



Eloise Porto Ferreira

Autor 24 horas

Alcances (possíveis) em um toque virtual

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo programa de Pós-graduação em Literatura, Cultura e Contemporaneidade do Departamento de Letras da PUC-Rio.

Orientadora: Vera Lúcia Follain de Figueiredo

Rio de Janeiro
Abril de 2013



Eloise Porto Ferreira

**AUTOR 24 HORAS: ALCANCES (POSSÍVEIS) EM
UM TOQUE VIRTUAL**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Literatura, Cultura e Contemporaneidade do Departamento de Letras do Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Profa. Vera Lucia Follain de Figueiredo
Orientadora
Departamento de Letras – PUC-Rio

Profa. Giovanna Ferreira Dealtry
PUC-Rio

Profa. Stefania Rota Chiarelli
UFF

Profa. Denise Berruezo Portinari
Coordenadora Setorial do Centro de Teologia
e Ciências Humanas – PUC-Rio

Rio de Janeiro, 05 de abril de 2013.

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização do autor, do orientador e da universidade.

Eloise Porto Ferreira

Graduou-se em Letras (Português/ Literatura Brasileira e Literatura Portuguesa) pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro em 2002. Atualmente, dedica-se à área de estudos do intercâmbio entre literatura e novas mídias no curso de Mestrado em Literatura, Cultura e Contemporaneidade da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Ficha Catalográfica

Ferreira, Eloise Porto

Autor 24 horas / Eloise Porto Ferreira ; orientadora: Vera Lúcia Follain de Figueiredo. – 2013.

118 f. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Letras, 2013.

Inclui bibliografia

1. Letras – Teses. 2. Autor. 3. Internet. 4. Novas mídias. 5. Literatura brasileira contemporânea. 6. Novas tecnologias. 7. Mercado editorial brasileiro. I. Figueiredo, Vera Lúcia Follain de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Letras. III. Título.

CDD: 800

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e ao Departamento de Letras, pela recepção acolhedora no seu Programa de Pós-Graduação Strictu Sensu.

À minha professora orientadora, Vera Lúcia Follain de Figueiredo, por sua imensa dedicação nas aulas e no decorrer dessa dissertação. Vera é um exemplo a ser seguido por seus alunos, e isso é uma opinião unânime de quem foi seu aluno ou orientando.

Aos demais professores com quem tive o prazer de conviver durante o curso: professora Marília Rothier Cardoso, Rosana Kohl Bines, Karl Erik e Júlio Cesar Valladão Diniz. A todos, meu imenso carinho.

Aos professores da Pós-Graduação Lato Sensu em Literatura, Arte e Pensamento Contemporâneo, por toda a aprendizagem possibilitada.

Agradeço a Maria Teresa César, pelo apoio incondicional em tudo.

À minha família, por todo o apoio.

A todos os colegas que fizeram desse curso uma experiência pessoal, inesquecível e única, em especial, Adriano Ferreira Ennes e Flávia Iriarte Tortima.

Aos meus amigos de trabalho, pela paciência nos momentos de loucura acadêmica, em especial o apoio de Felipe Bordalo.

Aos amigos em geral que tive a sorte de conhecer.

Resumo

Ferreira, Eloise Porto; Figueiredo, Vera Lúcia Follain de. **Autor 24 horas. Alcances (possíveis) em um toque virtual.** Rio de Janeiro, 2013. 118p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Navegar é preciso, viver não é preciso, evocava o poeta Fernando Pessoa. No início do século XXI, navegar também é o verbo. Porém, navegamos todos nas ondas da *internet*. Sites aparecem e somem na tela em questão de segundos – basta clicar uma vez. O presente trabalho pretende investigar como a autoria se configura na contemporaneidade, considerando o surgimento das chamadas novas mídias. Serão analisados dois fenômenos: o primeiro é o do descentramento da autoria, com a publicação de experiências de escrita compartilhada em *blogs* e “interferências” do mercado editorial sobre o processo de produção da escrita, com sugestão de temas, de formatos ou procedimentos que costumavam ser geridos pelo próprio autor na criação de sua obra. O segundo fenômeno, aparentemente oposto ao primeiro, refere-se ao fortalecimento da figura do autor nos meios virtuais, especialmente nas redes sociais, o que pode nos sugerir uma “ressurreição do autor”. Esse fortalecimento passa pela criação da persona do autor em ambiente virtual, onde tudo parece ser impreciso, pois um único suporte – a tela do computador – é o espaço tanto da comunicação de informações consideradas reais quanto da ficção. Portanto, pretendemos investigar a presença do autor em dois campos: no campo virtual, com participação e trabalho na *internet*, e no campo presencial, através da participação em feiras literárias, entrevistas e outros eventos, destacando-se a sua crescente profissionalização. Michel Foucault, na década de 60, pergunta “O que é um autor?”, e seu questionamento permanece extremamente vívido na volatilidade dos tempos cibernéticos.

Palavras-chave

Autor; internet; novas mídias; literatura brasileira contemporânea; novas tecnologias; mercado editorial brasileiro.

Abstract

Ferreira, Eloise Porto; Figueiredo, Vera Lúcia Follain de (Advisor). **24 hours author: possible interactions through virtual contacts**. Rio de Janeiro, 2013. 118p. MSc. Dissertation – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Navigare necesse est, vivere non est necesse – suggested the portuguese poet Fernando Pessoa. In the beginning of the 21st century to navigate is a powerful verb, since we all navigate on the internet. At a click - sites come and go in our screens. This dissertation intends to investigate how authorship develops in contemporary times, in the face of the birth of new media. We intend to analyze two phenomena: the first one would be a ‘decentralisation of authorship’ through the publishing of ‘shared writing’ in blogs and the interference of the publishing market in the process of writing, with suggestions of themes, formats or procedures that used to be in authors’ hands in the past. This phenomenon demonstrates the progressive professionalization of the author. The second one – apparently opposed to the first one – refers to what we might call the strenght of the author’s image, especially in cyberspace, that has lead to a kind of “resurrection of the author”. This phenomena contributes towards the creation of an author’s persona in cyberspace, where everything seems to be imprecise, since a single arena – the computer screen – is the place where both fictional and non-fictional communication takes place. Therefore, we intend to investigate the author’s presence in two fields: cyberspace, through their participation and work on internet, and in ‘real life’, through their participation in literary events and interviews. “What is an author?” Michel Foucault asked back in the ‘60s, and his question remains relevant in the volatility of our cyber times.

Keywords

Author; internet; new media; contemporary Brazilian literature; new technologies; Brazilian publishing market.

Sumário

Introdução.....	9
Capítulo 1 – O nome na capa, ao alcance dos olhos	21
1.1. O nome na capa, por Michel Foucault.....	23
1.2. O nome na capa, por Roland Barthes.....	32
1.3. O nome na capa, por Philippe Lejeune.....	35
1.4. O nome na capa, por Giorgio Agamben.....	45
1.5. O nome na capa, ao alcance das mãos.....	50
Capítulo 2 – Carisma, personalidade e obra.....	53
2.1 A presença do escritor como celebridade – sobre carisma e mercado.....	53
2.2. A presença do autor enquanto personagem – diluição de limites.....	68
Capítulo 3 – A profissionalização do autor e o autor multimídia	84
3.1. O autor, profissão jornalista, editor, roteirista.....	85
3.2. O descentramento da autoria – o autor no mercado literário.....	96
3.3. Alugamos penas e também nos alugamos para sonhar.....	103
Conclusão.....	105
Referências bibliográficas.....	115

Toda palavra é como uma mácula desnecessária no silêncio e no nada.

Samuel Beckett

Introdução

Uso a palavra para compor meus silêncios.
Não gosto das palavras
fatigadas de informar.
Dou mais respeito
às que vivem de barriga no chão
tipo água pedra sapo.
(...)
Meu quintal é maior do que o mundo.
Sou um apanhador de desperdícios:
Amo os restos
como as boas moscas.
Queria que a minha voz tivesse o formato de um canto.
Porque eu não sou da informática:
eu sou da invencionática.
Só uso a palavra para compor meus silêncios.
Manoel de Barros

Aparentemente, começar essa dissertação com um autor como Manoel de Barros é um contrassenso: trata-se de um estudo que pretende investigar a presença do autor contemporâneo no campo cibernético e inicia-se com a frase: “porque não sou da informática”. Começo essa dissertação, portanto, justificando-me: escritores como Manoel de Barros não estarão presentes aqui, a não ser nessa epígrafe. A participação deles termina aqui. Os autores que selecionamos têm computadores em casa. Autores como Manoel de Barros, que não são da informática, estão cada vez mais raros no nosso mercado editorial atual.

Quem é o autor? Um “apanhador dos desperdícios”? Alguém cujo trabalho é inventar, compor – um artista da palavra? Ou será aquele que faz da escrita um trabalho, uma profissão? O que significa a palavra autoria nos dias de hoje? Será que estamos diferenciando escritor de autor, como podemos entrever na língua inglesa (*writer* e *author*) ou francesa (*écrivain* e *auteur*)? Partindo da premissa de Roger Chartier, que distingue o escritor (aquele que escreve qualquer coisa) do autor (aquele que se propõe a dar um valor artístico à palavra), podemos inferir que, nos tempos atuais, encontramos o hibridismo do escritor-autor, aquele que “escreve” profissionalmente, que dá à escrita “status” de trabalho financeiramente remunerado, e que simultaneamente constrói suas “obras de autoria”, ou seja, obras que não têm como proposta principal atenderem às demandas mercadológicas, e sim as artísticas. O autor contemporâneo é, paradoxalmente,

aquele que circula entre o fogo da “fogueira das vaidades” – fogo que é retomado simbolicamente, que parece estar atrelado à figura do autor desde a época da Inquisição, onde suas palavras poderiam condená-lo à fogueira dos hereges – e a virtualidade dos campos cibernéticos, onde a informação circula (e parece se desmanchar no efêmero, como fogos de artifício) pelo ar.

Os questionamentos sobre a figura do autor, obviamente, sempre se fizeram presentes nos estudos literários. O autor já “morreu” pelas mãos de Roland Barthes, já foi incensado como grande gênio pelos românticos, já foi examinado em nuances pela atenta lupa de Michel Foucault, já foi desconstruído, já foi parodiado pelos modernistas – mas sua função, importância e posição nunca passaram incólumes na montanha-russa da construção/desconstrução de conceitos. Esse trabalho começa, portanto, com a desconstrução empreendida por Michel Foucault e Roland Barthes na década de 60, com relação ao conceito de autoria.

Por muito tempo, o autor era a autoridade sobre o texto. Herança da geração romântica, o senso comum com relação à autoria era o imaginário de alguém com um dom particular, uma verve genial predestinada para poucos. A partir das obras dos referidos pensadores, a centralidade do autor é posta em questionamento.

No estudo *A morte do autor*, Roland Barthes faz ponderações importantes sobre a construção da figura autoral. Ele inicia seu artigo lembrando ao leitor que a figura do autor nasce com o culto ao indivíduo.

O autor é uma personagem moderna, produzida sem dúvida por nossa sociedade na medida em que, ao sair da Idade Média, com o empirismo inglês, o racionalismo francês e a fé pessoal na Reforma, ela descobriu o prestígio do indivíduo ou, como se diz mais nobremente, da “pessoa humana”. (Barthes, 2004, p.58)

Barthes lembra da importância dada à figura do autor nos manuais literários, e como a nossa cultura literária está centralizada “tiranicamente” no autor. “A explicação da obra é sempre buscada do lado de quem a produziu”, não bastava, portanto, a palavra escrita do autor, através da interpretação dela, buscava-se a “voz” imaginária de suas “confidências”.

O final do século XIX e o início do século XX trarão, especialmente pelas mãos dos escritores de vanguardas, o início do questionamento da centralidade do autor, a possibilidade de quebrar a linearidade da escrita e de associar a

interpretação à ideia do jogo de dados. Em *A morte do autor*, o poeta francês Mallarmé é apontado como aquele que primeiro indicou a necessidade de colocar a linguagem em primeiro plano, para Barthes, é “a linguagem que fala, não o autor”. A partir do momento em que abandonamos a possibilidade única de interpretação de um texto, e o entendemos como uma tessitura, “um espaço de dimensões variadas onde se casam e se contestam escrituras variadas, das quais nenhuma é original”, o gesto do autor ao escrever passa a ser visto como uma retomada de um gesto anterior, nunca original – e não há genialidade alguma fora da impossibilitada originalidade, conseqüentemente.

Se tomamos como referência o abalo da figura do autor, no campo teórico, causado pelo texto de Barthes, podemos dizer que assistimos, hoje, com o aparecimento das novas tecnologias audiovisuais e da internet, acompanhadas de novas estratégias de *marketing*, a um fenômeno que poderíamos chamar de “ressurreição do autor”. A “ressurreição do autor” se caracteriza pelo constante aparecimento do autor na mídia, assim como pelo fortalecimento do seu nome, visando ampliar o público consumidor de suas obras. Problematizar esse fenômeno, investigando de que maneira ele se dá no campo presencial e no virtual, é um dos objetivos principais dessa dissertação. Se no século XX, para Barthes, “o nascimento do leitor deve pagar-se com a morte do Autor”, ponderamos que o nascimento do leitor, no século XXI, deve pagar-se com sua constante sedução pelo Autor, exposto nas páginas e nas telas, em todos os espaços de visualização possíveis.

A questão do “nome do autor”, que já se insinua no parágrafo anterior, nos remete necessariamente para a discussão proposta por Michel Foucault no artigo “O que é um autor?” em 1969. A problematização do conceito de autor começa com o questionamento do próprio conceito de obra – o que chamaremos de obra? Seria obra tudo o que o autor escreve, de seus aforismos à sua lista de supermercado (por que não seria? Que critérios estão intrínsecos nessa seleção?)

Michel Foucault parte de duas perguntas: “O que é o nome do autor?” e “Como ele funciona?”, sugerindo que está longe de apresentar soluções para elas, que, para esses questionamentos encontraremos tão somente mais questionamentos. O nome do autor é um nome próprio que está para além da função indicativa, é, segundo o artigo, o equivalente a uma descrição.

O nome próprio e o nome do autor estão situados entre esses dois polos da descrição e da designação: eles têm seguramente uma certa ligação com o que eles nomeiam, mas não inteiramente sob a forma de designação, nem inteiramente sob a forma de descrição: ligação específica. Entretanto – e é aí que aparecem as dificuldades particulares do nome do autor –, a ligação do nome próprio com o indivíduo nomeado e a ligação do nome do autor com o que ele nomeia não são isomorfas nem funcionam da mesma maneira. (Foucault, 2009, p.272)

Na problematização desse conceito, Foucault toma, como exemplo, dados hipotéticos sobre o escritor William Shakespeare e mudanças também hipotéticas nesses dados, isto é, indaga o quanto essas mudanças poderiam afetar (ou não) o nome de autor Shakespeare. Foucault nos lembra, portanto, que “um nome de autor não é simplesmente um elemento em um discurso”, um nome próprio qualquer, mas do que isso, o nome do autor “exerce um certo papel em relação ao discurso: assegura uma função classificatória (...)” – os textos pertencem à aquele autor, são agrupados sob o nome de um determinado autor.

Enfim, o nome do autor funciona para caracterizar um certo modo de ser do discurso: para um discurso, o fato de haver um nome do autor, o fato de que se possa dizer “isso foi escrito por tal pessoa”, ou “tal pessoa é o autor disso”, indica que esse discurso não é uma palavra cotidiana, indiferente, uma palavra que se afasta, que flutua e passa, uma palavra imediatamente consumível, mas que se trata de uma palavra que deve ser recebida de uma certa maneira e que deve, em uma dada cultura, receber um certo *status*. (Foucault, 2009, p.273/274)

Daí será que podemos inferir que o nome do autor está ligado ao sistema de valoração desse nome no mercado de bens simbólicos? Será que o status denuncia a construção do nome do autor? As observações do filósofo francês sobre a função autor e suas características são, então, esclarecedoras:

Eu os resumirei assim: a função autor está ligada ao sistema jurídico e institucional que contém, determina, articula o universo dos discursos; ela não se exerce uniformemente e da mesma maneira sobre todos os discursos, em todas as épocas e em todas as formas de civilização; ela não é definida pela atribuição espontânea de um discurso ao seu produtor, mas por uma série de operações específicas e complexas; ela não remete pura e simplesmente a um indivíduo real, ela pode dar lugar simultaneamente a vários egos, a várias posições-sujeitos que classes diferentes de indivíduos podem vir a ocupar. (Foucault, 2009, p.279/280)

Ao discutir as características da função autor, Foucault analisa, por exemplo, as implicações da atribuição do nome do autor a um texto literário. Ao contrário de vários discursos – o científico, por exemplo; a partir de uma determinada época, o discurso literário não era mais aceito “senão quando provido da função autor”, uma das primeiras perguntas que seriam impostas ao texto literário era “quem o escreveu?”, sendo o anonimato rechaçado pela comunidade cultural. Outro importante aspecto a ser ressaltado no estudo é a questão de que o discurso, na nossa cultura, originalmente, como nos lembra Foucault, não era um bem, um produto, ele era um ato, uma performance que continha um potencial “perigoso”. “Ele foi historicamente um gesto carregado de riscos antes de ser um bem extraído de um circuito de propriedades.” Michel Foucault partiu de uma pergunta de Samuel Beckett para escrever *O que é um autor?* e para refletir sobre o tema: “Que importa quem fala?” Levando-se em consideração o mercado editorial atual, essa indiferença parece dissipar-se no século XX: importa muita coisa.

Algumas questões, portanto, são propostas para os críticos e os pensadores da contemporaneidade: o que chamamos de autor? De onde falam os autores? O que é construído com o conceito de autoria? Que tênue fio separa (se é que separa) as relações entre liberdade intelectual e de criação e as regras do mercado de bens simbólicos?

Faz-se necessário, primordialmente, entender a constituição do mercado de bens simbólicos e o desdobramento desse mercado na constituição do campo literário de hoje. Voltaremos-nos, portanto, aos estudos sobre o século XIX, onde Pierre Bourdieu nos aponta o nascimento do mercado: suas regras de produção e circulação de obras, a influência do poder econômico burguês sobre a mídia e a liberdade intelectual, os caminhos do mecenato e o surgimento da figura do “autor-boêmio”, que circulava periféricamente aos salões parisienses daquele século. Partindo da pertinente leitura de Bourdieu sobre o tema, discutiremos as relações, e acima de tudo, as tensões existentes entre a arte e o mercado, considerando a concepção da arte como algo acima das regras mercadológicas, como algo transtemporal e opositivo, ou como algo que, pelo contrário, está profundamente articulado ao mercado, em um processo de retro-alimentação para ambos. Na tensão entre arte e mercado, caminhando sobre o fio da lâmina, corre a pena do autor. Retomaremos a gênese do ideário de “arte desinteressada”, que

ainda guarda resquícios no senso comum, para chegar ao ponto que nos interessa analisar: a tensão existente entre “arte desinteressada” e o papel do escritor junto ao mercado editorial, enquanto profissional. Para Bourdieu,

E como o escritor (*Flaubert, em A Educação Sentimental*) poderia deixar de perguntar-se se o desprezo do escritor pelo ‘burguês’ e pelas posses temporais em que se aprisiona – propriedades, títulos, condecorações, mulheres – não deve alguma coisa ao ressurgimento do ‘burguês’ frustrado, levado a converter seu fracasso em aristocratismo da renúncia eletiva? ‘Artistas: gabar seu desinteresse.’, diz o *Dictionnaire des idées reçues* (Dicionário das ideias feitas). O culto ao desinteresse é o princípio de uma prodigiosa inversão, que faz da pobreza riqueza recusada, portanto, riqueza espiritual. (Bourdieu, 2010, p. 44)

Dá se poderia inferir que a arte desinteressada nasce não da falta de interesse do escritor com relação ao mercado, mas da falta de interesse do mercado em relação ao escritor?

