, para ela, é emoção e prazer. Para mim, desde a primeira vez que o li, foi trabalho, ofício. Foi suor. A sincronicidade de nosso encontro sob a sombra do maguescritor, claro, não possui nenhum sentido oculto. Não por isso, todavia, deixarei de aproveitar e de transcrever o conhecimento claramente empírico que ela me deu.

MAICON - Aí, ó! Tá rodando... Eu só vou gravar nossa conversa se não depois eu esqueço tudo. Tudo bem pra ti?

ANDRÉIA - Tudo.

M - Então vamos lá. Pra começar, eu gostaria que você falasse alguma coisa sobre o Paulo Coelho.

A - Alguma coisa?

M - É, qualquer coisa. O que você acha dele, dos livros dele, da vida..

A - Ah, sei lá! Os livros dele são bacanas porque ensinam coisas pra vida da gente...

M - Só isso?

A - Não... São livros gostosos de ler. Tem livro que você pega e é um saco, né? Umás letras pequenininhas, você lê, lê e não sai do lugar. Os livros do Paulo Coelho são diferentes. Sei lá. A história anda, as coisas acontecem, o tempo todo é novidade, o tempo todo aparece coisa diferente, tem vez que parece que a gente tá vendo um filme.

M - Por falar em filme, você sabia que os direitos do *Alquimista* foram comprados por um estúdio lá dos Estados Unidos?

A - Sabia. Isso já faz um tempo. Só que o filme não sai.

M - Acho que é porque os gringos não dão ponto sem nó. Eles devem estar planejando pra fazer uma coisa caprichada.

A - É, deve ser.

M - Você tem vontade que o filme saia logo?

A - Prefiro outro livro do Paulo Coelho.

M - Por quê?

A - Eu já li *O Alquimista* quatro vezes, tenho a versão em quadrinhos também, ele já tá começando a perder a graça pra mim. Claro que eu ia pro cinema, ia ser a primeira da fila. Paulo Coelho... que dúvida! Mas o livro é mais legal, tem mais detalhes. Ainda mais quando é uma história diferente, nova, que você vai ler pela primeira vez.

M - Você viu a novela da Brida na TV?

A - Vi uns capítulos, mas não gostei muito, não.

M - Por quê?

A - Eles mudaram tudo, colocaram um monte de gente que não existe... Ah, sei lá! Tem gente que gostou... Daí tinha um negócio numa empresa lá, nada disso tinha no livro. Aquelas roupas exageradas... Olha, pra ser sincera, eu achei aquilo meio brega, avacalhado.

M - Pensei que você fosse a fã número um do Paulo Coelho.

A - Não. Não foi o Paulo Coelho que fez a novela. Ele fez o livro. Não é a mesma coisa.

M - Você acha, então, que a novela é uma falsificação da obra, do livro?

A - E, acho que sim.

M - Outro dia, quando você me mostrou os seus livros autografados, eu percebi que você sublinhou muitas frases do Paulo Coelho. Todas as páginas estavam riscadas. Por que você faz isso?

A - Ah, pra aproveitar bem o livro você tem que ler devagar, pelo menos na primeira vez. O Paulo Coelho escreve coisas importantes, que a gente precisa parar e viajar um pouco em cima. Ele fala sobre Deus, sobre amor, sobre tudo.

M- Qual a tua preferida?

A - Minha preferida?

M - É, a frase preferida que você sublinhou do Paulo Coelho.

A - Não sei. Tem tantas. Agora não vou conseguir lembrar de cabeça.

M - Você anota essas frases na sua agenda?

A - Anoto.

M - E você costuma ler essas frases pros seus amigos, costuma escrever elas nas suas cartas?

A - Dificilmente eu escrevo cartas.

M - *E-mail*, sei lá, telefone, qualquer outra coisa.

A - Não. Já cheguei a fazer isso, teve tempo que eu até gostava, mas agora eu parei.

M - Eu tô um pouco admirado contigo.

A - Por quê?

M - Eu tenho a impressão que as pessoas da tua idade, e da minha idade também, preferem o audiovisual à escrita, quer dizer, o filme ao livro. Você parece diferente.

