

ESTÉTICA COMO ESTRATÉFIA – O LUGAR DO ESPETÁCULO NA CULTURA BRASILEIRA

Carmem Lúcia Negreiros de Figueiredo

O cotidiano da maioria da população brasileira, hoje, é desenhado por imagens vindas da televisão, uma vez que os acontecimentos são explicados a partir de sentimentos e impressões das celebridades criadas pela mídia; as manchetes de jornais privilegiam atores, personagens e tramas de telenovelas; programas assistidos por milhões de pessoas têm, como centro de interesse, a intimidade de seus participantes. Além disso, atitudes, comportamentos e valores anunciados pela televisão transformam-se em padrão de ilusória inclusão social, a partir dos bens de consumo que os acompanham. Somos espectadores do espetáculo das cenas banais do dia-a-dia de celebridades; de megaeventos e seus produtos culturais de massa; de programas de receitas, decoração de casas, educação de filhos, vida de casais, de venda de produtos, enfim, que fazem um direcionamento estético para nossas escolhas pessoais; somos espectadores, também, do monopólio da comunicação, da informação que banaliza o conhecimento, num país, ainda, de muitos analfabetos. A estética não seria atualmente apenas um fenômeno superficial, mas de profundidade, conforme a reflexão de W. Welsh (1995).

Estetização de materiais, estetização dos sujeitos. *Seria isso uma novidade na cultura brasileira, constituída a partir da TV, no final dos anos 70?* Não teriam a nossa história e identidade cultural marcas da apreensão estética do espaço, do tempo, da memória?

Este artigo pretende refletir sobre o processo de estetização como marca da formação cultural brasileira, a partir da apreensão estética da paisagem, do espaço urbano como cenário moderno e do saber, todos projetados pelo espetáculo que não foi criado pela cultura de massa. O espetáculo pertence ao campo da visão, relacionando-se à idéia do conhecimento como operação do olhar e da linguagem (CHAUI, 2006).

Assim, compreendemos a criação da paisagem, como espetáculo, da natureza contemplada pelo viés estético da utopia, da visão romântica pitoresca ou pelo determinismo naturalista; as ruas e vitrines do espaço urbano que moldam a colonização da alma, alimentando desejos de consumo no espetáculo do capitalismo que, apreendido como cultura, projeta seus produtos já no século XIX; e, por fim, o saber como espetáculo, que forma homens de

Terceira Margem • Rio de Janeiro • Número 16 • pp. 65-80 • janeiro/junho 2007 • 65

ciência pela literatura e encena no cotidiano a forma de conhecimento mistificada em anéis, títulos, diplomas e privilégios para anunciar que, no Brasil, o importante não é falar javanês, fazer a pose já é suficiente!

O espetáculo do sagrado e a estetização da natureza

Dentre os recursos tecnológicos trazidos pelos navios europeus, estava a capacidade de controlar as relações entre visível e invisível, entre realidade e ficção (GINZBURG, 2001). Esse recurso pulveriza-se no cotidiano dos primeiros conquistadores e suas raízes fincam-se muito longe: nas tradições populares, em fragmentos de textos lidos e repetidos na defasagem entre o que diziam e como foram difundidos, imagens das lembranças clássicas da Idade do Ouro, da teoria da excelência do estado natural, dos motivos edênicos, todos motivadores, enfim, da ação colonial.

O cenário americano parecia incorporar o milagre à natureza e fundamentar a expressão “Novo Mundo”: novo, porque ausente da geografia de Ptolomeu e por permitir ao mundo conhecido renovar-se ali, regenerar-se “vestido de verde imutável, banhado numa perene primavera, alheio à variedade e aos rigores da estação” (HOLANDA, 1996, p. 210) como se estivesse num paraíso terreal.

As visões e promessas miraculosas do Eldorado e Amazonas, não chegaram a assumir papel relevante na atividade colonial portuguesa. “Não que fossem refratários à crença no milagre, sempre possível num mundo de incógnitas grandezas” (HOLANDA, 1996, p. 236). A sedução do paradisíaco – diante de tantos marinheiros acostumados a contatos com culturas e línguas diversas e vindos de um pequeno país, mas realizadores de conquistas fantásticas – perdia a sua intensidade para configurar-se numa “atenuação plausível”, na expressão do autor de *Visão do paraíso* (1996).

O pragmatismo do colonizador português, através da cristianização posta em prática pelos padres da Companhia de Jesus, realiza, então, um paradoxo: o senso prático executa a colonização do imaginário para redefinir o tempo, o espaço, a memória aos colonizados que irão sobreviver entre a opressão das ações brutais da dominação e o fascínio da nova apresentação da realidade baseada em imagens, encenações, apresentações, preenchimento dos espaços com capelas, conventos, igrejas; também com o novo ritmo do calendário marcado por festas, missas, feriados religiosos. Tudo sob o rígido controle da prática testamentária e da confissão, aliados à sedução do teatro, que explicava os dogmas através de seu espaço e de sua materialidade.