Posteriormente, desdobraremos a nossa observação levando em consideração os dois aspectos que norteiam a nossa discussão, ou os dois fenômenos que parecem surgir nesse início de século XXI: o processo de “descentramento da autoria” e o de “ressurreição” do autor, levando em conta a situação atual do lugar epistemológico e social da arte e do funcionamento de seu mercado.

A nossa discussão nesse ponto se voltará para a contemporaneidade, em especial para os autores que publicaram a partir da última década do século XX e a primeira do século XXI, isto é, as chamadas (pela crítica contemporânea) “Geração 90” e “Geração 00”. Aqui, o autor surgirá como alguém que se quer “profissional da escrita”, que trabalha com a produção literária, totalmente inserido no complexo sistema que é o mercado editorial atual. Deparamo-nos com o homem perante a máquina e seus usos da máquina – em nosso contexto, os usos que os autores fazem das tecnologias como ferramentas de construção artística (produção) e como objetos de interação com o público (*marketing*). Consideraremos o mercado da profissionalização crescente, e da publicidade da obra através da presença física (ou virtual) do autor. Aqui, destacamos duas questões fundamentais e internamente relacionadas: a **legitimação** do autor (através da publicação em suporte impresso e aparecimentos midiáticos em eventos literários) e a **visibilidade** dele, através de redes sociais, divulgação da obra através das mídias audiovisuais, presença em eventos e no campo

cibernético, entre outros. Os tempos atuais parecem indicar diferentes representações do autor, tema que também será abordado no presente trabalho.

O descentramento da autoria será examinada a partir, por exemplo, de obras que circulam em diferentes meios (roteiros adaptados), e projetos resultantes de experiências coletivas no campo cibernético. Além destes projetos, temos ainda a “escritura por encomenda”, com coleções propostas pelas editoras, com temas que são previamente determinados por editores – a coleção *Amores Expressos* é representativa nesse sentido. Com um tema previamente definido por editores, sob a demanda do mercado, os escritores produzem a chamada “literatura de encomenda”, uma prática atualizada na contemporaneidade. A herança romântica sugere, tendenciosamente, que essa “literatura de encomenda” seria pior, posto que contrária ao mito da inspiração genial. Será que esse mito perdura, perante os resultados artísticos alcançados nos dias atuais? Ou aqui poderíamos perceber uma possível confluência entre qualidade artística e demanda de mercado editorial? Nesse contexto de diluição de autoria, é interessante observar que, quanto mais o autor se “dilui”, aproximando-se do mercado, mais a mídia tende a mitificá-lo, criando para ele a aura de celebridade. Nesse sentido, o processo de “diluição de autoria” não seria, portanto, reverso ou opositor ao processo de “ressurreição do autor”, mas uma parte importante desse processo simbiótico.

Concomitantemente à “diluição da autoria”, podemos encontrar a “ressurreição do autor”, que se torna parte de um culto à celebridade como estratégia publicitária do mercado editorial. O nome do autor vende o livro, ele aparece em feiras literárias, em festivais e redes sociais, e sua presença física, sua vida e suas opiniões fazem parte do espetáculo literário de promoção da obra. O que é o *Festival Literário Internacional de Paraty* senão uma reedição (modificada, obviamente, pelos fatores temporais e culturais) dos salões parisienses do século XIX? Logicamente, o advento das novas tecnologias, principalmente a *internet*, propiciou uma maior possibilidade de diálogo entre o autor e o seu público. Partindo dessas ferramentas, ele constrói sua *personavirtual* que auxiliará a divulgação de sua obra. O autor da contemporaneidade, através de ferramentas como o *Twitter*, faz-se presente vinte e quatro horas por dia, mesmo quando não estamos lendo a sua obra ele está ali, para lançar uma ideia, dar sugestões, comentar fragmentos de um dia através de uma *janela quase*

indiscreta. Nesse contexto, podemos concluir que pode existir uma perda de centralidade do suporte do livro, ampliando-se os *paratextos* na internet, que hoje são altamente centralizados na figura do autor. Com a inserção do autor na era digital, seus textos circulam fora do suporte livro, ampliando seu público consumidor – é o autor que constrói e responde, por exemplo, por cada biografia que consta em seus perfis de Facebook. É nesse caminho que o autor pode tornar-se também personagem na estratégia de *marketing* da editora, sob os comandos do agente literário. O autor da contemporaneidade tem a difícil missão de não se fazer esquecer em um tempo onde pouco se guarda na memória, tempos de inflação e pluralidade da informação. Tempos em que, através da própria internet, qualquer um pode tornar-se autor, publicando suas obras sem um suporte editorial. O espaço para os autores parece, por um lado, aumentar com a virtualidade, mas esse espaço *expandido* passa a ser disputado por um maior número de possíveis autores.

Tangenciando a análise dos dois fenômenos, podemos desdobrar outras questões: que novas possibilidades de ficção surgem com a *internet*? Que relações outras são possíveis entre o autor e a sua imagem projetada nos meios de comunicação? As questões que serão levantadas por essa pesquisa são pertinentes a dois campos: ao espaço que o autor utiliza hoje na mídia, em especial a mídia cibernética, para divulgar seu nome e expor sua *persona* virtual, e sua atuação na área do mercado editorial. Para nos guiar pela emaranhada rede que constitui o corpo desse trabalho, o primeiro ponto de interrogação que se impõe é: que novas e possíveis *personas* podemos encontrar no ambiente virtual? – ou melhor – como o ambiente virtual, tal qual um palco teatral plano (a tela do computador como espaço para encenações), descortina e deixa entrever um desfile de personagens que se movem entre a realidade e a ficção, embaralhando essas fronteiras, para os que estão “do outro lado da tela”?

O ponto de interrogação parece ser, definitivamente, aquele que melhor simboliza as questões relacionadas ao campo virtual – as perguntas parecem surgir na mesma velocidade das novas tecnologias. Partimos das perguntas mais cotidianas – como funciona esse novo celular? O que esse novo computador é capaz de fazer? Por que é melhor e devo comprá-lo, ainda que o meu esteja funcionando? – para os questionamentos sobre a interferência desses novos recursos na nossa relação pessoal e com o mundo: você tem *Facebook*? Você

pode mandar esse texto por e-mail? Poderíamos adicionar a essas perguntas algumas outras: qual é o limite da internet? Será que o suporte modifica o valor ou o sentido de um texto? Como um profissional pode utilizar a internet hoje? Para onde essa revolução tecnológica nos levará? Navegamos num mar de pontos de interrogação e, em última análise, a internet não dá conta, ainda que disponibilize de poderosíssimas ferramentas de buscas, das próprias perguntas que ela gera.

O autor contemporâneo está presente não somente nas livrarias e nas feiras literárias, seu texto circula não somente no suporte impresso. Ele hoje tem que ocupar também o espaço da internet, através de blogs e perfis em redes sociais. O autor contemporâneo deve ocupar o papel e a tela, por muitas vezes, de forma insistente. A ideia de “ressurreição do autor” surge, nesse contexto, como um desdobramento à outra pergunta: quais são as estratégias atuais de presentificação do autor? Como um autor utiliza a internet para manter-se no mercado editorial? Como o autor também utiliza a internet como um meio de ficcionalização (de si, das suas experiências) e de divulgação de sua obra? Para investigar a ocorrência do processo de “ressurreição do autor”, selecionaremos alguns trechos de publicações em variados sites, como perfis de *Facebook*, *Twitter*, entrevistas e depoimentos em blogs e *tumblrs* pessoais dos autores representativos da literatura contemporânea, e publicações em blogs públicos, como o blog do Instituto Moreira Salles, em que vários autores publicam e já publicaram, discutindo assuntos pertinentes ao campo literário atual, e o blog da Companhia das Letras, onde encontramos, por demanda da editora, colunas de publicação fixas de autores contemporâneos, como Joca Reiners Terron. A partir desses textos – os “paratextos”¹ dos autores contemporâneos publicados na internet, empreenderemos uma análise de discurso dessa produção, para verificar de que forma internet, presença do autor, divulgação e comercialização de suas obras podem estar interligados.

Como exemplo desse espaço de reflexão e construção da persona autoral no ambiente virtual, encontramos, por exemplo, a postagem do escritor Paulo Scott sobre o uso dos blogs e de suas experiências quando estava na Austrália, para escrever o livro da coleção *Amores Expressos*:

¹ Paratexto, aqui, adquire o sentido metafórico de algo que não está no texto do autor, na sua publicação impressa. (ver Genette: paratextos são os textos que cercam um texto principal, como orelhas de livros, prefácios, críticas etc)

quinta-feira, 7 de fevereiro de 2008
FANTASMA

Imagino que seja possível separar os autores que participam deste projeto em dois grupos: de um lado, os que migram com seus companheiros ou, de alguma forma, acabam encontrando e se relacionando com amigos brasileiros que vivem no local; e, doutro, os que viajam sozinhos e evitam seus nacionais ou conhecidos em geral. Como deu pra notar, faço parte do segundo grupo.

Minha intenção foi a de mergulhar de cabeça na piscina vazia (pra usar um clichê literário), de me relacionar com Sydney no extremo da passividade (da contemplação), dentro das limitações cognitivas de quem nunca a visitou, de quem (até sem querer) acabou despido das garantias da sua rotina brasileira, da ego trip, sem o cirquinho-muleta, sem as facilidades "de redor" que cada um de nós sempre acaba montando (é uma solução natural de defesa, tudo bem).

Na maioria das horas, vago feito um fantasma, em silêncio, observando (e sujeito às conexões mais absurdas): longas viagens de ônibus até os bairros (condados) distantes, como Parramatta, diálogos utilitários e sem oferecimentos, almoços solitários na mesa pra dois do restaurante, caminhadas malemolentes em meio ao turbilhão de executivos nas ruas centrais, a estagnação em meio ao número absurdo de universitários brasileiros gastando sua juventude em aulas de inglês de aproveitamento questionável e trabalhando feito burros de carga (aviso aos irritadinhos que não vejo nada de errado em gastar a juventude, ela gastará de qualquer jeito; e não há mesmo o que altere essa rota).

Na poesia é comum partir de um sentimento, de um momento em que se corporifica uma imagem, uma exultância - em que algo se precipita como a cura que o Céline sugere nos seus livros. Não acho que isso funcione num projeto como o Amores Expressos (não há como progredir apenas na, e de, inspiração quando o alvo deverá ao romanesco).

Estranho ao máximo esta experiência de blog no formato tradicional.

Não sei falar da minha vida, não gosto de expor a minha vida (o Sanduíche de Anzóis, o blog do Elrodriis, funciona como o meio mais eficiente para eu tirar onda com a inquebrável redoma das literatices, serve também pra divulgar as coisas notáveis em geral e chutar alguma poesia). Neste momento, tenho até uma certa inveja de quem consegue fazer isso com graça e sem pudor.

O amigo Eduardo Nasi me disse uma vez: se tu escrevesse sobre essa tua rotina agitada e esquizofrênica daria um baita caldo.

Pois é.

Hoje, acordei as oito.

.
postado por Paulo Scott às 10:25

Em seu discurso, pontuamos algumas expressões como “ego trip”, “cirquinho-muleta” e, finalmente, a declaração “Estranho ao máximo esta

experiência de blog no formato tradicional” como rastros que podem indicar ou uma possível confissão de autor, ou uma tentativa de ficcionalização, de metaforização de uma vivência enquanto autor contemporâneo. “Fantasma”, decreta Paulo Scott. Estranhamente, nada acaba tornando-se tão presente quanto o autor, através da criação do espaço virtual. A rotina “agitada e esquizofrênica”, que consumimos todo dia em nossos computadores, é também parte do que consumimos do autor, do que ele disponibiliza para consumo. A internet é parte da rotina esquizofrênica sem a qual o autor não vive e não vende.

A internet levou a outro patamar algo que já existia anteriormente: a necessidade de divulgar o livro para comercializá-lo, e o papel fundamental da mídia nesse aspecto. Em visita ao Rio de Janeiro, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, em 1992, Michel Maffesoli afirmou:

Fazer um livro é bom, convém saber apresentar este livro, o quanto a imprensa se ocupa dele, que a televisão fale dele, que se saiba por diversos colóquios ou outras reuniões de grande público, colocar em imagem a produção de ideias deste livro, esta espécie de mediatização de um campo que até o presente era um campo de puro pensamento. (Maffesoli, 1993, p. 7)

Ainda no início da década de 90, no século XX, Maffesoli parecia prever algo que estava prestes a acontecer: o estreitamento entre o livro e a imagem, algo que se foi potencializado através da internet, que divulga a imagem do autor e também a do livro.

Se, por um lado, o autor precisa vivificar sua presença no campo cibernético de maneira constante, por outro, também as editoras precisam se fazer presentes através da criação e manutenção de sites e blogs, que por muitas vezes extrapolam o simples limite de ter mais um meio de comercializar seus produtos. Estar na internet hoje, de diferentes maneiras, é algo vital para o mercado editorial. O produto livro tem que ser consumido, o nome do autor precisa ser divulgado como parte da estratégia de *marketing* dessas empresas. Para isso, encontramos, por exemplo, o anteriormente citado blog da Companhia das Letras, que pretende discutir questões relativas à literatura contemporânea através de seus escritores, e o canal de *Youtube* da mesma editora, onde o leitor pode acompanhar os trailers de livros (tal qual os trailers de filmes, vistos no cinema) que são feitos como parte de estratégia de divulgação de lançamentos.

Alguns trailers produzidos restringem-se ao autor narrando partes do seu livro, como podemos ver em *Leite derramado*, de Chico Buarque, onde por cinco minutos o autor, em primeiro plano, lê algumas páginas da história. Outros, como o trailer de *Cachalote*, novela gráfica escrita por Daniel Galera e ilustrada por Rafael Coutinho, são construídos de forma mais complexa, emergindo quase como uma micro-narrativa que revela o potencial artístico do livro. Com uma música clássica ao fundo, nada é lido ou falado: as imagens em preto-e-branco, feitas pelo próprio ilustrador, Rafael Coutinho, contam partes do enredo, alternando-se com comentários elogiosos dos veículos de comunicação, “uma das HQs mais aguardadas do ano – Télió Navega, O Globo”, “seis histórias que abordam solidões por meio de avassaladores silêncios – Carlos André Moreira, Zero Hora”, e posteriormente, o nome do autor e do ilustrador em letras brancas, destacadas sobre o fundo de nuances de cinza e preto, para somente depois aparecer o nome do livro – *Cachalote*. Uma sequência de imagens surge de forma acelerada como um clímax, para ser entrecortada por mais um comentário da mídia, dessa vez do jornal O Estado de São Paulo, arrematada pelo comentário final: à venda nas melhores livrarias.

Essa pesquisa não pretende se restringir à atuação do autor e das editoras no campo cibernético, mas também observar analiticamente algumas produções editoriais nas quais conseguimos entrever os processos de “descentramento da autoria” e da “ressurreição do autor” na contemporaneidade. É importante analisar, por exemplo, a publicação da coleção “Amores Expressos” como um caso típico de escrita por encomenda, surgida de uma demanda do mercado editorial, onde autores foram contratados para viajarem a diversos países, com a intenção de escrever uma história de amor que se passasse naquele lugar. Com o tema definido pelos produtores editoriais, o autor surge como o profissional que escreverá o romance com o tema previamente definido, divulgará o processo de escrita desse romance através de um blog (uma espécie de *making of* que aumenta a curiosidade do leitor com relação ao produto final, o livro) e também participará de todos os processos de divulgação presencial dessa obra, através de entrevistas, palestras e noites de autógrafos em várias cidades brasileiras. O projeto *Amores Expressos* não é um projeto de autores que decidem livremente um tema e têm total autonomia artística para desenvolvê-lo, sua autoridade sobre o que será escrito está subjugada às vontades do mercado, pois aqui ele é somente uma parte

de um projeto de uma editora, um projeto que foi pensado para atender à demanda comercial.

A profissionalização dos autores contemporâneos também ocorre com participação deles em obras que possuem a autoria descentrada, como os roteiros cinematográficos (que pressupõem um trabalho coletivo), por exemplo. O autor contemporâneo é acima de tudo, um profissional da escrita, diversificando o suporte no qual trabalha, é o escritor multimídia, para relembrar o termo utilizado por Fernando Bonassi² em uma entrevista. No capítulo “Literatura, roteiro e mercado editorial”, do livro *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*, Vera Lúcia Follain de Figueiredo chama a atenção para a ampliação, na atualidade, do campo de trabalho do escritor, que se estende, cada vez mais, à criação de roteiros, citando, por exemplo, o caso de Marçal Aquino, que faz a interessante reiteração de que é “um escritor que escreve roteiros, e não um roteirista que escreve livros”³. Neste capítulo, ficamos sabendo ainda que Fernando Bonassi explica a escrita de roteiros como forma de sobreviver financeiramente no Brasil; que Guillermo Arriaga, autor mexicano responsável pelo roteiro de *Amores Brutos* e *Babel*, não diferencia a escrita de romances ou de roteiros, pois, ambos, seriam literatura, e que, para ele, a autoria de um filme é algo a ser dividido entre o roteirista e o diretor. Lemos também que, segundo Lourenço Mutarelli, haveria uma espécie de independência da obra cinematográfica em relação à obra literária da qual foi adaptada e que essa liberdade não existiria, por exemplo, na adaptação para um texto teatral, pois “na peça tem o seu nome de autor”⁴. Daniel Galera teve seu livro de estreia, “Até o dia em que o cão morreu”, adaptado para o cinema por Beto Brant, Marçal Aquino e Renato Ciasca, o filme *Cão sem dono*. João Paulo Cuenca foi um dos roteiristas da série televisiva *Afinal, o que querem as mulheres?*, exibida pela Rede Globo de Televisão, que foi posteriormente transformada em livro. Seja por motivos financeiros, seja pela necessidade de transgressão do suporte, a presença dos autores contemporâneos nos processos criativos que implicam em um descentramento da autoria é algo nítido nos tempos atuais.

² Trecho da entrevista de Fernando Bonassi, presente no livro *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*. Vera Lúcia Follain de Figueiredo, página 35.

³ *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*. Vera Lúcia Follain de Figueiredo, página 32.

⁴ *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*. Vera Lúcia Follain de Figueiredo, página 42.

A participação de autores em eventos e feiras literárias, como o Festival Literário Internacional de Paraty, bem como na mídia, através de entrevistas e depoimentos, é algo que também deve ser analisado como parte da relação autor-mercado editorial. Através da sua presença nesses eventos, o autor vivencia o processo de “ressurreição do autor”; o autor, enquanto *celebridade*, de forma presencial, divulga sua obra e seu nome de autor. Faz, portanto, um trabalho paralelo ao que ele realiza na internet, fundamental na ampliação e consolidação do mercado consumidor da obra.

As questões propostas para investigação e reflexão são, portanto, direcionadas para as múltiplas possibilidades de presença do autor contemporâneo e a importância mercadológica dessa presença nos tempos atuais. É necessário produzir, aparecer, divulgar, não se deixar esquecer, é necessário manter a roda girando, o mercado circulando. Extraindo qualquer ironia que esse anúncio publicitário possa suscitar, é impossível não terminar esse capítulo com as questões a serem investigadas com a seguinte frase, tão fácil de ser recordada por qualquer pessoa que tenha sido criança nos anos 80: “Tostines: vende mais porque é fresquinho ou é fresquinho por que vende mais?” . Um livro na prateleira de uma livraria não pode criar poeira.

O nome na capa, ao alcance dos olhos

O ponto mais controvertido dos estudos literários é o lugar que cabe ao autor.
Antoine Compagnon

Com essa frase, Antoine Compagnon introduz seu capítulo sobre a autoria no livro *O demônio da teoria*, resumindo a amplitude e complexidade do tema que será tratado nessa dissertação. Obviamente, poderíamos contabilizar várias conceituações e identidades atribuídas à figura do autor, no entanto, o objetivo do presente trabalho não é historicizar e compilar as teorias já formuladas anteriormente, e sim buscar responder, ainda que de forma parcial, às perplexidades e tensões que se impõem na relação do autor com o mercado nos dias de hoje – um mercado que parece demandar a presentificação contínua do autor. Na contemporaneidade, certamente, a função do autor está para além do nome na capa, é também dele a missão de fortalecer esse nome de todas as formas possíveis, através da sua presença.