A - Não, eu gosto de ir no cinema, eu sempre vou no cinema. Só que quando você lê um livro, sei lá, tem mais detalhes, você pode parar, voltar e ler de novo.

M - Hoje em dia, com o videocassete, tudo isso pode ser feito com o filme também.

A - Pode, mas é diferente.

M - Diferente como?

A - Não sei. É diferente.

M - Que outros autores você lê?

A -(ri amarelo).

M - O quê? Não vai me dizer que você não lê mais nada além de Paulo Coelho.

A -A Elaine me deu um livro teu.

M - É? Ela nem me falou isso. Qual deles?

A - Aquele do cadáver.

M - *Um cadáver na banheira*. Você leu?

A - Eu vou ler, prometo. É que agora é difícil por causa do colégio. É difícil se adaptar aqui. O pessoal é muito fechado, demora pra fazer amizade. Tem matéria que eu tô muito mal e eu tenho que estudar pra poder acompanhar a turma. Daí eu vou ler, prometo, tá?

M - Não, que é isso, não se preocupe, não precisa prometer nada. Mas você não conhece nenhum outro autor? O Jô Soares! Você já leu o *Xangô* ou aquele outro do Getúlio Vargas?

A - Comecei, mas não terminei.

M - Qual deles você pegou?

A - O assassinato do presidente lá, o... como é que é?

M - *O homem que matou Getúlio Vargas*?

A - Isso.

M - Você não gostou?

A - Não. Achei muito enrolado. O negócio do Jô Soares é contar piada. Pra escritor ele não serve, não. Você tem algum outro autor legal pra me indicar?

M - Tenho vários. Você já ouviu falar no Rubem Fonseca?

A - Rubem Fonseca? Não.

M - Ele também é carioca, escreve sobre o Rio, acho que você ia se identificar bastante com as histórias dele. Você se lembra de uma mini-série que passou na Globo, isso já tem um tempinho, talvez você fosse muito pequena... Bom, deixa pra lá. Eu tenho todos os livros do Rubem Fonseca, posso te emprestar um. Não sou tão fã dele como você é do Paulo Coelho, mas acho que dá pra quebrar um galho.

A - Tá bom.

M - Tem um, o meu preferido, chama *Bufo & Spallanzani*, depois eu trago pra você.

A - Hum-hum, tá bom.

M - Vamos voltar pro Paulo Coelho. Qual dos livros dele você mais gostou?

A - Ah, são tantos...

M - Mas não tem um, um que é especial pra ti?

A - Deixa eu pensar... Eu gostei de todos. O da *Veronika* é bem legal, o da *Brida*... É, *Brida*. *Brida* é o meu favorito. Ela tem coragem de buscar o sonho dela, essa coisa da magia.

M - Pois é. Você acredita em magia?

A - Claro que não, isso não existe. O Paulo Coelho exagera nisso só pra representar. A magia tá na vida da gente, nas coisas que a gente faz, nas coisas que a gente diz.

M - Então você não acredita que o Paulo Coelho tenha poderes mágicos, que ele tenha o dom de fazer chover e essa coisara toda.

A - Claro que não, isso é tudo besteira. Se ele pudesse mesmo fazer chover a hora que quisesse, por que ele não vai pro Nordeste resolver o problema da seca?

M - É mesmo, né? Seria uma solução inédita. Mas ele diz na televisão, ou pelo menos insinua, que tem poderes e que já conseguiu fazer chover. Você não se sente enganada?

A - Isso é *marketing*, né? Faz parte do negócio. É uma forma que ele achou de divulgar as idéias dele. Eu não me incomodo porque eu sei que isso é só uma estratégia de *marketing*.

M - Mesmo assim você acredita em todas as palavras dele?

A - Em todas, não. Também não é assim. Quase tudo que ele fala é simbólico, não dá pra levar ao pé-da-letra... Mas ele venceu, né? Passou por uma pior, teve o negócio das drogas, mas conseguiu superar.

M - Quer dizer que você acredita nele por causa da experiência dele?

A - É, acho que é isso.

M - Por que você não escreve pra ele dizendo que você sabe que ele é uma fraude?

A - Mas eu não disse que ele é uma fraude.