Uma série de confluências interessantes acontece nesse processo de domínio do imaginário. Uma cultura como a portuguesa, acostumada a espetáculos como os das flagelações nas procissões da Semana Santa ou às visões e milagres embutidos como prova do poder divino, no cotidiano, há de defender a eficácia maior dos exemplos sobre as palavras; das imagens que os olhos vêem sobre aquilo que os ouvidos ouvem. Por isso, torna-se fundamental realizar, por meio dos sentidos, a conversão do gentio, musicando as missas e os oratórios e espalhando aromas do incenso e do almíscar nas celebrações religiosas; estas não somente produzem relíquias como reproduzem personagens, a ponto de os índios terem dificuldade para perceber que tudo se trata de uma apresentação.

O espetáculo do mistério e do sagrado é estratégico no confronto entre duas culturas. Na concepção indígena de mundo prevalece a ambivalência dos deuses, a permeabilidade dos seres e das coisas em oposição às dicotomias de sentido cristão e, por isso, a pedagogia jesuítica “ultrapassa os limites da palavra e da imagem pintada, para instalar no afetivo, no subjetivo, a experiência indígena do além cristão” (GRUZINSKI, 2003, p. 288), oferecendo aos índios rituais de substituição próximos à sua necessidade de sobrevivência.

Na disputa de culturas diferentes para o controle da realidade, mares e rios, florestas e campinas povoaram-se de cardumes, bandos e rebanhos divinos ou infernais; penhascos tomados por gigantes, monstros humanos e canibais desenharam-se ao lado do caráter dócil, inocente e prestativo do selvagem associado à velha teoria da bondade natural ou do éden antes do pecado. Todas ficções plausíveis, verossímeis e socializadas, tanto na produção como na recepção, no processo da ação colonizadora, como argumenta o relato de Jean de Léry, solicitando a cumplicidade do leitor.

Não quero omitir a narração que ouvi de um deles [índios] de um episódio de pesca. Disse-me ele que, estando certa vez com outros em uma de suas canoas de pau, por tempo calmo em alto mar, surgiu um grande peixe que segurou a embarcação com as garras procurando virá-la ou meter-se dentro dela. Vendo isso, continuou o selvagem, decepei-lhe a mão com uma foice e a mão caiu dentro do barco; e vimos que ela tinha cinco dedos como a de um homem. E o monstro, excitado pela dor pôs a cabeça fora d'água e a cabeça, que era de forma humana, soltou um pequeno gemido. Resolva o leitor sobre se se tratava de um tritão, de uma sereia ou de um bugio marinho, atendendo a opinião de certos autores que admitem existirem no mar todas as espécies terrestres. (LÉRY, 1972, p. 120)

Marcados pela transição entre o fantástico, utópico e o princípio classificatório de identidades e diferenças, os relatos de viagem no século XVI conciliam palavra e imagem, tendo a semelhança como alicerce na construção

do pensamento. Presos às concepções ainda medievais de paraíso e da relação mágica entre as semelhanças e os signos, formadora do saber das similitudes (FOUCAULT, 1990), os homens reconheceram, com seus próprios olhos, as paisagens estampadas em sua memória, pelos sonhos descritos em tantos livros, por detalhes imaginativos intensamente reiterados, capazes de produzir a compreensão da natureza como espetáculo.

Os relatos de viagem, entre eles o de Pero Vaz de Caminha, elaboram correlações e similitudes das mais variadas; integram o tom da crônica – feita de imagens de diferentes textos literários – à descrição da experiência cotidiana, no desejo de explicar e ordenar, entrecruzando os interesses mercantilistas nessa transição do imaginário fantástico para a abordagem científica.

No século XIX, a busca pelo conhecimento das terras brasileiras motiva dezenas de expedições geográficas, botânicas, zoológicas, etnográficas empreendidas por cientistas de várias nações. O olhar dos viajantes guia-se pelo pensamento científico do século XVIII, especialmente depois de Lineu e seu *Systema Naturae*, obra de 1750, que organizou, sistematizou, descreveu e reduziu a diversidade, riqueza e dinamismo de plantas e animais, na simplicidade aparente de um “visível descrito”. (FOUCAULT, 1990). Logo, observar é ver sistematicamente pouca coisa: ver aquilo que na representação pode ser analisado, reconhecido por todos e, assim, receber um nome que cada qual poderá entender. Ao limitar e filtrar o visível, a estrutura ou a descrição baseada em série de valores (forma, quantidade, distribuição no espaço, grandeza relativa) permite transcrever a natureza em linguagem, com o acompanhamento de ilustrações perfeitas do ponto de vista botânico, mas artisticamente medíocres. Artistas contratados para essas funções, rompem algumas vezes com a perspectiva encomendada para os desenhos, para pensar em consonância com a visão romântica e civilizadora que deveria mostrar as imagens brasileiras.