Para refletir sobre a presença do autor nesses tempos de internet, festivais literários e entrevistas em canais a cabo, é necessário um mapeamento prévio de alguns conceitos teóricos que nos serão úteis na análise de evidências da maior presentificação (ou não) dos autores nas mídias. Portanto, para entender como se dá a atuação do autor na contemporaneidade, faz-se necessário tentar entender, um pouco, *quem é o autor contemporâneo*.

Alguns teóricos lançaram-se sobre a questão. Antoine Compagnon, por exemplo, dedicou um capítulo inteiro ao autor em seu livro *O demônio da teoria*, partindo de uma formulação bastante simples: qual é a responsabilidade do autor pelo sentido e significação do texto? Compagnon refere-se a duas teorias que tentam responder a essa pergunta: a de que o sentido da obra passa necessariamente pela intenção do autor, e a teoria que denuncia justamente a hipertrofia da importância da biografia do autor para o entendimento da obra nos estudos literários.

A primeira teoria, a busca da significação da obra na vida do autor, é, segundo Compagnon, “o critério pedagógico ou acadêmico tradicional para estabelecer-se o sentido literário”⁵. A vantagem dessa interpretação, se é que

⁵ Compagnon, Antoine. *O autor*. In *O demônio da teoria*. 1999. p. 49

existe alguma, é que ela, na realidade, esvazia o sentido da interpretação, “se sabemos o que o autor quis dizer, não é preciso interpretar o texto”⁶. Essa teoria eliminaria, de uma só vez, o trabalho dos críticos e teóricos literários. Tal teoria, tão centrada na figura do autor, será desconstruída simultaneamente por Michel Foucault em 1969, com a conferência *O que é um autor?* e por Roland Barthes em 1968, com o artigo intitulado *A morte do autor*. Em ambos, a mesma ideia: o autor não deveria ocupar o lugar central da análise literária, e sim o texto. Com Barthes, a ideia de sentido único do texto torna-se impossível, admitindo a possibilidade do texto ser, afinal, tessitura, uma série de vetores que se entrelaçam no espaço da linguagem. Em todo seu estudo sobre autoria, Compagnon parece tentar criticar tanto o intencionalismo como o anti-intencionalismo, assinalando que a visada teórica construída por Michel Foucault e Roland Barthes tem um cunho político-ideológico (obviamente que sim – não teria, por acaso, toda teoria?) Para concluir essa rápida passagem, portanto, pelo estudo de Antoine Compagnon, resta-nos uma citação interessante, sobre a questão da interpretação de uma obra:

Toda interpretação é uma assertiva sobre uma intenção. Se a intenção do autor é negada, uma outra intenção toma seu lugar, como o Dom Quixote de Pierre Ménard. Extrair uma obra de seu contexto literário e histórico, e dar-lhe uma outra intenção (um outro autor: o leitor) é fazer dela uma outra obra, e não mais a obra que interpretamos. (Compagnon, 1999, p. 93/94)

Acreditamos que, na contemporaneidade, a problematização com relação à interpretação de uma obra já se encontra em outros patamares de discussão. O próprio processo de virtualização no qual nos encontramos, através da exposição às tecnologias cibernéticas, já modifica, por exemplo, o conceito de obra e, acima disso, de ficção e não ficção, como veremos mais adiante.

Algumas contribuições importantes sobre a questão da autoria contemporânea também são trazidas pelo historiador francês Roger Chartier. Seus estudos sobre a cultura, os livros e as práticas de leitura são pertinentes, especialmente no que tangem ao conceito da autoria. Em *A aventura do livro: do leitor ao navegador*, Chartier propõe basicamente pensar a história da leitura e das categorias literárias em face às modificações que surgem a cada momento com as

⁶ Compagnon, Antoine. *O autor*. In *O demônio da teoria*. 1999. p. 49

novas tecnologias. Nele, o historiador nos lembra de que a história de livros e autores é, antes de tudo e por muitas vezes, uma história de violências:

A cultura escrita é inseparável dos gestos violentos que a reprimem. Antes mesmo que fosse reconhecido o direito do autor sobre sua obra, a primeira afirmação de sua identidade esteve ligada à censura e à interdição dos textos tidos como subversivos pelas autoridades religiosas ou políticas. (...) Com a revolução eletrônica, as possibilidades de participação do leitor; mas também os riscos de interpolação, tornam-se tais que se embaça a ideia de texto, e também a ideia de autor. Como se o futuro fizesse ressurgir a incerteza que caracterizava a posição do autor na Antiguidade. (Chartier, 2009, os. 23/24)

Chartier nos lembra o quanto conceituar o autor pode ser perigoso, e o quanto, historicamente, essa conceituação foi difícil e permanecerá assim. Como julgar, em tempos de blogs, o que é uma obra e o quanto de participação e influência do público leitor tem nela? Como julgar, além disso, a participação do jogo do mercado na produção também dessa obra? Chartier observa que os autores da era multimídia talvez sejam um pouco como os autores de teatro, ‘governados não mais pela tirania do objeto-livro tradicional, mas, no próprio processo de criação, pela pluralidade das formas de apresentação do texto permitidas pelo suporte eletrônico.’⁷, ou seja, o autor da era multimídia é um autor consciente das exigências do mercado editorial, que se propõe a explorar suas ferramentas para adquirir a desejada visibilidade.

Tanto Antoine Compagnon quanto Roger Chartier fazem contribuições bastante pertinentes ao campo da formulação de conceitos sobre a autoria contemporânea. No entanto, para o estudo e desdobramento das questões teóricas propostas por essa dissertação, decidimos examinar mais cuidadosamente o legado teórico de quatro intelectuais contemporâneos: Michel Foucault, e seu estudo *O que é um autor?*, Roland Barthes, com *A morte do autor*, Philippe Lejeune, com *A imagem do autor na mídia* e, finalmente, Giorgio Agamben, com *O autor como gesto*.

1.2 O nome na capa, por Michel Foucault

⁷ Chartier, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. 2009, p. 72

Nenhuma discussão sobre autoria na contemporaneidade poderá ignorar o legado teórico deixado pelo intelectual francês Michel Foucault em seus estudos sobre o campo literário, especialmente as reflexões presentes no ensaio *O que é um autor?*, de 1969. A apreciação de alguns conceitos formulados nesse estudo são bastante pertinentes ao questionamento proposto nessa dissertação, pois nele encontramos as definições da função autor, além da cisão entre essa função e o sujeito empírico – acima de tudo, esse estudo nos interessa por tratar da questão da institucionalização da figura do autor sob uma perspectiva inovadora.

Partindo da provocação de Samuel Beckett, “Que importa quem fala?” Michel Foucault nos aponta a tendência contemporânea de apagamento da figura do autor, pontuando que o essencial, na realidade, é descobrir em que locais a função autor é exercida.

Resumindo os quatro pontos da função autor, temos: “1. O nome do autor: impossibilidade de tratá-lo como uma descrição definida; mas impossibilidade igualmente de tratá-lo como um nome próprio comum”⁸ – ou seja, o nome do autor de uma obra artística é significativo, ele traz consigo uma gama de associações que, na contemporaneidade, como examinaremos posteriormente, podem recair sobre o sujeito empírico, e não sobre o autor da obra; de qualquer forma, de acordo com Foucault, o nome, por exemplo, Machado de Assis, será sempre representativo no contexto cultural-literário brasileiro pelas ideias associadas ao seu nome e a sua relevância nesse contexto; “2. A relação de apropriação: o autor não é exatamente nem o proprietário nem o responsável por seus textos; não é nem o produtor nem o inventor deles.”⁹ – podemos inferir que o autor, ao contrário do ideário romântico, não é portador de um dom genial, daí a impossibilidade da originalidade de suas palavras, uma vez que ele está imerso em um contexto político-social-cultural maior, de onde responde e com o qual interage intensamente, um autor sempre vocalizará vozes outras, e nesse contexto, cabe uma provocação – onde há obra? “3. A relação de atribuição. O autor é, sem dúvida, aquele a quem se pode atribuir o que foi dito ou escrito. Mas a atribuição – mesmo quando se trata de um autor conhecido – é o resultado de operações críticas e complexas e raramente justificadas.”¹⁰ Para fins institucionais e

⁸ Foucault, Michel. *O que é um autor*. 2009. p 264

⁹ *ibidem*, p. 264

¹⁰ *ibidem*, p. 265

jurídicos, é necessário atribuir a autoria de uma obra a alguém, levando-se em consideração critérios que nem sempre conseguem ser claros ou pouco ambíguos. E, finalmente, “4. A posição do autor. Posição do autor no livro, (...) Posição do autor nos diferentes tipos de discurso (...). Posição do autor em um campo discursivo (...)”¹¹ – nesse quarto ponto, Foucault resume as diferentes posições do autor em determinados campos, ou mesmo as posições do autor dentro do campo literário, como ‘do narrador, do confidente, do memorialista’¹², entre outros.

Várias são as questões relevantes levantadas por Michel Foucault, para além da função autor, presentes no referido estudo para formar esse complexo quebra-cabeças que é a autoria contemporânea. A primeira que emerge, logo no início de *O que é um autor?*, é a ideia de que o autor não precede a obra, e sim nasce com o texto. Essa afirmação traz consigo implícita a ideia de que, portanto, o autor não é a autoridade maior sobre o texto, pouco importando o entendimento de sua biografia para a compreensão dele – a obra fala por si. De certa forma, essa afirmação abala o status de centralidade até então atribuído ao autor na historiografia literária; no centro, não mais o autor, e sim o texto: “Gostaria no momento de examinar unicamente a relação do texto com o autor, a maneira com que o texto aponta para essa figura que lhe é exterior e anterior, pelo menos aparentemente.”¹³ É o texto quem *aponta*, e não o autor, Foucault enfatiza.

A segunda questão, tratada por ele logo depois, é a da escrita como destruição, o ‘parentesco da escrita com a morte’¹⁴. A narrativa nasce com o destino de imortalizar o herói, as relações entre a vida e morte estão presentes na literatura desde sua gênese. No entanto, o sentido da imortalidade sofre o reverso:

Esse tema da narrativa ou da escrita feitos para exorcizar a morte, nossa cultura o metamorfoseou; a escrita está atualmente ligada ao sacrifício da vida; apagamento voluntário que não é para ser representado nos livros, pois ele é consumado na própria existência do escritor. A obra que tinha o dever de trazer a imortalidade recebeu agora o direito de matar, de ser assassina do seu autor. Vejam Flaubert, Proust, Kafka. (FOUCAULT, 2009, p. 269)

Michel Foucault assinala o ‘papel do morto’ que é jogado pelo escritor, nele, desassocia-se o autor e o sujeito empírico, através do “desaparecimento

¹¹ ibdem, p. 265

¹² Foucault, Michel. *O que é um autor*, p. 265

¹³ ibdem, 2009, p. 267

¹⁴ ibdem, 2009, ps. 268/269

das características individuais do sujeito que escreve: através de todas as chicanas que estabelece entre ele e o que ele escreve, o sujeito que escreve despista todos os signos de sua individualidade particular (...)”¹⁵, ou seja, o indivíduo aparece, por assim dizer, nas ausências do seu texto. Com isso, podemos entrever que a escrita seria, portanto, o processo de destruição da voz, ou do seu mascaramento – o silêncio do autor seria a voz do seu sujeito empírico.

É importante ressaltar que pensar na categoria autor pode ter como consequência também refletir sobre outra categoria – a obra. A pergunta ‘O que é um autor?’ vem acompanhada, portanto, da pergunta subsequente ‘O que é obra?’. É importante tanto analisar a questão da necessidade da existência do autor para a existência da obra, quanto o que constitui a obra em si:

Se um indivíduo não fosse um autor, será que se poderia dizer que o que ele escreveu, ou disse, o que ele deixou em seus papéis, o que se pode relatar de suas exposições, poderia ser chamado de “obra”? Enquanto Sade não era um autor, o que eram então esses papéis? Esses rolos de papéis sobre os quais, sem parar, durante seus dias de prisão, ele desencadeava seus fantasmas. (Foucault, 2009, p. 269)

Legitimar o autor, portanto, é legitimar sua obra. O autor nasce com o texto, a obra legitimada, no entanto, nasce com o autor legitimado. É importante guardarmos isso em mente ao pensarmos sobre a segunda reflexão foucaultiana com relação à obra: “Mas suponhamos que se trate de um autor: será que tudo o que ele escreveu ou disse, tudo que ele deixou para atrás de si faz parte de sua obra?”. Partindo dessa ponderação, restam algumas provocações: na contemporaneidade, podemos incluir na “obra do autor” o que ele publica nos meios cibernéticos? Uma poesia publicada no blog, ou no “status” do ‘Facebook’, e não no meio impresso, faz parte da sua obra? Que novos critérios de legitimação acompanham os novos adventos tecnológicos? A quantidade de acessos? Quantas vezes a obra foi reproduzida e/ou citada? Ou se ela sai da tela e vira texto impresso? E quem serão os autores legitimados? Os que já foram legitimados anteriormente, pelo mercado da obra impressa?

O ponto fulcral da análise de *O que é um autor?* é, no entanto, a investigação sobre o nome do autor empreendida por Michel Foucault e sua relação com a função autor. Foucault afirma que o nome próprio do autor está

¹⁵ *Ibidem*, 2009, p. 269

para além da função indicativa, equivalendo a uma descrição. A problemática desse nome é a ligação dele com o indivíduo nomeado, o sujeito empírico. O nome do autor ‘assegura uma função classificatória’¹⁶ no discurso, ele serve para apontar, inclusive judicialmente, a quem pertence o texto. É importante destacar a função do nome próprio do autor na questão discursiva:

(...) Enfim, o nome do autor funciona para caracterizar um certo modo de ser do discurso: para um discurso, o fato de haver um nome de autor, o fato de que se possa dizer “isso foi escrito por tal pessoa”, ou “tal pessoa é o autor disso”, indica que esse discurso não é uma palavra cotidiana, indiferente, uma palavra que se afasta, que flutua e passa, uma palavra imediatamente consumível, mas que se trata de uma palavra que deve ser recebida de uma certa maneira e que deve, em uma dada cultura, receber um certo status. (Foucault, 2009, os. 273/274)

Enfim, ao analisarmos esse parágrafo, podemos inferir que, se o nome próprio do autor (e seu discurso, por conseguinte) deve ser recebido de maneira outra, ‘receber um certo status’, não estamos falando, portanto, de um processo de fetichização do autor e seu discurso, presentes tanto na contemporaneidade quanto na época do Romantismo? É importante aqui ressaltar que o processo de fetichização do autor em diferentes épocas ocorreu por diferentes motivos, de formas diversas: enquanto, nos séculos XVIII e XIX, a fetichização passava pela aura do artista boêmio, criada, segundo Pierre Bourdieu, em *As regras da arte*, como uma resposta dos autores que, distantes do poder econômico burguês, passavam ao largo dos salões literários parisienses, onde o poder, o capital e a arte circulavam amalgamados, ou passava pela aura do gênio, triunfante da originalidade; na contemporaneidade ela parece apontar para um jogo de marketing criado pelo próprio mercado da arte, como forma de divulgação e comercialização da obra. O *status* que se cria sobre o nome do autor hoje, o nome na capa, é criado pelo mercado e divulgado pela mídia, serve para vender o autor, atrelando sua função ao seu sujeito empírico, como analisaremos mais minuciosamente adiante.

Para Foucault, era necessário analisar o discurso portador da função autor. Obviamente, essa função não era exercida de maneira linear ao longo dos tempos: para alguns discursos, o anonimato era aceito. Mas, cada vez mais, para o discurso literário, havia o imperativo de atrelar o discurso ao nome de quem o escreveu, o

¹⁶ Foucault, Michel. *O que é um autor*, 2009, p. 273.

que comprova a necessidade de fortalecimento do nome do autor, a maneira pela qual o discurso seria recebido dependia desse “detalhe”.

Mas os discursos “literários” não podem mais ser aceitos senão quando providos da função autor: a qualquer texto de poesia ou de ficção se perguntará de onde ele vem, quem o escreveu, em que data, em que circunstâncias ou a partir de que projeto. O sentido que lhe é dado, o status ou o valor que nele se reconhece dependem da maneira com que se responde a essas questões. (Foucault, 2009, p. 276)

A questão da institucionalização do autor, apontada em *O que é uma autor?*, é uma das mais importantes para o entendimento do conceito: ele nasce a partir do momento em que o discurso passa a ser um bem, ele nasce com a possibilidade de punir o discurso transgressor. O autor, portanto, nasce com o texto, com a possibilidade de materialização do discurso escrito, o autor nasce quando o discurso deixa de ser voz.

Os textos, os livros, os discursos começaram a ter realmente autores (diferentes dos personagens míticos, diferentes das grandes figuras sacralizadas e sacralizantes) na medida em que o autor podia ser punido, ou seja, na medida em que os discursos podiam ser transgressores. O discurso, em nossa cultura (e, sem dúvida, em muitas outras), não era originalmente um produto, uma coisa, um bem; era essencialmente um ato – um ato que estava colocado no campo bipolar do sagrado e do profano, do lícito e do ilícito, do religioso e do blasfemo. Ele foi historicamente um gesto carregado de riscos antes de ser um bem extraído do círculo de propriedades. (Foucault, 2009, p. 274/275)

Avaliar a questão da institucionalização na contemporaneidade tornou-se uma tarefa mais espinhosa e complexa. Com o advento das novas tecnologias, a questão dos direitos autorais tornou-se campo de ampla discussão, principalmente no que se refere à discussão do direito autoral de textos publicados no meio cibernético. Como afirmar que certo texto pertence, de fato, a alguém? Quantos autores já não tiveram seus nomes trocados em publicações? A contemporaneidade parece nos apontar para um possível embaralhamento de obras: por vários dias, textos circularam em redes sociais sob o nome de outro autor, textos que não foram creditados corretamente, ou tiveram sua publicação com o nome do autor suprimido, ao serem republicados em blogs. Eis uma possível ameaça aos autores contemporâneos: ver o seu texto ser publicado sem a sua assinatura. A ideia de grande circulação é altamente desejável, já que, quanto

mais sua obra circula, mais o seu nome será visualizado, conhecido e, portanto, comercial: para isso, o nome deve constar no texto, como acontecia no passado. O problema é a edição: se antes, com a obra impressa, esse papel cabia ao editor, que obedecia tal regra, hoje em dia, cabe a qualquer pessoa que tem um computador em casa e conheça, minimamente, as ferramentas mais simples de um blog. O poder de divulgação das obras nos meios cibernéticos é algo de controle mais complicado. Na terceira característica da função autor, Foucault aponta para os diversos critérios que são utilizados para a atribuição de autoria a um determinado texto (os critérios de autenticidade segundo São Jerônimo). Com a problematização da questão do direito autoral na contemporaneidade, certamente essa característica ainda deverá ser amplamente debatida e revista, no entanto, não é essa a proposta que nos move nesse trabalho específico.

A pergunta que poderíamos nos fazer, a título especulativo, seria essa: qual seria, na contemporaneidade, a possível grande perda para essa instituição autoral? Se, antes, a instituição que decidia sobre a circulação dos textos, quais eram os transgressores e quais deveriam ser queimados era o poder político, nos dias atuais, a instituição que parece decidir essa ‘queima’ parece ser o poder de mercado. A interdição do discurso não se dá mais pelas questões políticas do que ele pudesse revelar, do que pudesse colocar em ameaça o Estado, fosse ele totalitário oficialmente ou não, ou seja, eram as inconveniências dos interesses políticos que bloqueavam certos discursos.