M - Tudo bem, fui eu, desculpe, acho que tô tentando te induzir a dizer as coisas que eu quero ouvir. Desculpe. Eu tenho que tomar cuidado com isso. Lá. Vamos lá. Se eu dissesse agora pra você que eu pesquisei muita coisa do Paulo Coelho, que procurei ser o mais imparcial possível e que mesmo assim cheguei à conclusão que ele é um espertalhão, você ficaria brava comigo?

A - Não. Cada um tem seu jeito de pensar. Tanta gente já me disse que ele é isso e aquilo, que é um charlatão, que não é bruxo coisa nenhuma, que não fez o caminho de Santiago. Isso não importa, a vida dele não interessa, ele errou e depois superou, eu tô interessada no que ele escreve. Uma vez o Paulo Coelho sacaneou o Raul Seixas. Ele roubou um monte de músicas do Raul, colocou o nome, e ganhou um dinheirão com isso.

M - Como é que você sabe disso?

A - Ah, não sei, eu li...

M - Onde?

A - Não sei, não me lembro. Mas isso aí foi sacanagem.

M - Pois é! Aí é que tá! Você sabe que ele sacaneou o Raul e mesmo assim continua acreditando no cara.

A - Eu acho que você não tá entendendo direito. Aquilo foi uma fase. O Paulo Coelho mudou, cresceu como pessoa.

M - Mas então a vida dele interessa.

A - Interessa por isso, porque ele mudou. Eu posso aprender com a experiência dele, acertar naquilo que ele errou. Na verdade, eu acho que aprendo muito com a experiência dele.

M - Ah, tá, entendi... Ali na tua casa, vocês têm assinatura da *Veja*?

A - Meu pai assinou um tempo. Agora não vem mais.

M - A *Revista Veja* normalmente mete o pau no Paulo Coelho.

A - É? Eu não sei, eu não gosto muito de revista, mas eu acho que li alguma coisa. Só que eles não são os donos da verdade. Eu acho que tem muita gente lá no Rio que tem inveja do Paulo Coelho. Ninguém vendeu tanto livro que nem ele, ele agora é milionário, famoso, tem gente que vê e não gosta.

M - É verdade. Concordo contigo. Mas também acho que existe gente sincera, que não tá preocupada com inveja, e que faz críticas negativas em cima dos livros dele.

A - Aí é de cada um, foi como eu te falei. Eu tive um professor lá no Rio...

M - Professor de Português?

A - É. Ele vivia dizendo que ler Paulo Coelho faz mal. Bobagem isso. Se é uma coisa boba, inofensiva, é um passatempo.

M - Você acha mesmo que o Paulo Coelho é inofensivo?

A - Acho. Por quê?

M - Por nada. Só pra saber. Eu tô aqui pra ouvir as tuas idéias.

A - Ai, meu Deus, não vai você também...

(Por um problema que não pude identificar, gravador velho, fita mais ainda, a gravação foi interrompida neste momento. Conversei com Andréia por mais uns dez minutos. Poderia transcrever o resto da conversa com a ajuda da memória, e depois chamá-la para aprovar. Esse procedimento, porém, me parece pouco honesto. Deste modo, dou por encerrada a transcrição).

Obs.: Logicamente, o exemplo de Andréia é extremo. Nem todos lêem Paulo Coelho como ela. Aliás, creio que, entre a miríade de leitores fiéis ao maguescritor, poucos, muito poucos, mantêm tão estreita e apurada a relação leitor/escritor.

Alguém talvez pensará (maldosamente): “essa entrevista, no fim das contas, confirma minhas suspeitas. O analista, tão fascinado que ficou apesar de lutar, de debater-se, acabou caindo na pegajosa teia do mercado.” Adianto-me. A presença desta entrevista, com esse caráter informal e descompromissado, nada mais é que uma simples *ilustração* do trabalho anteriormente apresentado.

Também poderia haver alguns pareceres sobre as palavras de Andréia. às vezes contraditórias, e deste pós-graduando no papel de entrevistador, igualmente titubeantes. Melhor não. Prefiro que cada um, a par da dissertação inteira, chegue por si a suas conclusões.