Isto implica considerar o pressuposto da animação e da organicidade que se integra a um sistema de representação, condicionado pelo relacionamento ativo do sujeito ao objeto. Os objetos são como núcleos de dinâmicas correlações, ordenadas por afinidades e por contrastes de imaginação (NUNES, 1993). É o nexos de simpatia que liga o artista às coisas, num mundo “feito de correspondências afetivas entre elementos heterogêneos, de harmonias realizadas entre termos antitéticos (...) esse mundo mágico rege-se pelo princípio de analogia”. (NUNES, 1993, p. 67)

Essa poética, numa via de mão dupla, permite que, indiretamente, a paisagem dos trópicos, tão difamada pelo pensamento do século XVIII, seja integrada a uma proposta estética que se aproxima da própria natureza europeia.

Na mesma medida, tal estetização permite a visão da natureza como fonte de estímulos à qual correspondem sensações que o artista interpreta, esclarece e comunica. Isto porque “a poética do pitoresco medeia a passagem da sensação ao sentimento: é exatamente nesse processo do físico ao moral que o artista educador é guia dos seus contemporâneos”. (ARGAN, 1992, p. 18)

A paisagem é construída pela mediação entre ciência e arte, resultando o tratamento poético da natureza contemplada. Procedimento possível para os relatos de viagem, mas inaceitável nas representações visuais. Princípio não respeitado pelos muitos artistas viajantes, cujas imagens de natureza dialogam com as páginas da literatura brasileira.

Ainda que tenham por inspiração os elementos estéticos da cultura e história européias, aos escritores e poetas torna-se necessário extrair poesia do fruto mais prosaico, a poesia da bananeira, planta de origem asiática, assumida como brasileira. Ação necessária para educar o olhar do homem brasileiro, criando laços de co-nacionalidade.

E a propósito lembro-me que para nós filhos desta terra não há árvore talvez mais prosaica do que a bananeira que cresce ordinariamente entre montões de cisco em qualquer quintal da cidade, e cujo fruto nos desperta a idéia grotesca de um homem apalermado ou de um alarve. Pois bem, meu amigo, recorde-se de Paulo e Virgínia, e daquelas bananeiras que cresciam perto da choupana, abrindo seus leques verdes às auras da tarde, e veja como Bernardim de Saint-Pierre soube dar poesia a uma cousa que nós consideramos tão vulgar. (ALENCAR, 1980, p. 95)

Nessa perspectiva, o intelectual romântico vai construir, com a palavra, a síntese de imagens e, por isso, não estranhemos o fato de já termos visto as cenas de Debret e Rugendas nas páginas da literatura brasileira. Transfere-se para a palavra que, segundo Alencar, “brinca travessa e ligeira na imaginação” a função do “buril do estatuário”, a “nota solta de um hino” ou a da fotografia, para contrapor-se à linearidade da pintura clássica, ou, ainda, “o pincel inspirado do pintor” que “faz surgir de repente do nosso espírito, como de uma tela branca e intacta, um quadro magnífico, desenhado com essa correção de linhas e esse brilho de colorido que caracterizam os mestres” (ALENCAR, 1980, p. 98).

Enquanto arte e ciência, a palavra literária realiza uma interessante confluência: de um lado, a concepção herderiana de “unidade orgânica de cada personalidade com a forma de vida que lhe corresponde” (NUNES, 1993), unidade expressiva que se manifesta no nacionalismo romântico; de outro, a forma humboldtiana de apreender os trópicos com sensibilidade estética, ca-

bendo ao artista a tarefa de pôr em evidência o espetáculo magnífico que a natureza oferece.

Ainda que predomine o viés pitoresco na construção da paisagem romântica, é possível entrever uma perspectiva determinista que atribui ao meio geográfico a função de influenciar, especialmente pelo clima, os comportamentos e mentalidades. Perspectiva que a tendência naturalista torna prioridade.

Com a orientação naturalista para a arte, o intelectual brasileiro vê o seu papel, de intérprete da cultura, novamente, imerso em contradição: como manter-se atualizado, crítica e esteticamente, com um movimento que apresenta uma posição combativa – acerca dos problemas da decadência social da burguesia e de seus valores – mas, falando de um país cuja subsistência vem do trabalho escravo e de base agrícola?