Nos dias de hoje, a interdição de certos discursos parece acontecer muito mais pelo fato deles não terem um espaço de comercialização possível do que por interferência direta do Estado, parecem acontecer por eles não serem vendáveis, por não ocuparem um nicho de mercado, por eles não trazerem nenhum tipo de retorno financeiro ou derivativos desse, como por exemplo, o retorno de imagem; essa interdição acontece, afinal, por esses discursos não trazerem nenhum tipo de retorno comercial - mais do que um lugar na prateleira, ao alcance dos olhos, o que é cobiçado é o lugar de potência comerciável que esse produto pode ocupar e todos os fetiches que isso pode desencadear.

O consumo, de acordo com Christopher Lasch em *O mínimo eu*, não são os objetos, são as fantasias sobre o objeto, e é nesse campo de fantasias em que o nome do autor precisa ser fortalecido, é por isso também que, na contemporaneidade, parece haver uma tentativa de atrelamento da função autor ao

seu sujeito empírico – é necessário fortalecer as fantasias sobre o objeto a ser consumido, sendo que esse objeto hoje está para muito além do livro: ele é o próprio autor.

Os estudos de Michel Foucault são necessários, portanto, para entender a questão da institucionalização do autor, autor que na contemporaneidade vive o processo de fetichização, em uma turbulenta relação entre o sujeito empírico e a função autor. A contemporaneidade parece apontar para a construção do autor enquanto personagem do mercado editorial contemporâneo – da ficção à autoficção. Ele tanto se autoficcionaliza quanto faz parte do processo de ficcionalização exógeno, é, ao mesmo tempo, uma parte ativa do processo de mercantilização da sua obra e produto final desse processo – paradoxalmente, um produto final eternamente mutável, sujeito aos jogos do mercado que, por um lado, o fortalece e o empodera, e por outro, de uma certa forma, o subjuga. É necessário colocar de maneira clara: o autor não é nem a vítima e nem o algoz desse processo. O mercado ficcionaliza o sujeito empírico para poder vendê-lo, coincidentemente (ou não?) esse processo de fetichização acentua-se justamente quando, de acordo com Antoine Compagnon, em *Os cinco paradoxos da modernidade*, o objeto artístico perde a sua ‘aura’, colocando no foco de luz o próprio artista. O autor contemporâneo é o autor que parece ter a consciência de que a autonomia da arte e outros valores modernos são mitos. E quando será que existiu a arte autônoma?

1.2 O nome na capa, por Roland Barthes

Praticamente na mesma época em que Michel Foucault debruçava-se sobre a questão da autoria, Roland Barthes também voltava-se para o tema, lançando o polêmico ensaio *A morte do autor* (1968). Nele, encontramos como ideia principal a necessidade de descentralização da figura do autor nos estudos literários, em favor da análise da obra.

Veremos, ao longo da dissertação, que a ênfase dada na contemporaneidade pelo mercado e pela mídia à questão das marcas do autor desviam-se da visada teórica de Barthes, por conta da hipertrofia do texto em sua

teoria, no entanto, faz-se necessário refletir sobre alguns pontos propostos por ele em seu ensaio sobre a autoria.

Inicialmente, poderíamos destacar aquilo que Roland Barthes chama de reinado do autor, para pensarmos, na contemporaneidade, no processo de transformação do autor em celebridade. A extrema preocupação com a biografia dos autores para o entendimento do texto, em especial a ideia de unir pessoa e obra, podem parecer atuais, se levarmos em consideração o processo de atrelamento da função autor ao sujeito empírico:

(...) O autor ainda reina nos manuais de história literária, nas biografias de escritores, nas entrevistas dos periódicos e na própria consciência dos literatos, ciosos por juntar, graças ao seu diário íntimo, a pessoa e a obra; a imagem da literatura que se pode encontrar na cultura corrente está tiranicamente centralizada no autor. (BARTHES, 2004, p.58)

Na contemporaneidade, conforme mencionamos anteriormente, todo o processo parece apontar o interesse da mídia e do mercado na centralidade do autor, do seu nome e imagem. O processo é diferente do mencionado por Barthes, pois configura-se como uma técnica de marketing do mercado para maior comercialização do produto: o produto-autor. Barthes acentua que o processo é algo ligado à crítica, hoje, a crítica já não tanto influi, constituindo mais como uma parte do jogo de mídia onde o que manda é o fator mercadológico.

No entanto, o que realmente parece permanecer da fala de Roland Barthes é justamente essa junção da pessoa e obra, principalmente se analisarmos os perfis dos escritores nas redes sociais, em especial no *Facebook* e no *Twitter*, principalmente se levarmos em consideração o processo de construção da celebridade-autor. Na contemporaneidade, muitos autores constroem seus perfis em redes sociais para tentar vender a sua imagem, colocando-a em primeiro plano. Através de seus perfis, podemos esmiuçar a ‘vida’ desses autores, quase como um espectador pensa assistir a vida cotidiana de “cidadãos comuns” em reality shows como o *Big Brother*, esquecendo que, tanto no caso do autor no *Facebook* quanto no das “celebridades” do programa televisivo, tudo que é visto é simulacro, é algo mediado e construído, e serve para o fortalecimento de uma imagem comercial. Ao conversarem, portanto, com um autor através das redes sociais, muitos confundem aquilo que pertence à função autor com o que pertence ao sujeito empírico. A junção pessoa-obra, tão cara à historiografia literária, como aponta

Roland Barthes, pode não mais estar presente nas análises interpretativas dos textos ficcionais, mas serve muito bem ao jogo da mídia, pois aquilo que é real (ou pode ser tomado como “vida” real) vende.

Outro ponto pertinente a nossa discussão é a questão levantada por Roland Barthes com relação ao surgimento do autor e da obra. Para ele, uma vez que o texto deve ocupar o centro dos estudos literários, e não o autor, esse nasceria com a obra, e não a precederia, um texto não é um produto de alguém dotado de inspiração momentânea, como queria postular a crítica da época:

O Autor, quando se crê nele, é sempre concebido como o passado de seu livro: o livro e o autor colocam-se por si mesmos numa mesma linha, distribuída como um *antes* e um *depois*: considera-se que o Autor *nutre* o livro, quer dizer que existe antes dele, pensa, sofre, vive por ele; está para sua obra na mesma relação de antecedência que um pai está para seu filho. (Barthes, 2004, p. 61)

Era exatamente esse o ponto de combate: um texto não era o “filho” de um autor, para entender o texto não seria necessário recorrer à biografia do seu autor, o texto fala por si:

Pelo contrário, o escritor moderno nasce ao mesmo tempo que seu texto; não é, de forma alguma, dotado de um ser que precedesse ou excedesse a sua escritura, não é em nada o sujeito de que seu livro fosse o predicado; outro tempo não há senão o da enunciação, e todo texto é escrito eternamente *aqui* e *agora*. (Barthes, 2004, p. 61)

O autor nasceria, portanto, com o texto, e não antes dele. Ora, será que é isso que a demanda mercadológica atual quer e precisa? Esperar que o leitor da obra passe a especular sobre a imagem do autor ou oferecer a imagem pronta, sedutora, que cativa os consumidores da obra? Será que o autor contemporâneo nasce com a obra ou com sua imagem representada em um perfil de rede social? Tudo o que é mídia quer e precisa é focar no autor antes do texto.

Pois é esse o ponto de nossa última análise relacionado ao ensaio *A morte do autor*. Roland Barthes decreta, de forma contundente, a morte do autor perante a tessitura do texto, nessa tessitura reside a impossibilidade de ser original. Barthes decreta, em última instância, o fim do mito romântico, o fim do autor original e genial, portanto. O autor é um instrumento de vocalização de vozes

outras, de outros signos. Se ele não é, portanto, especial, dotado de um dom magnífico, por que “decifrá-lo”? Que importância tem ele?

Sabemos agora que um texto não é feito de uma linha de palavras a produzir um sentido único, de certa maneira teológico (que seria a “mensagem” do Autor-Deus), mas um espaço de dimensões múltiplas, onde se casam e se contestam escrituras variadas, das quais nenhuma é original: o texto é um tecido de citações, oriundas de mil focos da cultura. (Barthes, 2004, p. 62)

Na contemporaneidade, podemos entrever o texto cultural no qual o autor está imerso, um contexto caracterizado, entre outras coisas, pela intertextualidade tão típica do meio cibernético. Teria sido a intertextualidade preexistente (e apontada por Barthes) maximizada pelo advento das tecnologias cibernéticas? Talvez. De qualquer forma, é nesse contexto de múltiplas vozes que o autor contemporâneo está imerso, atravessado por essas múltiplas vozes, e sua imagem é parte importante disso. Ele não se dilui nessas vozes, pelo contrário, ele se expõe a elas, ao se deixar atravessar e fazer parte desse contexto – como, afinal, não fazer parte do contexto?

1.3. O nome na capa, por Philippe Lejeune

Certamente, um dos autores mais relevantes para o estudo proposto por essa dissertação é o francês Philippe Lejeune, especialmente quando analisamos o capítulo intitulado *A imagem do autor na mídia*, em *O pacto autobiográfico*. Nele, Lejeune propõe-se a investigar o aparecimento de autores em programas de rádio e televisão, especialmente em programas literários.

Como se dá essa relação de fascinação do leitor para o autor de uma obra? Tentando responder a essa pergunta, Lejeune começa a expor seu ponto de vista, explicando a ligação entre a imagem do autor e a curiosidade do leitor em relação a ele:

O autor é, por definição, alguém que está ausente. Assinou o texto que estou lendo – não está presente. Mas se o texto me lança perguntas, sinto-me tentado a transformar em curiosidade por ele e desejo de conhecê-lo a inquietação, a incerteza, ou o interesse engendrados pela leitura. É o que denominarei ilusão biográfica: o autor surge como “resposta” à pergunta feita por seu texto. Ele *detém* a verdade: gostaríamos de lhe perguntar o que *quis* dizer... (...) (Lejeune, 2010, p. 192)

Em clara oposição à ideia barthesiana de total negação da autoria em favorecimento do texto, Lejeune observa que a questão entre o autor e sua biografia está para além do axioma “a vida explica a obra”, na realidade, a vida do autor seria reconstruída (ou ressignificada) através da sua obra. Aqui, cabe indagar: o que pode ter sido recriado nas biografias de autores? O quanto já foi editado, manipulado e mediado nelas pelo mercado – como interessa a ele, por exemplo, evidenciar fatos e características de personalidade e encobrir outras ao pensarmos na biografia de um autor para explicar sua obra? Com certeza, podemos ponderar que também essas biografias foram construídas em um espaço nebuloso entre a ficção e a não ficção, esse espaço de certezas tão efêmeras. Certas características de um autor são ressaltadas para fazê-lo parecer mais carismático? Certamente. Esse é um fenômeno exclusivamente dos nossos tempos? Parece-nos que não, como analisaremos mais adiante, a formação do estigma de celebridade que permeou a carreira de, por exemplo, Lord Byron. De qualquer forma, sempre questionaremos a quem interessa o discurso que ressalta o lado aventureiro de um, a epilepsia de outro, os rótulo de “maldito”, de “boêmio”, de “beatnik”, que tanto aparecem na historiografia quanto no mercado.

Lejeune evoca, portanto, a posição de absoluto carisma que faz parte da profissão do autor, que tem um peso fundamental tanto na construção de seu status sacralizante quanto na construção de sua identidade de celebridade:

Chave de sua obra, o autor é, ao mesmo tempo, percebido como um ser misterioso pelo simples fato de escrever. Sonhamos com seu poder, que medimos pelo efeito provocado pela leitura. E o fato de ter sido publicado torna-o fatalmente (como muitos outros) um exemplo de êxito social. Mago e self-made-man, investido assim de um duplo valor carismático. (Lejeune, 2010, p. 192)

É esse autor quase sobrenatural e sua potente aparição na mídia que o mercado vai utilizar para melhor comercializar suas obras. Tudo o que interessar da biografia desse autor para construir sua imagem no mercado e para ser exposto na mídia, será utilizado.

A necessidade de entrar em contato com o autor não é algo novo. Talvez ela tenha sido o embasamento para o entrelaçamento entre a biografia do autor e

sua obra. No entanto, Lejeune nos aponta uma modificação importante com relação a esse desejo, como investigaremos aqui.

Antes das tecnologias midiáticas do século XX, em especial o rádio e a televisão, os leitores recorriam basicamente a outros escritos para tentar saciar sua curiosidade sobre um autor. Cartas, entrevistas, depoimentos: o interesse saltava de uma página impressa para outra.

(...) Antigamente, para preencher essa falta engendrada pelo escrito, ficava-se reduzido a recorrer a outros escritos, de gênero um pouco diferente: documentos históricos, correspondências, depoimentos, eventualmente sintetizados em uma biografia, quando se tratava de escritores mortos. Perfis literários ou caricaturas, no caso dos vivos, e a partir do fim do século 19, o eco indireto de sua fala em entrevistas. Quanto a ver ou ouvir o próprio autor, nem se pensava nisso, a menos que o acaso permitisse ou que se escrevesse ao autor solicitando um encontro, para tentar iniciar uma relação pessoal que provocasse um curto-circuito no texto impresso. (Lejeune, 2010, p. 193)

Aos leitores do século XIX, portanto, sobrava uma imagem de autor construída em seu imaginário e apreendida, em parte, pela leitura da obra. Nem sempre a imagem imaginada poderia corresponder à pessoa do autor – parece-nos, aqui, que retomamos a ideia de sujeito empírico e função autor, tão bem analisadas por Michel Foucault. Só que, como Lejeune nos aponta, ainda que essas duas instâncias pouco tivessem em comum, já havia uma tentativa de atrelamento delas na era pré-imagética que vivemos hoje.

(...) Mas, quase sempre, vai-se tentar aproximar as duas imagens a fim de descobrir uma semelhança que, de início, parecia não existir. Sobretudo se o “autor” é levado, como é o caso atualmente, a ... ter boa vontade e fazer um pequeno esforço para se parecer consigo mesmo. (Lejeune, 2010, p. 193)

Obviamente, esse atrelamento ganha novos contornos com a era da imagem, as novas tecnologias, portanto, parecem explodir algo que já era latente no mercado: a exploração da imagem e do imaginário sobre o autor. Para que essa exploração funcione, é necessário que o autor tenha “boa vontade” para traduzir em discurso na mídia aquilo que melhor serve para colocá-lo adequadamente perante seu nicho de mercado.

O possível encontro entre autor-leitor foi facilitado pelas novas tecnologias, segundo Lejeune, ou melhor, o *simulacro de encontro*. “O rádio, desde os anos de 1950, e, um pouco mais tarde, a televisão permitiram que o

público-leitor (e também, outra novidade, o público não-leitor) entrasse em contato com os autores contemporâneos.”¹⁷ Esse simulacro de encontro é notoriamente amplificado pela mídia cibernética – através dela, do Twitter e do Facebook, é possível acompanhar aquilo que o autor contemporâneo quer que seja acompanhado por seus leitores – “amigos virtuais” – seus relacionamentos pessoais (o que cria ou sugere uma atmosfera de intimidade, cumplicidade, quem me responde do outro lado da tela é o sujeito empírico que ama, divorcia-se, tem filhos e sofre da mesma forma que eu, sua leitora, há aqui algo como uma empatia transferida do sujeito empírico para a função autor), seu êxito na divulgação do livro na Europa, o processo de criação de outro roteiro cinematográfico, seu fanatismo por um time de futebol, a chamada para outro texto postado em blog, fotos de lugares por onde passou, sua “vida” – não a sua vida de fato, mas sua vida enquanto autor, com umas pinceladas de cotidiano, de “realidade”, afinal de contas, a “realidade” vende, atende à demanda mercadológica contemporânea de necessidade do “real” – tempos de Big Brother. O Facebook de um autor funciona quase sempre como os bastidores da função autor, um encontro com a pergunta inicial do leitor, “*o que você quis dizer...?*”.

Vivemos o tempo de hipervalorização do “real”, e conseqüentemente, da busca pelos bastidores, e as novas mídias cibernéticas parecem criar para o mercado de bens simbólicos um novo instrumento de sedução de leitores e, acima de tudo, como os aponta Lejeune, de não-leitores: os limites entre vida e obra de um autor parecem estar, novamente, rasurados, a informação sobre o cotidiano, a divulgação de obras e o próprio processo de criação literária são apresentados caoticamente no espaço virtual, dificultando, em uma primeira leitura, a separação do sujeito empírico da função autor. Esse atrelamento aquece o mercado – não podemos esquecer, acima de tudo, que o autor é um profissional da ficcionalização. Será seu perfil social parte de sua obra ou instrumento de marketing?

A ficção, numa sociedade caracterizada pelo alto grau de espetacularização do cotidiano midiático, e em que novas técnicas de simulação visual, tornadas possíveis com a informática, permitem antecipar o real físico, reproduzi-lo e manipulá-lo, situa-se, paradoxalmente, num lugar incômodo: parece estar em toda parte, “contaminando” as instâncias do real, mas, por isso mesmo, vem

¹⁷ Lejeune, Philippe. *O pacto autobiográfico*. 2010, p. 194

sendo colocada sob suspeita. Como observou Marc Augé (1998), a ficcionalização sistemática de que o mundo é objeto mudou o estatuto da ficção, a partir do momento em que esta não parece constituir um gênero particular, mas, sim, desposar a realidade a ponto de confundir-se com ela. (Figueiredo, 2010, ps. 80 e 81)

O quanto de *ficção* tem em um perfil de autor em uma rede social? A quem interessa essa ficção, e como ela ajuda a divulgar e comercializar a obra impressa? Como essa “ficção disseminada”, que “desposa a realidade, a ponto de confundir-se com ela”, instrumentaliza o mercado, ajudando a “roda” a girar? Ao pensarmos o autor contemporâneo, e suas relações com os novos recursos tecnológicos disponibilizados, necessariamente refletiremos sobre a diluição entre a ficção e a não ficção. Tudo o que o mercado parece precisar, nesse momento, é que as fronteiras entre ficção e não-ficção sejam, de fato, diluídas, e que tudo seja vendido como “real”, principalmente, os simulacros de realidade.

Com o advento das tecnologias de rádio, televisão e internet, também a imagem física do autor entra no circuito de exploração do campo publicitário. Se ao leitor do século XIX restava, muitas vezes, imaginar como seria um autor através de descrições escritas, hoje, a foto do autor e sua performance em entrevistas instiga o leitor a conhecer a obra – parece que vivemos, portanto, o movimento contrário de nossos antepassados. Se antes conhecíamos a obra para imaginar o autor, agora conhecemos o autor para imaginar sua obra.