Por que Paulo Coelho?

Carlos Heitor Cony

Testemunhei de corpo presente, em Paris, durante o Salão do Livro, o fenômeno literário e editorial do nosso tempo. Paulo Coelho atingiu um grau de popularidade, consumo e respeito internacional que nunca teve paralelo na vida cultural brasileira. São muitos os que ainda torcem o nariz para ele, e não apenas por causa de seu sucesso, mas por considerarem a sua obra uma literatura menor, mercadológica, sublitteratura enfim.

Não é assim que eu vejo o seu caso. Não sou amigo pessoal dele, tratamo-nos com deferência e até carinho, mas nunca trocamos mais de 50 palavras quando nos vemos. Mas de há muito tenho uma explicação para seu sucesso. Vamos lá.

O século começou com duas utopias que pareciam resolver todos os problemas do corpo e da mente. Marx e Freud, cada qual em seu campo, dito “científico”, defecaram regras que contaminaram milhões de seres humanos, preocupados ou com a justiça social, ou com a justiça para consigo mesmo, por meio da psicanálise.

Acontece que o século está acabando, e os dois poderosos totens desabaram: tinham pés de barro. Marx não resistiu ao fracasso dos regimes instaurados sob sua tutela — embora o socialismo, em si, continue como o sonho possível que a humanidade espera. Freud, ainda em vida, já era contestado, fragmentado, seus seguidores abriram cismas, rebeliões, a doutrina original permanece apenas como excelente ensaio literário, mas cada vez com menos caráter científico.

Da derrocada dessas duas utopias surgiu um vazio na alma humana neste final do século. E, como sempre acontece, o apelo ao misticismo, à própria magia, seria inevitável. E é aí que entra o nosso mago, com sua simplicidade que lembra, em alguns momentos, os santos de todas as épocas e de todas as religiões, que dizem as palavras necessárias, as

palavras que todos querem ouvir porque, de certa forma, essas palavras estão dentro da alma de todos nós.

Paulo Coelho encontrou essas palavras em textos sagrados ou profanos, em lendas orientais e em gestas ocidentais, fez um *mixed* genial dos evangelhos, dos livros de magia medieval, da encantadora poesia oriental que mal conhecemos, encontrou também a simplicidade de não querer se impor, deixar rolar o que pensa e sente.

Muitos tentaram e ainda tentam fazer o mesmo — mas sem o mesmo sucesso. De minha parte, tendo como ponto de partida para a minha vida pessoal e profissional um pessimismo atroz, uma visão negativa e cruel da existência humana, situo-me exatamente na outra ponta da corda. Mas me comove e sinto necessidade de saudar todo aquele que, como Paulo Coelho, tenta, à sua maneira, melhorar o homem e tornar a vida mais suportável.

Revista República, maio de 98.

Nem por mágica

Brida sai do ar de repente — e não deixa saudade

Nem o bruxo Paulo Coelho poderia prever que a novela *Brida*, da Rede Manchete, inspirada em seu livro homônimo, chegaria ao fim na sexta-feira passada, menos de três meses depois da estréia. Programada para durar um ano, a trama dirigida por Walter Avancini foi vítima da crise financeira que atinge a Manchete e obrigou a emissora a demitir centenas de funcionários nas últimas semanas. Quando percebeu que não seria possível concluir a novela no tempo previsto, Avancini encomendou um final que acelerava a história. Mas nem isso foi ao ar, pois os técnicos e atores entraram em greve há duas semanas.

Para que o público de *Brida* não ficasse a ver navios, optou-se por narrar o final da trama, mostrando imagens dos personagens. Só assim soube-se que Brida (Carolina Kasting) termina a história feliz ao lado de Lorens (Leonardo Vieira). O elenco e os técnicos de *Brida* pararam de trabalhar em protesto por não ter recebido o salário de setembro. Só aos 42 atores e atrizes da novela, que já entraram na justiça contra a emissora, a Manchete deve cerca de 150.000 reais. No horário de *Brida*— que, merecidamente, tinha média de audiência de 3 pontos—, a manchete pretende reprisar pela enésima vez a novela *Pantanal*.

Veja, 28 de outubro de 1998.