Na tentativa de atenuar o impasse, Araripe Júnior (1848-1911 – crítico literário e membro fundador da Academia Brasileira de Letras) busca nas condições climáticas os argumentos para constituir a “fórmula” do naturalismo brasileiro ou o “estilo tropical”.

O tropical não pode ser correto. A correção é fruto da paciência e dos países frios; nos países quentes a atenção é intermitente; (...) O estilo, nesta terra, é como o sumo da pinha, que, quando viça, lasca, deforma-se, e, pelas fendas irregulares, poreja o mel dulcíssimo, que as aves vêm beijar; ou como o ácido do ananás do Amazonas, que desespera de sabor, deixando a língua a verter sangue, picada e dolorida (ARARIPE JÚNIOR, 1958, pp. 70-71).

Como uma afiada lâmina de dois gumes, a proposta que cria a paisagem para a solução do dilema, tenso e angustiante, do intelectual brasileiro, acredita num viés de inclusão no paradigma da universalidade dos sistemas de pensamento moderno, mas acentua a exclusão, ao selecionar os argumentos inerentes à estrutura de poder que confina o local num lugar geopoliticamente inferior.

Espectáculo de ruas e vitrines

A sociedade brasileira entre 1820-1830 já respirava os ares de uma modernidade de encenação, tendo o Rio de Janeiro como cenário e a rua do Ouvidor como palco. Nela, homens e mulheres desfilavam, do figurino ao gestual, a linguagem da última moda parisiense. A corte projetava-se para o resto do país como modelo de hábitos de civilidade e de consumo, dos produtos importados ingleses e franceses. Aos chamados “príncipes da moda” era imprescindível o charuto, a gravata elegante, a frequência a alfaiates caros e salões refinados; às mulheres cabia desfilarem com roupas bem talhadas por mo-

distas francesas, adornadas com rendas de Bruxelas e da Inglaterra, filós, gorgorões e fios de ouro e com leques de marfim, madrepérola, tartaruga ou sândalo. Tamanha quantidade de produtos estrangeiros nas vitrines caras e no interior das casas da elite indica um bizarro paradoxo: a forma da economia realiza-se no Brasil do século XIX pelo consumo de bens culturais – da moda das ruas à música – que se sustenta pelo trabalho escravo. Além disso, a corte vivia o isolamento dos grandes centros urbanos, o peso da população rural, em maior quantidade que a urbana, e, apesar do cenário contagiante da rua do Ouvidor, a modernidade anunciada e oferecida nas vitrines era para poucos. (SCHWARCZ, 1998)

O capitalismo como cultura é apreendido por nossos romancistas na definição de personagens, no perfil dos valores morais, no interior das residências, nas atitudes, linguagem, vestuário e mobiliário, como alerta o narrador em *A pata da gazela*, de José de Alencar, a seus leitores: “Não se riam, homens sérios e graves, não zombem de semelhantes extravagâncias; são elas o delírio da febre do materialismo que ataca o século.” (ALENCAR, 1959, p. 585)

Essa “febre de materialismo” pode ser sintetizada no personagem Horácio, do mesmo romance, que tem como particularidade o “culto da forma e o fanatismo do prazer”, extremamente sofisticado e, mesmo imerso na sociedade escravocrata do século XIX, delicia-se com a beleza de uma botina. Alencar já apreende a adaptação do olho diante das novas formas racionalizadas do movimento, que expressam a desintegração da subjetividade e a dispersão do desejo em fragmentos mutáveis, ambíguos, instáveis.

...Horácio acendia duas velas transparentes e colocava-as a um e outro lado a almofada de veludo escarlate, sobre uma mesinha de charão, embutida de madrepérolas. Tirava de um elegante cofre de platina a mimosa botina, de modo que se visse perfeitamente a graciosa forma do pé que habitara aquele mundo de amor. Então acendia o charuto, sentava-se numa cadeira de espreguiçar, defronte, porém distante, para que o fumo não se impregnasse na botina, e ficava em muda e arrebatada contemplação até alta noite. (ALENCAR, 1959, p. 596)

A imagem do “caleidoscópio” que coincide, para muitos artistas e intelectuais, com a variação e o dinamismo da modernidade foi utilizada por Karl Marx para exemplificar o oposto: não a variação, mas a simétrica repetição que se apresenta ao espectador, equivalente ao efeito do paradigma industrial, com sua produtividade e eficiência na oferta de bens de consumo. A produção repetida e mecânica das mesmas imagens que geram uma sedutora e fantasmagórica visão do real, garantida não somente pela disseminação em massa das

técnicas de ilusão, pela reeducação dos sentidos e sua alienação, mas sobretudo, pelas relações de propriedade.