Os periódicos literários do século 19 continham poucas ilustrações e o “retrato do autor” aparecia sobretudo nas edições das obras completas ou nas biografias, ao passo que, hoje, a publicação da fotografia não é mais um signo de consagração, mas faz parte dos procedimentos de “lançamento”. (...) E, é claro, a publicidade dos livros joga com essa imagem – sobretudo se ela for lisonjeira ou impressionante (...) (Lejeune, 2010, p. 194)

Logicamente, essa imagem de autor, mais conservadora, intelectual ou moderna, deverá estar de acordo com seu nicho de mercado, sua aparição pública sempre remeterá a isso. Vivemos a época da preponderância da imagem do autor em detrimento da obra? Não há, obviamente, uma resposta simples aqui. Podemos considerar que, após o aparecimento das tecnologias de imagem, a imagem do autor adquire importância e se fortalece ao divulgar sua obra. No entanto, num movimento circular, a obra legitima o autor, e um indício disso é a importância da publicação impressa para caracterizar-se profissionalmente um autor. Para

exemplificar esse indício, recentemente, a revista *Granta*, ao buscar a publicação de autores brasileiros para sua antologia, exigia que o candidato tivesse, pelo menos, uma obra impressa. Lejeune sugere que, na época do rádio, ainda sobrava algum espaço para a imaginação do leitor com relação à imagem do autor: ouvia-se a voz, mas a imagem ainda permanecia imaginada. Pouco sobrou, contudo, depois do advento da televisão: ali está o autor, em carne, osso e discurso:

Na televisão, enfim, voz e imagem se reuniram. Nada mais a ser imaginado: o autor do livro que lemos ou, com mais frequência, do livro que não lemos e que não leremos está ali, em carne e osso e ao vivo. Se ainda resta algo a ser imaginado, será, paradoxalmente, o que ele terá escrito. (Lejeune, 2010, p. 194)

Ironicamente, portanto, no caso do autor contemporâneo, a obra é o seu maior mistério. Lejeune questiona justamente se a dissipação em torno da imagem do autor pela televisão ou pelo rádio não seria “salutar”, uma vez que, nesse contexto, não teríamos o “efeito do mistério engendrado pela escrita”¹⁸. Infelizmente, o teórico francês afirma que a mídia, todavia, continua alimentar a ilusão biográfica, buscando as respostas ao mistério da escrita ainda na “ilusão biográfica”. Para Lejeune, logo, não há nada de novo sob o sol – apesar de conhecermos a imagem do autor, ainda buscamos as respostas no sujeito empírico, pois é esse jogo, fortalecido pela mídia, que interessa ao mercado. A pergunta ainda permanece: *o que você quis dizer?*

A ilusão aumenta proporcionalmente com a impressão de realidade criada pela mídia. É na televisão que essa impressão é mais forte. Acredita-se ver o homem ao natural e se esquece que toda e qualquer participação em programas de rádio ou televisão implica a construção de um papel ditado pela posição atribuída àquele homem. O papel do autor é pré-construído pela expectativa do público visado, pelo cerimonial do programa, pelo contexto da entrevista. (Lejeune, 2010, p. 196)

Tudo é construído na mídia, portanto, para reafirmar a ilusão biográfica, e não desvanecê-la. A imagem do autor é construída para isso, e sua imagem é fortalecida, pois ela divulga sua obra, conquistando novos leitores – ou, pelo menos, consumidores. Na televisão, ele fala sobre literatura e cultura, como por exemplo João Paulo Cuenca, no programa *Estúdio I* da *Globonews*. Nas redes

¹⁸ Lejeune, Philippe. *O pacto autobiográfico*, 2010, p. 195

sociais, fala sobre qualquer tópico, inclusive sua “vida particular”, “humanizando-se”, aparentemente negando seu status de autor sacralizado. Porém, ainda retomamos a pergunta: o que, de seus comentários televisivos ou cibernéticos, não é, minimamente, uma dramatização de si mesmo, sua persona virtual, portanto, ficcionalizada, falando ao seu público?

A tecnologia que torna próximo o distante, em certo sentido, amplia o afastamento da realidade, porque as instâncias de mediação são tantas que a dúvida quanto à fidelidade dos discursos e imagens se instala, abrindo espaço para a produção de mais narrativas que proliferam sem cessar, numa compulsão muitas vezes paranoica: tudo está demasiado perto e demasiado longe. (Figueiredo, 2010, p. 81)

A questão, portanto, da ficcionalização da figura do autor por ele mesmo, conforme a citação acima, é reafirmada pela proliferação das próprias instâncias de mediação. A internet, das novas tecnologias, apresenta-se sedutoramente como a menos mediada, o que pode ser facilmente questionável. O autor contemporâneo é, em parte, um autor de si mesmo, de seu personagem para a mídia. Um personagem que precisa divulgar e vender. Para Lejeune, “O autor nos leva ao livro e o livro ao autor”¹⁹, ou seja, essas relações parecem ser circulares, retroalimentadas.

Lejeune, ao explicar sobre as relações entre a construção da imagem do autor e a influência do jornalismo sobre ela, possibilitará a reflexão sobre outro fenômeno de mídia cibernética no qual os autores contemporâneos estão inseridos na atualidade: o Twitter.

As necessidades do jornalismo (é preciso ir direto ao ponto essencial) levam a privilegiar as palavras do autor, logo a favorecer a imagem do escritor-oráculo ou do escritor-moralista cujas frases são dignas de serem gravadas em mármore. Qualquer efeito de escrita que ultrapasse a dimensão da frase tende a desaparecer ou a se diluir na vaga noção de “estilo”. (Lejeune, 2010, p. 197)

Através desse trecho, Lejeune critica o aparecimento da obra na mídia, menos como texto e mais como objeto: frases pontuais, marcadas a lápis, que “possibilitam apresentar um personagem ou dar uma ideia da tese do autor”. Tudo é efêmero, superficial, e a maximização desse fenômeno parece ser justamente o Twitter, onde os autores precisam condensar o que querem dizer em

¹⁹ Lejeune, Philippe. *O pacto autobiográfico*, 2010, p. 196

cento e quarenta caracteres. No Twitter, o autor se expõe e faz permanecer o contato com seu público várias vezes ao dia, nele, o autor não está mais condenado ao esquecimento ao fechar de um livro: ele renasce a cada postagem, reinterando o contato de outras redes sociais, usando a ferramenta cibernética, muitas vezes, para seduzir novamente o leitor a se aproximar daquele imagem que se quer “real”. “O autor, hoje, deve antecipar o que era, antes da mídia audiovisual, apenas um efeito a posteriori. Deve induzir o desejo de ler seus textos, ao passo que, antes, era o texto que despertava a vontade de se aproximar dele.”²⁰ A pretensa interação e atualização oferecida pelo Twitter ratificam a necessária presença de autor, tão necessária hoje em dia ao mercado editorial. Através de cento e quarenta caracteres, de forma condensada, expondo pensamentos em manchetes várias vezes ao dia, o autor se faz novamente presente ao público, próximo dele e, ao mesmo tempo, tão distante, através da tela do computador:

Através desse simulacro de presença, há também a abstração do conceito de distância por meio de um processo de “transubstanciação” – e, talvez aí, também de isolamento – da essência do humano em um código capaz de alterar o princípio da mobilidade. Esse código não é outro senão o binário, a matéria do ciberespaço. Presença sem distância: essa é a promessa, então, de uma *presença total* e, por conseguinte, da existência ampliada que esta indica; como se a essência, quando traduzida, fosse automaticamente expandida. (Slade, 2007, p.28)

O Twitter irrompe, portanto, como uma poderosa ferramenta de síntese para acompanhar o cotidiano, através de frases, desse personagem autor, quase sujeito-empírico. É a *presença total* que tanto serve ao mercado, uma potente propaganda 24 horas, com frases que funcionam como slogans, “dignas de serem gravadas em mármore”, muitas vezes. A aproximação, através das novas tecnologias, nunca foi tão possível, no entanto, nunca estivemos tão distantes, convivendo com personagens que nos seduzem com a construção de sua persona pública. A arte também faz parte desse fenômeno, e não poderia, aliás, deixar de fazer.

É interessante a análise empreendida por Lejeune acerca do programa “Apostrophes”, da televisão francesa. “Apostrophes” foi um programa comandado por Bernard Pivot, de 1975 a 1990, sendo exibido no horário nobre de 21:30. Foi

²⁰ Ibidem, p. 199

um programa que, através de sua influência, ditou as discussões literárias na França, sendo uma referência para os autores que queriam ser reconhecidos pelo grande público francês. Esse tempo de exposição de autores era de fulcral importância para a imagem deles, era ‘a’ tão sonhada (pelos autores e editoras) vitrine no horário nobre televisivo. Sobre o programa e a importância dele nas livrarias, Affonso Romano de Sant’Anna relembra:

Nos dois anos em que dei aulas em Aix-en-Provence, via semanalmente o notável programa *Apostrophe*; Bernard Pivot entrevistava escritores. O programa tinha uma audiência imensa. As livrarias da França expunham nas vitrinas e mesas os livros citados no programa. Pivot, durante 30 anos, foi um invejável fenômeno de comunicação. Leio agora no *Le Nouvel Observateur* que três programas dedicados a livros na televisão francesa deixarão de existir. Permanecerá apenas *La Grande Librairie*, de François Busnel. A reportagem se refere a Pivot como uma lenda. Abro algumas anotações feitas há 30 anos. (Sant’Anna, 2012, site Rascunho)

Sobre o programa, Philippe Lejeune considera que ele “(...) não é um programa literário: mas como faz vender livros, a literatura nesse contexto deve se submeter, se quiser ser vendida, ao regime comum, que é o regime da *referência*.”²¹ Aqui, podemos entrever claramente a interdependência entre mídia, arte e mercado – uma não se faz sem a outra. Lejeune vai mais além ao afirmar que “Qualquer autor que compareça ao programa deve, ao mesmo tempo, *apresentar* seu livro (fazer um resumo do conteúdo, declarar sua intenção) e *representá-lo* através de sua pessoa.”²² O autor precisa, portanto, apresentar a obra e representar algo que seria o seu sujeito empírico por um tempo maior de exposição nas vitrines físicas e midiáticas. Segundo Lejeune, o autor tem a possibilidade de falar da obra e dos personagens “como se fossem reais”, e portanto, “O programa serve de mediador para o livro de ficção e imita aquela “crise da credulidade” que envolverá o autor”²³, ou seja: *quem é o autor e o que ele quis dizer*. Assim, a mídia reforça a ideia da pesquisa autobiográfica, em um retorno não exatamente aos tempos e modos como ela era feita no século XIX, mas com um objetivo comercial:

²¹ Lejeune, Philippe. *O pacto autobiográfico*, 2010, p. 198

²² Lejeune, Philippe. *O pacto autobiográfico*, 2010, p. 198

²³ *Ibidem*, p. 198

A tendência fatal desse gênero de espetáculo é impor a todos os textos uma leitura mais ou menos autobiográfica: antes mesmo que o autor tenha aberto a boca, sua presença física já se configura como uma confissão. (...)

Um autor, no programa de Pivot, é tanto alguém que *viveu*, que sentiu profundamente, refletiu e imaginou intensamente, quanto alguém que *escreveu*. É uma personalidade, uma experiência, uma presença: o livro que escreveu aparece ao longo do programa apenas como uma sombra, um objeto virtual que deve ser reconstituído “estereoscopicamente” através da superposição da análise do conteúdo e da imagem do autor. (Lejeune, 2010, p. 198/199)

O livro enquanto sombra: essa é justamente a ideia da contemporaneidade? As relações entre sujeito empírico e a função autor, obra e biografia, parecem estar condenadas a esse tenso imbricamento literário que se constitui o campo da autoria. Se antes os leitores formavam seu imaginário de autor através do texto, hoje em dia parecemos vivenciar justamente o contrário: formamos o imaginário do texto através do autor construído pela mídia, e tudo não passa, talvez, de ilusão e simulacro de proximidade.

A análise de Lejeune sobre o programa “Apostrophe” pode e deve ser ampliada para uma discussão maior, que é o aparecimento de autores (e suas obras) em programas televisivos – seria isso a construção de seu discurso e imagem como método de propaganda ou, de fato, expansão das discussões literárias para além do âmbito acadêmico? Vale ressaltar a existência de programas (ou quadros) que se propõem a discutir literatura no espaço televisivo aqui no Brasil, como o quadro apresentado por João Paulo Cuenca no programa de variedades Estúdio I (canal GloboNews) ou o Entrelinhas (TV Cultura), que permaneceu como programa até março desse ano, tornando-se quadro de outro programa de variedades, o MetrÓpole (todos disponíveis para consulta e de fácil acesso através do canal Youtube, no computador, ou seja, o leitor não necessariamente precisa assistir o programa no momento de exibição). Apesar de não serem exibidos em horário nobre, esses programas também possibilitam a expansão do público leitor, expondo os novos autores e obras tal qual o programa de Bernard Pivot, ampliando a visibilidade deles e legitimando, de certa forma, a figura do autor através da mídia – ou temos o autor dando uma entrevista sobre a construção da obra que está sendo divulgada, ou temos a divulgação da obra com uma explicação biográfica de quem é o autor dela. Invariavelmente, no entanto, o destaque é o autor: suas próprias palavras ou o que se tenta dizer sobre ele, e sua imagem ali aparece, mais fortalecida do que nunca. Para tal, é necessário que a

imagem seja expressiva e marcante, pois muitas são as imagens na contemporaneidade, que se sucedem em segundos – é preciso, em muitos casos, dramatizar enquanto personagem autor:

No programa “Apostrophes” o texto (que é escrito) e a escrita (o fato de escrever) tendem a desaparecer. É mais rentável mostrar uma rica e sedutora personalidade do que posar de autor de uma obra. É preciso parecer-se com seu livro, imitá-lo, colocá-lo em palavras, *ser* ele próprio. Você se transforma no homem-sanduíche de você mesmo. Inútil lembrar o que foi realmente seu trabalho: um trabalho bem feito apaga vestígios. (Lejeune, 2010, p. 195)

E não seria justamente isso: o desvanecimento da função autor em prol do atrelamento dela ao sujeito empírico, com ganhos mercadológicos e midiáticos? Para Lejeune, “O papel de um meio de informação de massa é continuar a reproduzir a ideologia dominante, estimular os gestos indispensáveis ao consumo dos bens culturais.”²⁴ Estímulo ao consumo dos bens culturais, através de uma pretensa resposta à pergunta: quem é o autor? Para respondê-la, eis na mídia o autor *que o leitor desejava encontrar*. A imagem do autor sempre vendeu, uma vez que sacia a curiosidade da pergunta *quem é o autor*, e mediante as novas tecnologias, a ideia de criação de um personagem autor cada vez mais ligada ao sujeito empírico vai se sofisticando, até chegarmos a esse campo cibernético, *um campo onde tudo se equivale*, um campo onde o limite entre o real e o virtual, a ficção e a não ficção parece desmanchar junto com outras certezas tão sólidas, herdadas da alta modernidade.

1.4. O nome na capa, por Giorgio Agamben

Giorgio Agamben é o último teórico proposto para a discussão sobre o tema dessa dissertação nesse capítulo. Em *O autor como gesto*, publicado no livro *Profanações*, ele parte da palestra proferida por Michel Foucault, *O que é um autor?*, pretendendo fazer uma análise crítica dos conceitos de sujeito empírico e função autor.

Inicialmente, ele parte da própria frase que inspirou o artigo de Foucault, “Que importa quem fala?”, de Samuel Beckett, assinalando o paradoxismo dessa frase.

²⁴ Lejeune, Philippe. *O pacto autobiográfico*, 2010, p. 202

Há, por conseguinte, alguém que, mesmo continuando anônimo e sem rosto, proferiu o enunciado, alguém sem o qual a tese, que nega a importância de quem fala, não teria podido ser formulada. O mesmo gesto que nega qualquer relevância à identidade do autor afirma, no entanto, a sua irredutível necessidade. (Agamben, 2007, p. 49)

Agamben pretende discutir, como podemos entrever no trecho anterior, a impossibilidade de negar a importância da existência de um autor, ou que, pelo menos, se há um enunciado, há alguém, e portanto, esse alguém tem um peso, existe. Para Agamben, qualquer tentativa de negar a importância do autor é, no final das contas, uma afirmação de que ele existe e tem importância.

Ao continuar a sua análise, ele revisitará a formulação do conceito de função autor e a sua distinção do sujeito empírico, apontando que quase sempre os dois conceitos são confundidos, ou, como já assinalamos anteriormente, estão mais atrelados do que poderíamos supor:

Nessa altura, Foucault pode esclarecer o sentido de sua operação. Ela se fundamenta na distinção entre duas noções que frequentemente são confundidas: o autor como indivíduo real, que ficará rigorosamente fora de campo, e a função autor, a única na qual Foucault concentrará toda a sua análise. (Agamben, 2007, p. 49)

Se um texto atribuído a um autor não é dele, isso tem um impacto sobre o seu nome e, acima de tudo, sobre a organização do discurso literário, o que não aconteceria com um indivíduo comum. O nome próprio do autor não é, portanto, um nome qualquer, como já mencionamos e analisamos anteriormente nessa dissertação. O nome do autor faz parte de um contexto cultural de uma sociedade, ele tem uma função classificatória do discurso, ela delimita, por exemplo, os discursos que têm uma função autor dos que não a têm, como, em geral, os discursos científicos, por exemplo.

O nome de autor não se refere simplesmente ao estado civil, não "vai, como acontece com o nome próprio, do interior de um discurso para o indivíduo real e exterior que o produziu"; ele se situa, antes, "nos limites dos textos", cujo estatuto e regime de circulação no interior de uma determinada sociedade ele define. (Agamben, 2007, p.50)

A necessidade da existência de um autor é também, por conseguinte, da ordem da taxonomia dos textos. Acima de tudo, a existência do autor é da ordem

política, como nos lembra o próprio Foucault, ao apresentar a versão modificada de *O que é um autor?* na Universidade de Buffalo. Nessa versão, como Giorgio Agamben enfatiza, ele desassociará ainda mais a função autor do sujeito empírico, opondo as duas categorias “dramaticamente”:

O autor não é uma fonte infinita de significados que preenchem a obra, o autor não precede as obras. É um determinado princípio funcional através do qual, em nossa cultura, se limita, se exclui, se seleciona: em uma palavra, é o princípio através do qual se criam obstáculos para a livre circulação, a livre manipulação, a livre composição, decomposição e recomposição da ficção. (Agamben *apud* Foucault, 2007, p. 50)

Foucault reafirma, de maneira categórica, que o autor não precede suas obras – nasce com elas. E, com sua existência, temos a existência da autoridade sobre a obra, autoridade que limita a livre circulação dos textos, que intimida essa circulação. Além do sentido político e jurídico que poderíamos entrever nesse trecho, que é a existência de uma autoridade e, portanto, um “dono” de uma propriedade, podemos também entrever implicitamente a questão mercadológica de que o texto é uma propriedade de alguém que pode ser (e será) comercializada. O texto não mais faz parte do público, passa a ser privado, um bem a ser adquirido. A ideia da existência de um autor interessa ao mercado, portanto, sob inúmeros aspectos.

Na análise de Agamben, no entanto, é necessário criticar justamente a falta do sujeito empírico no estudo empreendido por Foucault, um olhar, segundo ele, indiferente a esse sujeito, ‘estetizante a respeito da subjetividade’. Há uma abundância de referências ao conceito de função autor no artigo do filósofo francês:

Por um lado, ele repete com alguma frequência que nunca deixou de trabalhar sobre o sujeito; por outro, no contexto das suas pesquisas, o sujeito como indivíduo vivo sempre está presente apenas através dos processos objetivos de subjetivação que o constituem e dos dispositivos que o inscrevem e capturam nos mecanismos do poder. Provavelmente é por esse motivo que críticos hostis puderam questionar em Foucault, e não sem incoerência, a presença contemporânea de uma absoluta indiferença pelo indivíduo em carne e osso, e de um olhar decididamente estetizante a respeito da subjetividade. (Agamben, 2007, p. 50/51)

Onde está o sujeito empírico na análise foucaultiana? Para Agambem, ele está ausente. Como analisar a instituição autoral sem levar em consideração esse conceito? Para Agamben, é justamente nessa ausência que o autor se torna presente.

Obviamente, Michel Foucault conhecia a crítica feita ao seu estudo e rebateu as argumentações, alegando que o fato ter um foco na função autor não necessariamente eliminava o sujeito empírico – era necessário, como metodologia de trabalho, “fazer aparecer os processos próprios que definem uma experiência na qual sujeito e objeto ‘se formam e se transformam’ um em relação ao outro e em função do outro”²⁵, segundo ele. Dessa forma, não existia uma negação ao sujeito empírico, e nem uma tentativa de enfraquecê-lo, argumento combatido com sarcasmo por Foucault: “Retenhamos, portanto, as lágrimas.”²⁶

Para Agamben, a perspectiva de estudo proposta por Foucault não abarcava o sujeito, reafirma ele. Coloca o autor em um espaço institucional, ao espaço do *regesto*, mas pouco vai além disso. É o autor em um nível documental, não orgânico. Além disso, ele atenta para a questão do ‘jogo do morto’ na figura da autor. O autor é alguém ausente, ou melhor, ele se faz presente através da sua ausência, o que pode parecer um paradoxo.