A propriedade privada tornou-nos tão estúpidos e unilaterais que um objeto só é nosso quando o temos, quando existe para nós como capital ou quando é imediatamente possuído, comido, bebido, vestido, habitado, em resumo, utilizado por nós. (...) Em lugar de todos os sentidos físicos e espirituais apareceu assim a simples alienação de todos esses sentidos, o sentido do ter. O ser humano teve que ser reduzido a esta absoluta pobreza, para que pudesse dar à luz a sua riqueza interior partindo de si. (MARX, 1985, p. 11)

O observador descentrado, a dispersão da visão, a separação dos sentidos e sua alienação, são exigências do econômico que necessita da rápida coordenação do olhar e do conhecimento preciso da capacidade ótica e sensorial humana.

Machado de Assis, em *Capítulo dos Chapéus*, apresenta a percepção desse observador, embotada pelo sinuoso movimento de consumo e circulação, guiada pela ilusão, de poder e liberdade, anunciada na mercadoria, a que o narrador denominou de “princípio metafísico”. Denominação perfeita para expressar a sofisticada relação abstrata entre homens e coisas, num país sustentado por trabalho escravo.

A escolha do chapéu não é uma ação indiferente, como você pode supor; é regida por um princípio metafísico. Não cuide que quem compra um chapéu exerce uma ação voluntária e livre; a verdade é que obedece a um determinismo obscuro. (...) O princípio metafísico é este: – o chapéu é a integração do homem, um prolongamento, um complemento decretado *ab eterno*, ninguém o pode trocar sem mutilação.(...) Talvez eu escreva uma memória a este respeito.(...) Quem sabe? Pode ser até que nem mesmo o chapéu seja complemento do homem, mas o homem do chapéu. (ASSIS, 1986, p. 403)

Por centralizar a administração federal, a cidade do Rio de Janeiro afirma-se como o maior mercado consumidor brasileiro, tendo sido fortemente beneficiada por programas de obras, para reformas e modernização, possíveis graças ao grande afluxo de capitais estrangeiros entre 1903 e 1913. A necessidade de solução dos problemas básicos da cidade, como a falta d’água, condições precárias de saúde, transporte e moradia é abandonada para favorecer a construção de uma imagem através de um projeto urbanístico que tem em Paris o seu modelo político e metodológico e, acima de tudo, estético.

A realidade urbana adquire uma condição mágica pela transferência da mercadoria, de lojas e vitrines, para o espetáculo das ruas, com a multidão extasiada. Nessa realização do capitalismo como cultura, tudo o que é desejável – sexo, prestígio social, moda, poder – transforma-se em mercadoria apre-

sentada como fetiche, em exposição, para a massa de espectadores e ávidos consumidores. Simultaneamente, dá-se a valoração extrema da experiência visual, com mobilidade e permutabilidade sem precedentes, ligada a técnicas para fixar a atenção e impor a homogeneidade. “O consumidor real torna-se consumidor de ilusões. A mercadoria é essa ilusão efetivamente real, e o espetáculo é sua manifestação geral” (DEBORD, 1997, p. 33).

O fascínio mágico do moderno se exerce nas ruas, nas vitrines, na imprensa, na moda, em forma de espetáculo, permitindo a coexistência de fantasias e miragens de progresso que inspiram os homens ao consumo de imagens da modernidade. Com as imagens-mercadorias, a imaginação fixa-se no cotidiano através de etiquetas que anunciam sucesso, felicidade, beleza e vendem solidão, desejos frustrados e perda de identidade que se dilui nos objetos. Estes, como que ganham vida autônoma absorvendo os indivíduos, fragmentados e dispersos pelas cidades e seus centros de consumo.

O belo conto *Um e outro*, escrito em 1913 por Lima Barreto, recria alegoricamente esse momento de dispersão da individualidade na multidão, de pessoas e objetos, em que tudo se equivale e se torna intercambiável. Lola, a protagonista, que todos se habituaram a ver como objeto de luxo, projeta a sua paixão a um “*chauffeur*” de um carro arrojado e moderno. Se, as partes do seu corpo de prostituta registram as oscilações e desvios de identidade – imigrante, criada, amante opulenta – diante do fascínio do automóvel e sua imagem de poder, beleza e virilidade, a personagem perde-se completamente entre *um*, objeto-mercadoria, e *outro*, ser humano-mercadoria.

Entre ambos, ‘carro’ e *chauffeur*, ela estabelecia um laço necessário, não só entre as imagens respectivas como entre os objetos. O ‘carro’ era como os membros do *outro* e os dois completavam-se numa representação interna, maravilhosa de elegância, de beleza, de vida, de insolência, de orgulho e força. (LIMA BARRETO 1956a, p. 251)

Extremamente visual na criação com palavras, o escritor Lima Barreto sustenta este conto no deslocamento do olhar da protagonista que movimentava a relação estética entre pessoa, objetos e espaços. Seu olhar dirige-se para o espelho onde vê refletida a sua trajetória de imigrante a prostituta; avalia-se no olhar de admiração e inveja dos amantes e de outras mulheres; flagra detalhes dos passantes na rua ou dos passageiros do bonde; consome com os olhos vitrines, figurinos e mercadorias assim como olha atentamente os imponentes prédios e monumentos, como o Teatro Municipal: “olhou-lhe as colunas, os dourados; achou-o bonito, bonito como uma mulher cheia de atavios.” (LIMA BARRETO, 1956a, p. 252)

Nesse diálogo entre imagens, destaca-se uma significativa peculiaridade da cultura brasileira: a realidade modificável intensa e esteticamente, pela avalanche consumista de produtos sofisticados, pela rapidez na absorção de inventos técnicos que interferem na apreensão das relações sociais e no comportamento dos indivíduos. Adquire-se através dos produtos um estilo de vida estético, refinado, cosmopolita, atualizado com os últimos inventos e teorias e sustentado pelo trabalho que ainda é escravo, apesar da Abolição.

A precariedade, ou a não existência do exercício de cidadania, assim como as estreitas possibilidades de ascensão social são substituídas por uma mudança em imagens, pela liberdade de consumir uma pluralidade de imagens (ou diferentes estilos estéticos) que passa a corresponder à liberdade econômica, social, política. Inúmeros textos da Literatura Brasileira, em seus diversos momentos, discutem esse tema e pensadores sociais incluem em seus estudos observações importantes acerca desse processo, como o autor de *O Ornitorrinco*.

Todas as formas dos produtos da revolução molecular-digital podem chegar até os estratos mais baixos de renda, como bens de consumo duráveis: as florestas de antenas, inclusive parabólicas, sobre os barracos das favelas é sua melhor ilustração. Falta dizer, ao modo frankfurtiano, que essa capacidade de levar o consumo até os setores mais pobres da sociedade é ela mesma o mais poderoso narcótico social. (OLIVEIRA, 2003, p. 144)

No século XX, a atividade de produzir e consumir imagens intensifica-se, tornando-as poderosas e essenciais nas redefinições da realidade. Paradoxalmente, a sociedade brasileira assimilou o fascínio pela imagem, e seu teor estético, como traço inerente à nossa identidade cultural, o que produz um encontro perverso, simultâneo, entre a tradição herdada – a de termos sido colonizados pela imaginação – e a nova colonização feita pelo consumo de bens culturais.

O espetáculo do saber

O sonho de um pai remediado dos séculos XVII e XVIII era ter um filho padre, tanto quanto no século XIX era tê-lo doutor, médico ou advogado, e político. À época colonial, as escolas jesuíticas não se dedicavam propriamente ao ensino, mas ao proselitismo e ao noviciado, atendendo aos filhos dos mais ricos e poderosos. O colégio resumia a vida das cidades: “era a casa de espetáculos, sala de conferências, academia literária e órgão autorizado de notícias.” (RIZZINI, 1988, p. 203) Também promovia festas disputadas para apresen-

tação de seus alunos, com passeatas alegres e cenografia com fogos, charangas, luzes e cores. A conclusão de um curso e a entrega de diploma de mestre constituía-se num verdadeiro espetáculo feito de “discursos, juramentos, música e séqüito, sem faltar o anel (...) o capelo azul, o livro, o cavalo e o pajem com o barrete”. (RIZZINI, 1988, p. 204)

Rituais de um saber difundido como um verniz superficial e marcado por símbolos exteriores de prestígio e opulência, num país de analfabetos. Da colônia à república, sofisticam-se os ritos e o saber se reveste de novos títulos, trajes e atitudes para impor autoridade, imprimindo como fetiches categorias externas aos indivíduos. Constrói-se a imagem do saber num espetáculo em graus diversos, desde a sedução da pose, deliberadamente estética, de sisudez, rigor e compenetração até a violência e o autoritarismo de que se reveste o pseudoconhecimento.

Diversos críticos da cultura brasileira, entre eles Manoel Bonfim e Sérgio Buarque de Holanda, realizaram estudos sobre as diversas atitudes, ou poses, que expressam saber – do discurso, às vestimentas, gestos, declaração pública de preferências – condensadas no que denominaram “bacharelismo”. Na literatura há inúmeras criações sobre esse processo de estetização do saber e, uma das mais famosas, a *Teoria do Medalhão*, de Machado de Assis, traz a receita, convenientemente às avessas, da cartilha liberal de como se forma um respeitável sábio, especialmente pelos benefícios da publicidade. Afinal, com o discurso impregnado de liberalismo, os políticos brasileiros legitimaram a escravidão, pelo uso bastante eficaz das instituições parlamentares para garantir as bases de um complexo agroexportador, a construir o ideal de um Império unido pelo latifúndio e tendo o trabalho escravo como fator estrutural da economia cafeeira. Ao mesmo tempo, nos salões reina o espetáculo, ecoando discursos retumbantes e gestos, trajes, móveis e produtos importados aliados a inventos óticos como o diorama, a estereoscopia, a fotografia.