Nessa ordem, segundo o diagnóstico que Foucault não para de repetir, "a marca do escritor reside unicamente na singularidade da sua ausência; a ele cabe o papel do morto no jogo da escritura". O autor não está morto, mas pôr-se como autor significa ocupar o lugar de um morto. Existe um sujeito-autor, e, no entanto, ele se atesta unicamente por meio dos sinais da sua ausência. Mas de que maneira uma ausência pode ser singular? E o que significa, para um indivíduo, ocupar o lugar de um morto, deixar as próprias marcas em um lugar vazio? (Agamben, 2007, p. 51)

O paradoxo reside no seguinte raciocínio: como um autor, enquanto sujeito empírico, pode ‘ocupar o papel do morto’? E como ficam suas marcas autorais quando ele joga o ‘papel do morto’? Onde e como ele deixa essas marcas, se o que há é o vazio, como assinala Agamben? Esse desatrelamento, essa cisão total entre função autor e sujeito empírico, portanto, não seria viável.

Daí nasce a ideia de presença e ausência do autor para Agamben. Através do raciocínio sobre o texto de Michel Foucault, *A vida dos homens infames*, temos

²⁵ Agambem, Giorgio *apud* Foucault, Michel. *O autor como gesto*. In. *Profanações*. 2007, p. 51

²⁶ *Ibidem*, p. 51

a construção desses indivíduos *infames* não pelo que é apresentado no discurso, mas pelo gesto de subtração dessa apresentação, o que os ‘condena’ à condição de permanecerem inexpressos, quase inomináveis, usando uma expressão beckettiana. Partindo dessa reflexão, ele traça uma comparação com a situação do autor, que estaria no texto ‘apenas em um gesto’, instalando um ‘vazio central’ (não preenchido por ele) que ‘possibilita a expressão’. O autor é o que, portanto, através de seu gesto, cria a expressão no vazio:

Se chamarmos de gesto o que continua inexpresso em cada ato de expressão, poderíamos afirmar então que, exatamente como o infame, o autor está presente no texto apenas em um gesto, que possibilita a expressão na mesma medida em que nela instala um vazio central.

Como se deve entender o modo dessa presença singular, em que uma vida nos aparece unicamente por meio daquilo que a silencia e distorce com uma careta? (Agamben, 2007, p. 52/53)

O autor, portanto, é quem dialoga com esse vazio, não *expressa* e nem *representa*, afinal de contas, e sim joga a vida na obra, permanecendo nas ‘sombras’. De acordo com essa visada teórica, pensar a obra através do autor é infrutífero, quase pueril. Nesse aspecto, a imagem do autor nada retrata, somente o vazio em sua obra, sua ausência, justifica sua leitura. A presença do autor, seria portanto, uma artífice meramente comercial, na sociedade da imagem? O que conta é a sua ausência, o seu gesto?

O autor marca o ponto em que uma vida foi jogada na obra. Jogada, não expressa; jogada, não realizada. Por isso, o autor nada pode fazer além de continuar, na obra, não realizado e não dito. Ele é o ilegível que torna possível a leitura, o vazio lendário de que procedem a escritura e o discurso. O gesto do autor é atestado na obra a que também dá vida, como uma presença incongruente e estranha (...) Assim como o mímico no seu mutismo, como Arlequim na sua trapaça, ele volta infatigavelmente a se fechar no aberto que ele mesmo criou. E assim como em certos livros velhos que reproduzem ao lado do frontispício o retrato ou a fotografia do autor, nós procuramos em vão decifrar, nos seus traços enigmáticos, os motivos e o sentido da obra como o exergo intratável, que pretende ironicamente deter o seu inconfessável segredo. (Agamben, 2007, p. 55)

Para Agamben, esse lugar que fica vazio através da ausência do autor é o que torna possível a leitura de sua obra. O leitor seria cúmplice do autor no ‘gesto inexpressivo’, afinal de contas, é necessário que alguém assuma o lugar vazio deixado pelo autor, ressignificando-o. É somente assim, de acordo com ele, que os

sentimentos ou pensamentos podem ser abstraídos de um papel, pois ‘um sentimento e um pensamento exigem um sujeito que os pensa e experimente’.²⁷

Assim, o pensamento e a imaginação do autor e do leitor se unem, ‘sob a condição de continuarem inexpressos’.²⁸ É interessante pensar sobre esse ‘pacto’ do ‘gesto inexpressivo’ em face da contemporaneidade. Será que esse tipo de pacto resistirá à progressiva imersão dos sujeitos em uma sociedade de ‘quinze minutos de fama’? Haverá, ainda, espaço para a ausência e para o vazio em uma sociedade tão presentificada e hiperbólica, tão, afinal de contas, transbordada de espetáculos e espetacularizações? O pacto do ‘gesto inexpressivo’ é uma construção possível ou será afetado perante as novas tecnologias, perante os *novos dispositivos*? Agamben recusa a leitura da obra através da biografia do autor, mas também reforça não ser possível fazer do gesto dele a ferramenta de compreensão dela. O sujeito empírico do autor não está ao alcance ‘como uma realidade substancial presente em algum lugar’, muito pelo contrário, ele é o resultado de sua interação com os *dispositivos*, com tudo que faz a mediação entre o homem e a vida. Podemos estar caminhando, segundo ele, para um mundo cada vez mais mediado, onde o contato direto com as coisas está cada vez menor, o que gera um sentimento de dessubjetivação. Seremos, talvez, homens apenas espectrais. Mas é na manutenção da irreduzibilidade do gesto inexpressivo do autor em que ele se fará presente e fortalecido, nesse tempo de quase fantasmas, perante os jogos de poder do mercado e de seus *dispositivos*.

1.4. O nome na capa, ao alcance das mãos

O que nos traz de novo, portanto, o nome na capa, ao alcance das mãos de seus leitores em uma prateleira de livraria na contemporaneidade? O que nos leva a comprar esse nome, e o objeto que dele faz parte? Será que o nome próprio do autor faz parte do livro ou é o livro que faz parte da imagem do autor? O que estamos comprando, afinal de contas?

Inicialmente, poderíamos pensar no peso que o nome próprio do autor (expressão utilizada por Michel Foucault) tem no mercado hoje. Parece-nos que esse nome traz consigo, de fato, uma imensa carga semântica. É através dele que

²⁷ Agambem, Giorgio. *O autor como gesto*. In. *Profanações*. 2007, p. 56

²⁸ *Ibidem*, p. 56

se constrói a imagem do autor celebridade, que movimenta o mercado. Essa construção passa por uma tentativa de atrelamento do sujeito empírico à função autor (conceitos também utilizados por Michel Foucault), ou, por assim dizer, uma rasura entre esses dois conceitos. É interessante para o mercado que a função autor esteja bastante próxima ao sujeito empírico, que esse imbricamento ocorra, uma vez que tornando o autor o mais próximo possível do “real” ele venderá mais, atendendo à demanda atual do mercado que busca uma maior veiculação com a “realidade” em seus produtos. Possivelmente, ele também ocupará o espaço deixado pela obra de arte, com a perda de sua “aura”. No entanto, como nos lembra Roland Barthes, esse autor está imerso em uma vasta “colcha de retalhos” que é o contexto cultural, portanto, ele é o resultado de múltiplas forças que o atravessam, sendo fortalecidas em sua imagem as que podem lhe dar maior visibilidade em seu nicho de mercado. O autor contemporâneo não pretende ser original, porque assistiu a queda desse valor e também de outros valores da modernidade. O autor contemporâneo quer ser novidade²⁹, deseja visibilidade na mídia e fortalecimento no mercado, o autor contemporâneo assume, afinal de contas, sua condição de profissional da escrita. Esse processo de fortalecimento da imagem do autor surge na curiosidade natural que os leitores têm sobre quem escreveu a obra, como afirma Philippe Lejeune, e remonta aos séculos anteriores. No entanto, o processo de construção da imagem do autor parece ter sofrido uma reversão com o passar dos anos – se, inicialmente, o leitor procurava imaginar o leitor através da sua obra, ou através de outros escritos, na atualidade, ironicamente, imaginamos a obra a partir do autor, uma vez que sua imagem é o que o público geralmente tem acesso – entrevistas na televisão, perfis em redes sociais, entre outros. Sua imagem de autor, seu sujeito empírico atrelado à função autor, pode ser interpretada como uma persona virtual, construída para seduzir seu público, rasurando não somente os limites entre os dois conceitos foucaultianos, como também os de ficção e não ficção. Podemos ponderar que isso acontece há muito tempo na historiografia literária, no entanto, nunca o mercado e a mídia estiveram tão conscientes das ferramentas de construção dessa imagem e do quanto ela pode vender, processo potencializado pelas novas tecnologias de mídia – nunca o mercado tentou vender tanto o “real” como na atualidade, tempos de

²⁹Slade, 2007, p. 10

“Big Brothers”, documentários e “making ofs”. A instância que legitima e dá visibilidade ao autor contemporâneo não é o Estado, nem o poder político, é o mercado, a mídia, o poder comercial. Nesse território, o autor contemporâneo transita, e precisa transitar 24 horas por dia, em tempos de inflação da imagem. Ele precisa construir sua obra e se construir perante o público constantemente. Precisa ser, ao mesmo tempo, irredutível aos *dispositivos*, como nos lembra Giorgio Agamben. O autor contemporâneo precisa estar disponível aos olhos e mãos na prateleira das livrarias, em busca do melhor espaço nelas, assim como precisa estar disponível aos toques do teclado no computador, à curiosidade de seus leitores que ainda podem insistir na pergunta “*o que você quis dizer...*” ainda, depois de tanto tempo de questionamentos sobre a interpretação de uma obra. Acessibilidade, legitimidade, visibilidade – essas parecem ser as palavras do idioleto do autor da era multimídia, da era da imagem.

Entender melhor o processo de “ressurreição” do autor através do seu status de celebridade e como ele se insere no mercado através disso e da participação em projetos que se caracterizam pelo descentramento da autoria é o nosso objetivo no próximo capítulo.

Carisma, personalidade e obra

Quantidades absurdas de pessoas de vinte anos sem a menor ideia de quem foi Paulo Autran, e você sonhando com fama e perenidade textual.

Paulo Scott

Como se dá o processo de “ressurreição do autor”, a criação de sua aura de celebridade na contemporaneidade? Nesse ponto, faz-se necessário analisar como a mídia e o mercado criam a imagem do escritor, projetando sobre o sujeito empírico, um personagem, ficcionalizando o escritor. Cabe também discutir como se constitui o status de celebridade.

Criar fama a partir das obras não é algo novo, não é um fenômeno exclusivo da contemporaneidade. Fama e literatura, como nos lembra Phillip Lejeune, sempre estiveram associadas. Cabe, portanto, investigar como esse fenômeno está se acentuando na contemporaneidade, e que novos matizes ele traz – como a literatura está relacionada e inserida, portanto, na mídia de entretenimento.

2.1. A presença do escritor como celebridade – sobre carisma e mercado

O fenômeno cultural ao qual chamamos de criação de uma celebridade não é algo novo, mas tem se acentuado na atualidade. O que é uma celebridade contemporânea e como ela se diferencia da celebridade do passado? Como esse processo é modificado através da expansão das mídias?

Para Joe Moran, no livro *Star Authors - Literary Celebrity in America*, o escritor contemporâneo precisa estar em todo lugar, até mesmo em lugares onde não estaria antes. Ele ocupa um espaço que não se restringe aos suplementos literários dos jornais ou entrevistas em programas do gênero – ele está em toda parte. É preciso ocupar espaços na mídia impressa e audiovisual, por uma questão de mercado. É preciso ser uma presença contínua e vender o produto – obra e autor misturados. É preciso ter carisma, personalidade, explorar o potencial de glamour que a vida de um artista parece oferecer:

Nessa discussão, fama literária contemporânea é mais comumente explicada – em termos de banalização da vida literária pela cultura de massa comercial na América. Nesse debate, a fama literária contemporânea torna-se parte da onipresença da “celebridade de entretenimento” (qualquer tipo de fama relacionada à esfera da cultura popular) que parece ser vista como um “fenômeno imperialista, que se move para outras áreas e as fabrica sobre a sua própria imagem”. Sendo mais específico, a fama literária está relacionada com a ubiquidade das imagens midiáticas na cultura contemporânea e na nova ênfase na mera visibilidade ou notoriedade como uma fonte de fama. (Moran, 2000, p. 2)³⁰

A ênfase na visibilidade parece, de fato, estar relacionada com a emergência de celebridades instantâneas como as que surgem a cada temporada do programa televisivo “Big Brother Brasil”. No entanto, caberia usar o mesmo termo para os autores? É fato consumado que hoje o mercado editorial depende da visibilidade para atingir seu público, no entanto, no caso literário, não podemos pensar em um processo de formação de celebridade totalmente esvaziado de conteúdo – retomando a ideia de Daniel Boorstin de que a celebridade é alguém “conhecido por ser conhecido”. Os autores contemporâneos ainda produzem obras, poderíamos afirmar ironicamente, e talvez possamos também considerar que sua imagem na mídia – seu capital de visibilidade – é parte de sua obra, o seu personagem-autor que encena o que o público quer consumir. Autores não são autores, portanto, somente por se portarem como tal, mas precisam se portarem como autores se desejarem permanecer no mercado – pensar a obra, escrevê-la, divulgá-la através da sua presença.

Autores – artistas em geral – sempre contaram com o carisma gerado pela vida que eles parecem levar. No entanto, a fama dos autores do passado difere-se do status de celebridade atingido por eles hoje – como analisaremos mais adiante. Retomando Phillip Lejeune, é necessário extrapolar os limites da função-autor, é necessário ser ou parecer uma personalidade atraente, confundindo o sujeito empírico do autor com seu personagem midiático. Em outras palavras, a pretensa vida do autor tem que parecer tão ou mais interessante que sua própria obra – o

³⁰ Traduzido pela autora da dissertação. “Above all, I want to challenge the way the emergence of literary celebrity is most commonly explained – in terms of the vulgarization of literary life by commercial mass media in America. In this argument, contemporary literary fame becomes part of the overall pervasiveness of “entertainment celebrity” (any fame linked to the sphere of popular culture) which is seen as “an imperialist phenomenon, moving into new arenas and making them over in its own image” (GAMSON, Joshua. *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*). More specifically, it is linked to the ubiquity of media images in contemporary culture and new emphasis on mere visibility or notoriety as a source of fame.”

que ele diz em entrevistas, o que publica em blogs ou status de redes sociais, como age ou pensa.

Promove-se, portanto, o entrelaçamento entre a personalidade “ficcional” do artista e o seu trabalho. É dessa personalidade ficcional que se alimenta a imagem do escritor celebridade, é da personalidade ficcional que vive o mito da celebridade. Citado por Joe Moran, Daniel Boorsin explica como esse mito sobre o artista contaminou as outras áreas artísticas, partindo do cinema, criando um imbricamento entre arte e artista, objeto artístico e sujeito empírico:

De acordo com Boorsin, “o “star system” avançou para muito além do cinema. Aonde quer que vá, ele confunde as formas tradicionais de sucesso. Ele é baseado na personalidade ao invés da obra. Ele premia o “ser conhecido” pelo seu próprio intento.” Ele demonstra, por exemplo, “a maneira em que o cenário editorial americano foi dominado por algumas estrelas... que prosperaram como autores muito por poderem ser chamadas de “personalidades””(Morin apud Boorsin, 2000, p. 2)³¹

Será que na contemporaneidade brasileira vivenciamos isso? Será que a obra perdeu espaço como fator de legitimação dos escritores? Por um lado, poderíamos ponderar que sim, como é o caso de alguns autores brasileiros – não nos interessa, aqui, citar nomes – que poderiam encaixar-se no caso descrito por Morin e Boorsin. Há autores que se destacam no mercado editorial brasileiro muito mais por sua performance midiática do que pela qualidade literária de suas obras. No entanto, é sempre perigoso generalizar – não podemos, a priori, afirmar a completa dominação do mercado em uma cultura tão heterogênea quanto a brasileira, sem estudos conclusivos sobre o assunto. O que se quer assinalar é que, sobretudo desde a expansão da cultura do “star system” do cinema americano para as outras áreas artísticas, esse fenômeno vem se acentuando, estendendo-se até hoje com a participação mais efetiva de autores nas novas mídias com o objetivo de fortalecer sua imagem e vender sua obra.

Como decorrência, diluem-se as fronteiras entre ficção e não-ficção, público e privado, alta cultura e cultura de massa – conceitos que a modernidade

³¹ Tradução da autora. “According to Boorsin, the “star system has reached far beyond the movies. Wherever it reaches it confuses traditional forms of achievement. It focuses on the personality rather than the work. It puts a premium on well-knownness for its own sake”. He notes, for example, the way in which “the American publishing scene has been dominated by a few stars... who have prospered as authors partly because they could be touted as “personalities””.

buscou distinguir e, hoje, cada vez mais se interseccionam. A questão da ficção e da não-ficção, por exemplo, será abordada mais adiante nesse capítulo, através dos estudos da ficcionalização do escritor encontrados no livro *Os crimes do texto*, de Vera Lúcia Follain de Figueiredo.

É bastante relevante, neste capítulo, o estudo que Joe Morin faz sobre a obra do sociólogo francês Pierre Bourdieu, retomando alguns conceitos sobre a relação entre cultura e mercado. Ele relembra a teoria de Bourdieu sobre o fim de formas antigas de patronato artístico e o desenvolvimento de um sistema mais complexo e sofisticado:

O trabalho de Bourdieu sobre o campo cultural é especificamente relacionado com os embates por poder e posição entre os produtores culturais resultantes quando os tradicionais sistemas de autoridade – como aquelas oferecidas pelo patronato eclesiástico ou aristocrático – entraram em colapso. Ele argumenta que houve um desenvolvimento histórico desde que as formas antigas de patronato entraram em declínio, com a primeira emergência do mercado literário, onde a atuação da esfera social dos escritores e outros produtores culturais cresceu sensivelmente, mais sofisticada e mais “autônoma”, transformando a si mesma em um “campo de relações governados por sua lógica específica – competição por legitimação cultural”³²

Através dos estudos dos campos realizados por Bourdieu – parte fulcral da obra *As regras da arte*, podemos melhor analisar a questão da legitimação e da visibilidade, fatores essenciais ao pensarmos a questão da veiculação do conceito de celebridade à autoria contemporânea. Como se configurou o campo político e econômico com o declínio do mecenato e como se constituiu aquilo que hoje chamamos de mercado – aquele que, em última instância, legitima o escritor e cria para ele o status de celebridade?

As relações entre artistas, dinheiro e poder e a configuração do mercado hoje podem ser analisadas brevemente em sua trajetória histórica. O capital oriundo da Revolução Industrial consolidou o poder econômico burguês no século XIX, assim como seu poder político. Um dado apontado por Pierre Bourdieu é

³² Bourdieu’s work on culture is specifically concerned with the struggles for power and position amongst cultural producers which result when traditional systems of authority – such as those provided by ecclesiastical and aristocratic patronage – collapse. He argues that there has been a historical development since the decline of these old forms of patronage and the first emergence of a literary marketplace, by which the social sphere of writers and other cultural producers has grown larger, more sophisticated and more “autonomized”, transforming itself into a “field of relations governed by a specific logic: competition for cultural legitimacy” (BOURDIEU, Pierre. *Intellectual Field and Creative Project*)

bastante relevante para pensarmos a que poder os autores da época respondiam: na ausência de instâncias de consagração, que pouco peso tinham dentro do campo, as instâncias políticas assumiram o controle, exercendo o domínio sobre o campo de produção literária de forma desigual: alguns autores recebiam laureações e recompensas financeiras e simbólicas por seu trabalho (que agradava ao projeto político ou o gosto de quem tinha o poder), outros sofriam sanções. Em outras palavras, as relações no mercado eram da ordem do papel – quem detinha o dinheiro (papel monetário) controlava, através de seu poder de decisão, a palavra impressa: como seria produzida e, acima de tudo, como circularia (caso circulasse) a arte escrita (papel literário):

Estamos longe das sociedades eruditas e dos clubes da sociedade aristocrática do século XVIII ou mesmo da Restauração. (...) Doravante, trata-se de uma verdadeira subordinação estrutural, que se impõe de maneira muito desigual aos diferentes autores segundo sua posição no campo, e que se institui através de duas mediações principais: de um lado o mercado, cujas sanções ou sujeições se exercem sobre as empresas literárias, seja diretamente, através das cifras de venda, do número de recebimentos, etc., seja indiretamente, através dos novos postos oferecidos pelo jornalismo, a edição, a ilustração e por todas as formas de literatura industrial; do outro lado as ligações duradouras, baseadas em afinidades de estilo de vida e de sistema de valores que, especialmente por intermédio dos salões, unem pelo menos uma parte dos escritores a certas frações da alta sociedade, e contribuem para orientar as generosidades do mecenato de Estado. (Bourdieu, 2010, p. 65)

Da citação, podemos destacar, em um primeiro momento, a importância já preponderante da cifra de vendas no campo da autoria e o que representava para o autor, já no século XIX, vender (muito) a sua palavra: status social, maior possibilidade de divulgação e circulação de seus textos, lugares de destaque na “literatura industrial”.