Um dos pontos fortes da obra do escritor Lima Barreto é a crítica que ele exerce ao saber como espetáculo quando cria personagens que ostentam o título de doutor, cobertos pelo verbalismo oco, adulação e prepotência. O interessante na sua abordagem reside na percepção de que a construção estética da imagem do saber coaduna-se com a nossa história cultural e, ao mesmo tempo, com os pressupostos da modernidade, do início do século XX. Tanto quanto o fetiche das ruas e vitrines, o saber configura-se a partir de uma aura mágica, de discurso civilizatório e atuação de prestidigitador. “Doutor!... Era mágico o título, tinha poderes e alcances múltiplos (...). Era um *pallium*, era

alguma coisa como clâmide sagrada, tecida com um fio tênue e quase imponderável, mas cujo encontro os maus olhares, os exorcismos se quebravam. (LIMA BARRETO, 1956b, p. 54)

Personagens que vão desde um Armando Borges, – o doutor que troca a lombada dos livros a fim de não dormir na leitura dos textos – passando pelo burocrata Genelício até o conhecido Senhor Castelo, de *O homem que sabia javanês*. Todos reconhecem os princípios que fundamentam os valores na sociedade e fazem a leitura pelo espelho dos termos saber, conhecimento, reflexão crítica e, coerentes com o seu tempo, demonstram conhecer a importância da imagem sobre o real.

Afinal, o escritor também fora contemporâneo da emergência de uma elite profissional que já incorporara os princípios liberais à sua retórica e passava a adotar um discurso científico-evolucionista como modelo de análise social, transformando o letrado em homem de ciência. No entanto, a moda científica entra no país por meio da literatura, e não da ciência mais diretamente: modelos e teorias ganhavam larga divulgação por meio dos heróis e dos enredos, que privilegiavam as máximas científicas evolucionistas. Ainda que não formassem um grupo homogêneo, esses intelectuais guardavam certa afinidade que os unia: circulavam pelos diferentes centros, estabelecendo relações de intercâmbio cultural, por um lado e, por outro, garantiam, com isso, certo reconhecimento e polivalência para encobrir a parca especialização e a frágil delimitação das áreas de saber. (SCHWARCZ, 1993)

Os protagonistas dos romances de Lima Barreto são intelectuais. O escritor Isaiás Caminha apresenta a perspectiva oposta ao *Bildungsroman* quando a formação do jovem de família humilde e seu aperfeiçoamento como indivíduo e cidadão resulta num êxito esdrúxulo: torna-se bem-sucedido jornalista e político, próximo do saber como espetáculo e alheio ao conhecimento como crítica e reflexão. Quanto mais aprende a importância do saber como poder, em detrimento do prestígio intelectual, maiores posições sociais alcança. Policarpo Quaresma, estudioso e leitor, retira das concepções cultura, país, paisagem e sujeito seu componente estético, isto é, compreende como verdade “objetiva” o conjunto de metáforas, metonímias e antropomórficos que explicam nossa história cultural; negligencia o viés estético da construção intelectual em diálogo com a epistemologia européia. À medida que desvenda o quanto de invenção guardam aquelas verdades, cresce como personagem, adquire o conhecimento crítico de intelectual e aumenta sua insignificância trágica para a sociedade, num diálogo rico com o trágico fim do sábio aprisionado, no conto *Como o “homem” chegou*.

Gonzaga de Sá, o “historiador artista” associa os elos de memória à história e revela, ao leitor, as camadas de estereótipos que encobrem montanhas, rios ou as vitrines e ruas. A não obtenção de prestígio por esses personagens intelectuais não possibilita considerar a impotência, o fracasso, ou até o niilismo, como marca do projeto literário do escritor. Os narradores de seus romances negam isso e possibilitam um interessante movimento de crítica e reflexão acerca do papel da literatura, enquanto experiência estética, que molda a realidade. Paradoxalmente, a literatura engendra os processos estéticos para o conhecimento de nossa realidade cultural, e do mundo, e a própria literatura realiza a sua crítica. Na perspectiva de Lima Barreto, em diálogo com seus pares, esta é a tarefa da “literatura militante”.