Produzir o que o público queria significava, muitas vezes, escrever romances – principalmente os de folhetim. A poesia, “ainda associada às grandes batalhas românticas, à boemia e ao engajamento em favor dos desfavorecidos”, passa a segundo ou terceiro plano, perdendo visibilidade no mercado. O gosto burguês comandou o mercado e, conseqüentemente, suas linhas de produção. Vender muito era aumentar a visibilidade e o retorno financeiro, e alguns autores resolveram produzir literatura em “escala industrial”, como Alexandre Dumas, que contava com uma equipe de produção literária sob sua supervisão. Esse tipo de procedimento é recorrente no mercado até hoje: em recente publicação da

Revista *Época*, intitulada “A máquina de escrever”, encontramos vários autores que são chamados de “campeões de produtividade”, ou seja, autores “de sucesso” (campeões de cifra de vendas) que produzem uma grande quantidade obras ao longo da carreira literária.

Os salões literários do século XIX eram o ponto de encontro entre os autores e artistas de maneira em geral com os aqueles que detinham o poder e o dinheiro. Os salões eram o espaço de articulação de duas forças do campo: detentores do poder político, que “queriam impor sua visão aos artistas e apropriar-se do poder de consagração e de legitimação que eles detêm” (Bourdieu, 2010, p. 67) e os artistas, que pretendiam expor suas ideias e através disso conseguir visibilidade de mercado e apoio financeiro para suas obras – estes, por vezes, agiam como verdadeiros grupos de pressão, esforçando-se “em assegurar para si um controle imediato das diferentes gratificações materiais ou simbólicas (...)” (Bourdieu, 2010, p. 67).

Na maioria das vezes, nessa interação, os dois grupos levavam vantagem. Obviamente, a partir dos “salões” temos o grupo de autores que os frequentam e os outros, que fazem parte dos “excluídos”. No seio dessa exclusão, encontramos a figura forjada no senso comum do escritor à margem do universo de luxo e mecenato criado pelo poder: o escritor boêmio.

É assim que os salões, que se distinguem mais pelo que excluem do que pelo que aglutinam, contribuem para estruturar o campo literário (como o farão, em outros estados de campo, as revistas e os editores) em torno das grandes oposições fundamentais: de um lado os liberais ecléticos e mundanos dos salões da corte, do outro os grandes escritores elitistas (mecenato) e, enfim, os cenáculos de boemia.” (Bourdieu, 2010, p. 69)

Na contramão dos escritores consagrados pelas instâncias políticas, temos os jovens que aspiram viver da escrita. Dentre eles, surge, no cenário literário, o estilo de vida boêmio, a arte de viver de maneira boêmia, com a construção e difusão da identidade desse “tipo de artista”. Pierre Bourdieu nos aponta a dificuldade de classificação social desses jovens autores, que fazem do fato de serem excluídos uma marca identitária e um estilo de vida para ser cultuado:

Realidade ambígua, a boemia inspira sentimentos ambivalentes, mesmo entre seus mais ferozes defensores. Em primeiro lugar, porque desafia a classificação: próxima do povo, com o qual frequentemente partilha a miséria, está separada

dele pela arte de viver que a define socialmente e que, mesmo que a oponha ostensivamente às convenções e às conveniências burguesas, a situa mais perto da aristocracia ou da grande burguesia que da pequena burguesia bem-comportada, especialmente na ordem das relações entre os sexos em que experimenta em grande escala todas as formas de transgressão, amor livre, amor venal, amor puro, erotismo, que institui como modelos de seus escritos.” (Bourdieu, 2010, p. 73)

A atitude boêmia, era portanto, de ruptura com as leis de mercado vigentes na época, ruptura consequente da exclusão do próprio mercado, expressa por gostos e maneiras de vestir tomadas como “extravagantes” e obras de igual teor. A boemia passa por mudanças com o passar do tempo, e o termo acaba por tornar-se generalista e designa, em seu âmago, desde autores dândis românticos, que frequentemente o senso comum identifica com o autor boêmio, quanto escritores intelectuais, conscientes de sua exclusão e que exerciam uma segunda profissão para sobreviver, já que não eram recompensados financeiramente de forma suficiente pelos seus textos. Já naquele momento, o campo dos autores era um campo tenso em cisão, e a participação do artista (no caso do âmbito literário) na disputa pela autonomia da arte vai se tornando cada vez mais inexorável. Negar a existência da exclusão, sujeitando-se às leis de mercado e ao gosto da burguesia, ou alardeá-la como forma de viver: aparentemente opostas, essas formas de lidar com o mercado eram, acima de tudo, complementares, uma vez que romper com o mercado era, ainda, considerá-lo. De qualquer maneira, parece-nos que podemos afirmar que, já no século XIX, o autor tinha consciência do papel que viria a desempenhar no mercado de bens simbólicos e que, para sobreviver, seria necessário aprender a lidar com ele, seria necessário aprender a lidar com a instância de consagração representada pelo poder do capital e não se vitimizar por ela, pois, em última análise, tudo fazia parte do jogo de mercado, mercado consolidado pelo poder e pelo pensamento burguês. O estilo de vida e a marca identitária do “autor boêmio”, portanto, serviram tanto ao mercado quanto aos próprios artistas.

Assim, está claro que o campo literário e artístico constitui-se como tal na e pela oposição a um mundo “burguês” que jamais afirmara de maneira tão brutal seus valores e sua pretensão de controlar os instrumentos de legitimação, tanto no domínio da arte como no domínio da literatura, e que, por intermédio da imprensa e de seus plumitivos, visa impor uma definição degradada e degradante na produção cultural. O desgosto mesclado de desprezo que inspiram os escritores (Flaubert e Baudelaire especialmente) esse regime de

novos-ricos sem cultura, inteiramente colocado sob o signo do falso e do falsificado, o crédito concedido pela corte às obras literárias mais comuns, aquelas mesmas que toda a imprensa veicula e celebra, o materialismo vulgar dos novos mestres da economia, o servilismo cortesão de boa parte dos escritores e dos artistas não contribuiu pouco para favorecer a ruptura com o mundo ordinário que é inseparável da constituição do mundo da arte como um mundo à parte, um império em um império. (Bourdieu, 2010, p.75, 76)

Mais do que um império dentro de um império, desenvolveu-se uma economia dentro da economia, das quais encontramos resquícios até hoje. No entanto, a expressão império delimita bem o mundo econômico hierarquizado que encontrávamos na constituição do mercado de bens simbólicos nascente.

Instâncias de legitimação, portanto, como os salões literários, onde circulavam simultaneamente o dinheiro, os artistas e o reconhecimento social, já faziam parte do campo e emergiam como uma força poderosa. Os salões literários atualizaram-se na contemporaneidade como festivais literários e ações do mercado editorial com a presença física dos escritores. Se, no passado, tínhamos a presença deles nos salões visando a obtenção de mecenato ou favores políticos e econômicos, na atualidade essa presença se configura como uma poderosa ferramenta de marketing que tem como objetivo divulgar e fazer circular a obra. Nos dois casos, ainda que com objetivos diferentes, a ação dos autores nos leva a crer que legitimidade e visibilidade sempre se fazem presentes no espaço onde dinheiro, artistas e reconhecimento social circulam.

O termo “campo” para Bourdieu é um conceito essencial. Sobre ele, explica Joe Morin: campo seria um sistema semiautônomo, que possui uma lógica e uma hierarquização interna, criadas pelos embates entre os agentes do campo. Esses embates ocorrem pela forma de capital mais apropriada ao campo – capital social, capital cultural, capital simbólico, capital econômico. O campo da produção cultural, portanto, está diretamente relacionado com a criação e disseminação do capital cultural .

Os produtores culturais, como destaca Morin, ganham poder dentro do campo quando ostensivamente assumem um posição antagônica em relação aos outros tipos de capital – especialmente o econômico. Estar livre de outras influências parece ser um pressuposto dentro do campo do capital cultural. Ou melhor, relativizando, como diz o próprio Bourdieu: no mínimo, ter essas influências ocultas. Observa, então, Morin:

O capital cultural só é ganho quando interesses econômicos diretos estão ou ausentes ou ocultos, porque eles ameaçam a reivindicação do campo pelo monopólio da influência onde os produtos culturais são validados. A individualização do autor ou do artista como uma pessoa com um dom especial ou qualidades (que Bourdieu chama de ilusão carismática) é o principal foco dessa separação entre a cultura e o capital econômico –ela é a base definitiva da crença no valor do trabalho artístico e... é portanto a base de funcionamento do campo de produção e circulação de mercadorias culturais. (Morin, 2000, p. 4/5)³³

A ilusão carismática, portanto, necessária ao mercado para a valoração do objeto artístico é também, de uma certa forma, base do processo de individualização do autor e do processo de construção de sua personalidade midiática, do seu apelo enquanto celebridade. Nesse ponto, podemos destacar uma diferença entre o conceito de celebridade aplicado à autoria e o que, hoje, se generalizou para qualquer tipo de pessoa – no caso dos escritores, não podemos dizer que ganham notoriedade simplesmente porque são autores, há a mediação da obra.

Ao retormar os estudos de Pierre Bourdieu, Joe Moran faz uma interessante reflexão sobre a distinção entre ser famoso e tornar-se uma celebridade, no caso literário. No século XIX, escritores já eram famosos, no entanto, sua fama difere-se bastante daquilo que hoje entendemos como celebridade:

A linha divisória entre a “fama” pré-moderna e a “celebridade” midiática não pode ser facilmente definida – ele (Brady) remonta aos primórdios da “cultura da fama internacional da Europa Moderna”, no século XVIII, quando o desenvolvimento do mercado cultural permitiu que alguns indivíduos ambiciosos se colocassem no vácuo cultural criado pelo declínio das formas tradicionais de poder e influência – a Igreja, a monarquia, a aristocracia. Antes do século XVIII, por exemplo, o patrono aristocrático (mecenas) do autor era indicado como um candidato mais provável à fama como tema de trabalho de um autor, enquanto o autor era compensado com um julgamento favorável para a posteridade; porém, com a emersão do mercado literário moderno o autor

³³Traduzido pela autora: In fact, according to Bourdieu, cultural capital is only gained when directly economic interests are either absent or concealed, because they threaten the field's claim to a monopoly of influence over which cultural goods are valued. The individualization of the author or artist as a person with special gifts or qualities (what Bourdieu calls the charismatic illusion) is the focal point of the separation of cultural from economic capital – it is the “ultimate basis of belief in the value of a work of art and... is therefore the basis of functioning of the field of production and circulation of cultural commodities.

começou a atingir um status independente e tornou-se candidato à estima pública. (Moran, 2000, p. 7)³⁴

O que torna um autor celebridade na atualidade? A possibilidade de exploração de certos aspectos da sua vida – os aspectos cotidianos, por exemplo – pode auxiliar esse processo de formação de imagem de celebridade. Ao explorar aspectos banais da vida de um autor, a mídia por um lado “glamouriza” esses autores – portanto, a vida glamourizada é acentuada no início do século XXI, e é importante lembrar aqui que o ato será sempre celebração da pessoa, e não da obra; e, por outro lado, aproxima o autor da “vida real”. Difere-se da operação de tornar-se famoso no século XIX por obras publicadas, por feitos. É a já referida inversão proposta por Phillip Lejeune que temos aqui: antes conhecíamos a obra e imaginávamos o autor, hoje, conhecemos o autor para imaginarmos a obra, que provavelmente não leremos.

Talvez seja necessário recuarmos um pouco para analisar a questão da fama e celebridade no campo da autoria. Para isso, é importante refletirmos sobre alguns aspectos teóricos trazidos por Tom Mole no livro *Byron's Romantic Celebrity – Industrial Culture and the Hermeneutic of Intimacy*. Nele, o autor afirma que a cultura da celebridade contemporânea começa no Romantismo, sendo um dos seus primeiros casos o escritor inglês Lord Byron. Qual seria, portanto, o conceito de celebridade de acordo com o autor?

Eu entendo por celebridade um aparato cultural, que consiste nas relações entre um indivíduo, uma indústria e um público, que tomou forma como uma resposta a uma cultura impressa industrializada no final do século XVIII. Tendo esse conceito em mente, eu investiguei as relações tensas entre os esforços artísticos e a iniciativa comercial, as condições materiais das publicações de Byron, e o lugar da cultura da celebridade na história do indivíduo. (Mole, 2007, prefácio – xi)³⁵

³⁴ Traduzido pela autora: The dividing line between premodern “fame” and mediatized “celebrity” is, as Braudy has shown, by no means clear-cut - he traces the beginnings of a “modern international European fame culture” as far back as the eighteenth century, when the development of a market culture allowed ambitious individuals to press themselves into the cultural void created by the decline of the traditional sources of power and influence – the church, the monarchy and the aristocracy. Before the eighteenth century, for example, the author’s aristocratic patron was perceived as the more likely candidate for fame as the subject of the author’s work, whilst the author was compensated with the favourable judgement of posterity, but with the emergence of the modern literary marketplace the author began to achieve an independent status and became a candidate for public esteem.

³⁵ Tradução da autora: I understand celebrity to be a cultural apparatus, consisting of the relations between na individual, na industry and na audience, that took shape in response to the industrialised print culture of the late eighteenth century. Under that rubric I investigate the

Pensar a celebridade como um conceito sempre relativo aos vetores desse triângulo “indivíduo, indústria e público” faz-se necessário para melhor compreender a discussão que se seguirá sobre o assunto. O autor salienta que é necessária a combinação desses três vetores na hora certa: somente com os três temos propriamente a formação do fenômeno. Junto com a formação do conceito de celebridade moderna, veio também outro: o conceito de “estrela”, tão necessário para a indústria cultural quanto o conceito de celebridade:

No ano da morte de Byron outra palavra importante aparece no léxico da celebridade moderna. Estrela é citado primeiramente pelo OED com o significado de “uma pessoa de brilhante reputação ou talento” em 1824. No final do período romântico, alguém poderia falar de forma significativa sobre uma celebridade ou estrela como um tipo especial de pessoa com um perfil público distinto. O léxico muda o conhecimento, define e ajuda a moldar a emergência de uma forma moderna específica de entrar na esfera pública. Uma nova forma de vida pública surge.³⁶ (Mole, 2007, prefácio – xii)

Essa “vida pública” traz consigo outro conceito bastante pertinente aos estudos da celebridade: o conceito de fama. Mole argumenta que foi também no Romantismo que o fenômeno de formação de celebridades passou a ser uma variação da fama, destacando a distinção feita entre fama e popularidade por William Hazlitt na leitura *On the Living Poets*, em 1818:

“Fama não é a recompensa para os vivos, mas para os mortos”, ele postulou, “pois fama não é popularidade, o grito de uma multidão, o zumbido ocioso da moda, o sopro venal, a adulação calmante de favores ou de amizades, mas é o espírito de um homem sobrevivendo a ele mesmo nas mentes e pensamentos de outros homens, imortal e imperecível.” (Mole, 2007, prefácio – xii)³⁷

often strained interactions of artistic endeavour and commercial enterprise, the material conditions of Byron’s publications, and the place of celebrity culture in the history of the self.

³⁶ Tradução da autora: In the year of Byron’s death another important word in the modern celebrity lexicon appeared. Star is first cited by OED as meaning “a person of brilliant reputation or talents” in 1824. By the end of the Romantic period, one could meaningfully speak of a celebrity or a star as a special kind of person with a distinct kind of public profile. The lexical shifts acknowledge, define and help to shape the emergence of a specifically modern way to enter the public sphere. A new form of public life had appeared.

³⁷ Tradução da autora: “Fame is the recompense not of the living, but of the dead”, he asserted, “for fame is not popularity, the shout of the multitude, the idle buzz of fashion, the venal puff, the soothing flattery of favour ou of friendship; but it is the spirit of a man surviving himself in the minds and thoughts of other men, undying and imperishable.”

A preocupação com o status esvaziado, portanto, da celebridade, de alguém que é celebridade por sê-lo, não é um fenômeno atual, mas já remontava à gênese da própria cultura da celebridade. Escritores famosos sempre existiram, escritores celebridade, não.

De acordo com Mole, o cultura da celebridade passa a existir a partir do século XIX, com algumas celebridades aparecendo já no final do século XVIII. Ele também já aponta o interesse do público pela vida do autor, citando textos de 1816 – a vida do autor parecia muito mais excitante do que as próprias obras que escrevia, sendo Lord Byron o exemplo mais clássico a ser apontado. De uma certa forma, é assim que começa o fenômeno do autor celebridade: quando o público começa a se interessar mais pela própria vida do autor do que pela obra, o que é diferente da fama, onde a obra é discutida e analisada. O que presenciamos na contemporaneidade muitas vezes é isso: a tematização da vida do autor, pelos outros e por ele mesmo, em sua exposição em redes sociais e na mídia em geral. Nesse fenômeno, a vida do autor passa a ser tão ou mais importante do que a obra: ela vende e o afirma no mercado.

Celebridade é alguém de quem falamos. É necessário que se fale sobre ela em uma interação social. Com o autor-celebridade, tenta-se suprir as expectativas do público, atender a demanda dos leitores, não somente com a obra, mas com outra parte importante da carreira do escritor, seu personagem de autor, seu sujeito empírico ficcionalizado. Assim, Mole observa que um autor celebridade sempre surge em função de algo: de um público. Acrescenta ainda:

Tendo diagnosticado as expectativas do público, o crítico procurava juntá-las nas entrelinhas do texto para dar um vislumbre de um indivíduo cujos motivos podiam ser discernidos. O autor, (...) ambicionava por um tipo particular de perfil público – uma “espécie de distinção” implicitamente inferior – e estava receptivo às demandas do seu público. As ambições do autor e a demanda do público se aglutinaram em um tipo específico de texto. Não era simplesmente uma autobiografia, apesar do surgimento de uma palavra para autobiografia ser parte da cultura de celebridade, mas um texto laminar que sobrepunha revelação e dissimulação. (Mole, 2007, p.2)³⁸

³⁸ Tradução da autora: Having diagnosed reader's expectations, the reviewer proceeded to join them in peering behind the text to glimpse an individual whose motives could be discerned. The author, (...) was ambitious for a particular kind of public profile – an implicitly inferior “species of distinction – and was responsive to the demands of his audience. His ambitions and their demands coalesced into a particular kind of text. It was not simply an autobiography, although the emergence of a vocabulary for autobiography is part of celebrity culture, but a laminar text that overlaid revelation and concealment.

De certa maneira, esse “texto laminar” que encontrávamos já no século XIX é um tipo de texto que encontramos ainda circulando na mídia hoje: assim são as biografias dos autores, segundo Phillip Lejeune, conforme anteriormente mencionamos, assim são certos textos que encontramos na mídia impressa e, acima de tudo, virtual: textos que rasuram os limites entre ficção e não-ficção, que sobrepõem “revelação e dissimulação”: textos de revelação de algo que pode ser cogitado como ficção, apesar de se apresentar como não-ficção.