Um dos aspectos relevantes dos seus textos literários é a possibilidade da reflexão sobre o intelectual brasileiro, no seu tenso diálogo com a epistemologia europeia, que utiliza a estética para inserir o seu discurso nos sistemas do pensamento moderno. Na mesma medida em que, internamente, realiza ritos e espetáculos para ostentação de um saber compreendido como poder. É preciso estetizar através de anéis, diplomas, gestos, atitudes e discursos o sujeito intelectual, num espetáculo que encena conhecimento para muitos espectadores, analfabetos.

Estética é, portanto, uma interessante estratégia na formação cultural brasileira: estratégia econômica que define o nosso lugar de consumidores no espetáculo do consumo; estratégia política que cria imagens para naturalizar desigualdades e diferenças. A exemplo, a natureza exuberante que silencia o homem brasileiro, tornando-o espectador da exploração e cultivo de suas riquezas por outrem.

Se a estética é estratégia, o espetáculo é tradição. A televisão, os processos microeletrônicos, a mídia e a cultura de massa realizam um encontro, perverso, com a nossa mais profunda tradição.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALENCAR, J. de. A pata da gazela. *Obra completa*. Rio de Janeiro: Editora José Aguilar, Ltda., 1959, vol 1.
- . Cartas sobre a Confederação dos Tamoios. In: COUTINHO, Afrânio, (Org.). *Caminhos do pensamento crítico*. Rio de Janeiro: Pallas; Brasília: INL, 1980.

- ARGAN, Giulio Carlo. *Arte moderna*. Trad. Denise Bottmann e Federico Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- ASSIS, M. de. Capítulo dos Chapéus. Histórias sem data. *Obra completa*. Rio de Janeiro: Editora Nova Aguilar, 1986. vol. 2.
- CHAUI, Marilena. *Simulacro e poder. Uma análise da mídia*. São Paulo: Fundação Editora Perseu Abramo, 2006.
- DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FOUCAULT, M. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. Trad. Salma Tannus Michail. 3a. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- GINZBURG, Carlo. *Olhos de madeira*. Nove reflexões sobre a distância. Tradução de Eduardo Benedito. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- GRUZINSKI, Serge. *A colonização do imaginário: sociedades indígenas e ocidentalização no México espanhol. Séculos XVI-XVIII*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Visão do paraíso: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil*. 2ª. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.
- LÉRY, Jean de. *Viagem à terra do Brasil*. Tradução e notas de Sérgio Milliet. São Paulo: Martins; Edusp, 1972.
- LIMA BARRETO, A. H. de. Um e outro. Clara dos Anjos. In: *Obras de Lima Barreto*. São Paulo: Brasiliense, 1956 a.
- . Recordações do escrivão Isaías Caminha. In: *Obras de Lima Barreto*. São Paulo: Brasiliense, 1956b.
- MARX, K. *Manuscritos econômico-filosóficos*. Trad. de José Carlos Bruni ... [et al]. 3ª. ed., São Paulo: Abril Cultural, 1985.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX. Neurose*. Trad. de Maura Ribeiro Sardinha. 9ª. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- NUNES, Benedito. "A visão romântica". In: GUINSBURG, J. (Org.). *O Romantismo*. São Paulo: Perspectiva, 1993. pp. 51-74.
- OBRA CRÍTICA de Araripe Jr. COUTINHO, A. (Org.). *Caminhos do pensamento crítico*. Rio de Janeiro: MEC/ Fundação Casa de Rui Barbosa, 1958. v 2.
- OLIVEIRA, Francisco de. *Crítica à razão dualista. O ornitorrinco*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.

- RIZZINI, Carlos. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil*; com um breve estudo geral sobre a informação. Ed. Fac-similar. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1988.
- SCHWARCZ, Lília M. *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil – 1870-1930*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- WELSH, Wolfgang. Estetização e estetização profunda ou a respeito da atualidade da estética nos dias de hoje. Trad. Álvaro Valls. In: *Porto Arte*. Revista de Artes Visuais. Porto Alegre: Instituto de Artes/UFRGS, v.1., num 1, junho de 1990.

Resumo: O artigo pretende refletir sobre o processo de estetização como marca da formação cultural brasileira. A estética, compreendida como estratégia econômica, política e cultural, impregna a natureza, o espaço urbano, o saber e os sujeitos, propagando-se pelo espetáculo que define identidades, naturaliza diferenças, cria consumidores. No centro desse processo e através da literatura, está o intelectual, criador e crítico desse espetáculo.

Palavras-chave: Estética; Espetáculo; Literatura; Intelectual.

Abstract: The article intends to reflect on the aestheticization process as mark of the Brazilian cultural formation. The aesthetic one, understood as economic strategy, cultural politics and, impregnates the nature, the urban space, knowing and the citizens, spreading for the spectacle that defines identities, naturalizes differences, creates consumers. In the center of this process and through literature, she is the intellectual, creator and critic of this spectacle.

Key words: Aesthetic; Spectacle; Intellectual; Literature.