Somente o encontro da ambição do autor com a curiosidade do leitor não bastaria para formar o fenômeno do autor celebridade: era necessário algo que sustentasse essa relação. Mole nos aponta que, sem o desenvolvimento da indústria e sem os avanços tecnológicos, esse fenômeno não seria possível:

Essa parceria tórrida entre um autor confessional e um leitor curioso foi complementada e mediada por um terceiro vetor: uma indústria de “livreiros, tipógrafos e material gráfico” cuja motivação primária era pecuniária. Beneficiando-se dos progressos tecnológicos na fabricação de papel, impressão e na realização de gravuras, de melhorias na infraestrutura e das novas possibilidades de promoção criadas pelo aumento do mercado para jornais, revistas e periódicos literários, essa indústria promulgou “o comércio onde a exibição nasce”. Ela produziu textos sobre celebridades em números sem precedentes, em escala industrial, e os distribuiu rapidamente pelo país, pelo continente e – em breve – por todo mundo. (Mole, 2007, p.2)³⁹

Na triangulação autor, público e indústria todos ganhavam – seja satisfação, seja dinheiro. O autor ganhava na esfera cultural, além do próprio pagamento com a obra divulgada; a indústria se mantinha e o público obtinha maior interação social ao ler a obra e discutir as *novidades* sobre a vida do autor. Poderíamos ponderar que essa estrutura basicamente se mantém até hoje, sendo mais explorada pela mídia, havendo maior possibilidade e maior velocidade de interação entre autores e leitores, através da disponibilização da tecnologia cibernética.

³⁹ Tradução da autora. This torrid partnership of confessional author and curious reader was supplemented and mediated by a third term: a industry of “booksellers, printers and stationers” whose primary motive was pecuniary. Availing themselves of technological developments in papermaking, printing and engraving, of improvements in infrastructure and the new promotional opportunities afforded by an enlarged market for newspapers, magazines and literary journals, this industry promulgated “the traffic to which the exhibition gives rise”. It produced celebrity texts in unprecedented numbers by industrial means and distributed them rapidly around the country, the continent and – before long – the world.

Mole nos aponta que esse público, com o aumento da produção de livros e expansão do mercado, cada vez mais passa a ser um público anônimo e socialmente diversificado, em contrapartida, o movimento inverso se dá com o autor: cada vez mais, seu nome é fortalecido. Essa relação entre autor/leitor, o conhecido/ o desconhecido, cria uma alienação entre eles: “Quanto mais os autores publicados se tornavam conhecidos por seus leitores através do nome, mais os autores estavam limitados a saber apenas um pouco do seu público. O público tornou-se anônimo e irreconhecível, criando uma nova alienação entre o escritor e o seu leitor”⁴⁰. Decerto, ao tentarmos trazer a questão para a contemporaneidade, poderíamos argumentar que talvez a internet e as redes sociais tenham diminuído essa distância entre o autor e o leitor. Ou talvez essa distância ainda tenha permanecido a mesma, mas com novas características. Muitas vezes, a interação se dá com o autor utilizando a rede social como mais um espaço para divulgação de obras, especialmente aqueles que já estão bem inseridos no mercado. O fenômeno da celebrização do autor nasce, de acordo com Mole, como uma forma também de tentar mitigar essa alienação, esse processo de abstração do leitor que se torna anônimo:

O aparato da celebrização estava por dentro das estruturas que a cultura romântica desenvolveu para mitigar o senso de sobrecarga de informação e alienação. Ele respondeu à superabundância de personalidade pública ao comercializar a identidade de um indivíduo para fazê-la mais amena e adequada à promoção comercial. Ele agiu como um paliativo no sentimento de alienação entre os produtores culturais e os consumidores ao construir um senso de intimidade. (Mole, 2007, p. 16)⁴¹

E não é esse “senso de intimidade” que temos até hoje ao acompanharmos a vida de um desconhecido em um reality show ou ao presenciarmos a entrevista de um autor, falando sobre vida e obra?

⁴⁰Mole, 2007, p. 16. Tradução da autora: As more published writers became known to their readers by name, writers could know the names of a smaller fraction on their readership. The audience became anonymous and unknowable, creating a new alienation between writer and reader.”

⁴¹ Tradução da autora. The apparatus of celebrity was among the structures that Romantic culture developed to mitigate this sense of information overload and alienation. It responded to the surfeit of public personality by branding an individual’s identity in order to make it amenable to commercial promotion. It palliated the feeling of alienation between cultural producers and consumers by constructiong a sense of intimacy.

Ao pensar a questão do anonimato do leitor, Mole nos traz algo previamente mencionado: a questão do nome do autor. Para firmar o conceito de celebridade literária, que nasce como resposta a uma necessidade do mercado editorial, é preciso um nome, o nome do autor:

Celebridade se tornou um fenômeno cultural moderno porque respondeu a uma “necessidade urgente” oriunda da cultura da industrialização impressa no período romântico. A publicação industrial funcionou como uma primeira indústria para as celebridades literárias como Byron, e como segunda indústria que promovia celebridades de outras mídias, como por exemplo o teatro. A industrialização, combinada com as novas formas de propriedade intelectual, aumento populacional, urbanização e o advento da alfabetização possibilitou um explosivo e sem precedentes aumento da produção anual de produtos impressos no final do século dezoito.⁴² (Mole, 2007, p. 10)⁴³

Portanto, um conjunto de fatores possibilitou a organização e a consolidação desse mercado, que tinha no fenômeno da celebrização do autor a alavanca necessária para assentar a indústria nascente. É no período romântico, como salienta Mole, que temos não só uma explosão do mercado impresso, como também de nomes, nomes próprios. O número de obras anônimas entra em decadência, tanto no romance quanto na poesia: “Não havia somente mais material disponível para ser lido, mas, para os dois gêneros literários citados, um número crescente deles surgiu com um nome de autor incluído. Mais livros, mais nomes.”⁴⁴. Obviamente, com um maior número de obras, e, acima de tudo, um maior número de nomes, uma competição passa a existir entre eles. “A cultura impressa estava abarrotada com nomes individuais promovendo seus produtos e condutas, ideias e ideais – promovendo eles próprios. Nomes próprios circulavam na recém-formada rede de distribuidores, aos empurrões pela atenção do público.”

⁴² Tradução da autora. Celebrity became a modern cultural phenomenon because it answered na “urgent need” created by the industrialised print culture of the Romantic period. Industrial publishing functioned as the primary industry for literary celebrities such as Byron, and as the secondary industry which promoted celebrities from other media, such as the theatre. Industrialisation combined with new intellectual property regimes, population growth, urbanisation and rising literacy to drive the explosive, unprecedented growth in the annual output of printed items from the late eighteenth century.

⁴³ Tradução da autora. The apparatus of celebrity was among the structures that Romantic culture developed to mitigate this sense of information overload and alienation. It responded to the surfeit of public personality by branding an individual’s identity in order to make it amenable to commercial promotion. It palliated the feeling of alienation between cultural producers and consumers by constructiong a sense of intimacy.

⁴⁴ Mole, 2007, p. 12. Tradução da autora. Not only were there more printed items to read, but, for these two literary forms, an increasing proportion of them emerged with a proper name attached. More books, more names.

⁴⁵ Dado o número abundante de nomes aparecendo, era necessário amplificar alguns. E Mole completa, ressaltando o quanto o nome da celebridade torna-se uma marca, algo comercial: “Para aumentar a visibilidade da celebridade individual mediante os aspirantes, o aparato da celebrização tornou o nome próprio uma marca”.⁴⁶ Mediante essa reflexão é que se torna possível entender como nomes como o de Byron tornaram-se conhecidos em detrimento de outros. No entanto, tornar-se uma celebridade literária também tinha suas ressalvas, conforme podemos entrever no próximo trecho:

Os mecanismos para tornar uma identidade uma marca foram extremamente efetivos, mas também deixaram Byron comprometido com a lógica da celebridade, o que poderia ser restritivo. Alçado à proeminência pública, ele sentiu o fardo da expectativa pública. Muitas vezes, parece, ele teve que produzir o que um correspondente do Brighton Magazine chamou de “imposturas insignificantes e *tours de finesse* que um escritor popular é obrigado a recorrer para preservar aquilo que, na hipocrisia moderna, é chamado de clamor do público.”⁴⁷

Quando um escritor torna-se celebridade, pode também tornar-se um personagem, como, segundo Mole, foi o caso de Byron, e de tantos outros. Ele passa a encenar aquilo que necessita para responder ao seu público e manter seu status de celebridade. Nos dias de hoje, mencionar mais de 20 vezes, durante dois meses, que foi indicado para a Granta, não seria uma forma de manter o status de celebridade?

2.2 A presença do autor enquanto personagem – diluição de limites

“Doutor, o senhor matou meu personagem”. Essa frase é creditada, de forma extra-oficial, à escritora Clarice Lispector, pouco antes de morrer. A que

⁴⁵ Mole, 2007, p. 13. Tradução da autora. Print culture thronged with named individuals promoting their products and policies, their ideas and ideals – themselves. Proper names circulated along newly formed distribution networks, jostling for public notice.

⁴⁶ Mole, 2007. p. 16. Tradução da autora. In order to boost the celebrity individual’s visibility over that of other aspirants, the celebrity apparatus turned his or her proper name into a brand name.

⁴⁷ Tradução da autora. The mechanisms for branding identity were wonderfully effective, but they also left Byron committed to a logic of celebrity which could be constraining. Having risen to public prominence, he felt the burden of public expectation. Too often, it seemed, he had to produce what a correspondent of the Brighton Magazine called “the paltry impostures and tours de finesse to which a popular writer is obligated to resort in order to preserve what, in modern cant, is called the ear of the public.

personagem se referia? A dubiedade da declaração, se é que de fato existiu (essa dúvida é muito pertinente a essa parte do capítulo, que tratará justamente da dificuldade em distinguir realidade e ficção, autor e personagem na autoria contemporânea) traz à tona algo que observaremos: a presença do autor contemporâneo enquanto personagem na mídia, enquanto uma ficcionalização do seu sujeito empírico.

O processo de ficcionalização do autor não é algo novo no campo literário, faz-se necessário ressaltar que ele não surge com o advento das novas tecnologias midiáticas, mas sim acentua-se com elas. O fenômeno de ficcionalização do autor parece ganhar novos matizes com a expansão da mídia impressa e audiovisual. Para começarmos a análise da ideia de ficcionalização do autor contemporâneo, é necessário retomar alguns conceitos de Phillip Lejeune.

Como foi visto no Capítulo 1, Lejeune observa que as biografias de autores, tais quais a conhecemos, podem ser ressignificadas através de suas obras. A biografia que conhecemos até então, de autores consagrados como Franz Kafka ou Machado de Assis, é pertencente ao campo não-ficcional, como supõe o senso comum, ou ela também pode ser posta sob um olhar mais desconfiado, de algo que foi mediado e editado, para uma melhor conveniência de mercado – pertencente também, portanto, ao campo ficcional? Tal questão remete para a tenuidade das fronteiras entre a ficção e a não-ficção.

Como não confundir autor e personagem, se estes, por exemplo, têm o mesmo nome e dados biográficos comuns? Em *Habitante Irreal*, o autor contemporâneo Paulo Scott utiliza como um de seus protagonistas o jovem gaúcho Paulo, recém-formado no curso de Direito e ativista político de esquerda – fatos que também constam em sua biografia de autor. Esse protagonista é o primeiro dos seus quatro narradores, o que já poderia assinalar, para um leitor mais atento, que se tratava de uma técnica ficcional. No entanto, em inúmeras entrevistas após o lançamento da obra, em 2011, o autor teve que responder a perguntas que buscavam esclarecer se a parte da narrativa relativa ao Paulo tratava-se de um caso de autobiografia ou não, como podemos no trecho destacado, retirado do jornal *Cruzeiro do Sul*:

Repórter: Em "Habitante Irreal", uma das personagens é um jovem estagiário em Direito, com convicções políticas esquerdistas, de nome Paulo. Qualquer semelhança com a realidade é mera coincidência?

Paulo Scott: Sim, sempre. O livro não é confessional. Paulo condensa o modo de uma geração, um modo que até parece sem sentido hoje, de tão arriscado e impulsivo que foi. Aquela geração foi uma geração desesperada por liberdade, ansiosa por mudar o mundo, uma geração que desprezava palavras como destino, determinismo, receio. Não fui nem tão corajoso, nem tão louco e nem tão ingênuo quanto o protagonista. Tive uma carreira sólida no Direito até, e essa carreira durou até o momento em que decidi virar escritor por tempo integral; em relação à política, bem, meu rompimento com a militância de esquerda foi bem posterior, em termos de idade, a de Paulo, o Paulo do livro. Apóstolo Paulo: o político.⁴⁸

O autor faz questão de diferenciar-se de seu protagonista, afirmando que não foi “nem tão corajoso, nem tão louco e nem tão ingênuo”. Distancia-se desse Paulo idealizado, aproximando-o de outro Paulo, o apóstolo. Ele aproxima sua personagem de outra, rechaçando o contato com a sua biografia que as “coincidências” poderiam sugerir, a não ser o contato geracional.

A pergunta feita pelo entrevistador aponta para o fato de que, apesar de todas as teorias já lançadas que dissociam o autor e a obra, o público tende a buscar traços do autor no personagem. Em *Os crimes do texto*, Vera Lúcia Follain de Figueiredo demonstra como escritores como Edgar Allan Poe e, na literatura brasileira, especialmente Rubem Fonseca, participam desse processo de ficcionalização do autor. No capítulo *Os falsários*, assinala que os crimes na ficção de Rubem Fonseca são, muitas vezes, colocados sob a insígnia da falsificação – “Na ficção de Rubem Fonseca, as intrigas, com frequência, constroem-se a partir de crimes que nada mais são do que plágio ou formas diversas de usurpação da autoria”⁴⁹. Através disso, segunda a autora, a própria narrativa é colocada em xeque, uma vez que ela gira em torno de uma identidade “falsa”: tudo, então, se descentra, inclusive a própria figura do autor”.⁵⁰ Com a figura do autor descentralizada, também ele pode ser ficção, já que a narrativa passa a caminhar no contexto do que é incerto, girando em falso.

Através das análises de Vera Follain, percebemos como o jogo de revelação de “trapaças” com a autoria, empreendido pelo escritor Rubem Fonseca

⁴⁸ Acessado no endereço eletrônico

<http://portal.cruzeirosul.inf.br/acessarmateria.jsf?id=357067>. Acessado em 02/01/2013, 14:

49h

⁴⁹ FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. *Os crimes do texto*. p.53

⁵⁰ Ibidem.

em diversas obras, remete a procedimentos já adotados anteriormente, como é o caso do escritor Edgar Allan Poe, que transforma em ficção a pressão sofrida de editores e agentes do mercado editorial:

Ao tematizar a questão da autoria, fazendo alusão às trapaças que ela pode suscitar num contexto em que a arte é um bem comercializável, Rubem Fonseca estreita seu diálogo com o Romantismo – diálogo que ilumina o tratamento que confere, em seus livros, à atual crise de legitimação da literatura, decorrente da hegemonia das leis de mercado. No século 19 romântico, a mercantilização da literatura levou os escritores a se preocuparem com o futuro de uma arte que se submetia a novas regras, sujeita à tentação de ser vendida em capítulos, nos jornais, sob a forma de romance-folhetim. Naquele momento, temia-se, como alguns temem até hoje, o fim da literatura, a sua dissolução em meio aos produtos que o processo de industrialização fazia circular. Indagavam-se os efeitos que a profissionalização do escritor teria sobre sua capacidade criativa, questionava-se a absorção dos literatos, como mão-de-obra, pela imprensa. (Figueiredo, 2003, p. 53/54)

É importante ressaltar o quanto esse receio pelo fim da literatura é acentuado no início do século XXI, com o advento do livro virtual, o e-book. Retomamos as mesmas discussões, utilizamos os mesmos procedimentos com algumas sutis modificações. Aqui, podemos observar dois fenômenos: o autor que se torna personagem por um processo mercadológico, para promover sua obra, dizendo e sendo o que os leitores esperam que ele seja enquanto sujeito empírico; e os autores que fazem isso como uma reação – talvez velada, talvez irônica – a essa demanda mercadológica, que parece ser, enfim, tanto o caso de Edgar Allan Poe quanto o de Rubem Fonseca, quando se colocam como personagens da própria narrativa ficcional, ou questionam a veracidade da narrativa. A “verdade como construção textual” é colocada em destaque com os procedimentos de certos autores personagens, portanto. A partir do momento em que os autores fazem parte do universo ficcional, seja por um jogo de mercado ou não, qualquer limite pré-estabelecido entre ficção e não-ficção torna-se incerto. Os limites entre ficção e realidade são relativizados: um jogo de cena, onde o autor é capaz de manipular sua própria imagem, seja na narrativa impressa, através da criação de obras em que o próprio conceito de verdade é colocado em dúvida, como também no campo virtual, onde a própria existência de um perfil de autor em rede social pode gerar dúvidas com relação à veracidade das informações publicadas, partindo do princípio de que o virtual também é espaço da encenação contemporânea.

Assim, ao ficcionalizar o autor “empírico”, trazendo-o para o interior do universo ficcional, transformando-o em personagem, e, ao elevar o personagem à categoria de autor, Poe abre espaço para um outro tipo de leitura na qual a ficção se torna soberana, afastando qualquer ilusão de realidade. (Figueiredo, 2003, p. 57)

Afastar qualquer ilusão de realidade: eis um caminho dúbio para os autores personagens. Se, por um lado, ao “jogarem” com a “verdade” em sua produção impressa eles afastam a ilusão de realidade, em contrapartida, ao assumirem personagens em redes sociais, eles procuram o caminho inverso: buscam se aproximar o máximo possível do real, pois aquilo que é visto como real é o que “vende” na sociedade contemporânea. Ao analisarmos os perfis de Facebook e Twitter, percebemos que informações de naturezas diversas são distribuídas ali – da pré-venda do próximo livro ao que se tomou no café da manhã. Esse “jogo” com as informações pode contribuir para a construção de uma verdade, através da aproximação do sujeito empírico e da função autor. Mas quem será o autor que escreve ali atrás da tela do computador: o autor que, de fato, vai à padaria buscar o café da manhã, ou um personagem de sujeito empírico, que sabe como se construir nos limites da ficção e não-ficção?

Ao analisar as relações entre as narrativas de Patrícia Melo e a de Rubem Fonseca, Vera Lúcia Follain de Figueiredo examina como os dois “transgridem as normas decorrentes do regime de propriedade privada, imposta aos textos, pela modernidade”.⁵¹ Ao transgredirem a propriedade privada, transgridem com isso também as instâncias literárias, revelando a ilusão de certeza/ verdade como um mito: Patrícia Melo se apropria de características atribuídas ao escritor Rubem Fonseca para criar uma personagem, oferecendo ao público o imbricamento de uma personalidade “real” com um personagem de ficção. Ao fazer isso, remete, ainda que sutilmente, ao próprio jogo de mercado, que também se apropria do autor, transformando-o em personagem e celebridade, em “identidades falsas”:

Identidades falsas – que identidade? É a pergunta que nos resta, enquanto leitores. Para desenvolver essa questão identitária e de apropriação midiática da biografia dos autores, Vera Lúcia Follain de Figueiredo nos dá como exemplo o conto “Romance Negro”, de Rubem Fonseca, no qual o personagem-autor que se apaga ao recusar a sua presença em público, torna-se um escritor morto:

⁵¹ FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. *Os crimes do texto*. p. 63

Dessa forma, a trama policial do conto se constrói a partir do enigma que é o próprio texto. O texto é o assassino: o assassino do autor, porque abarcou toda a realidade. O drama biográfico do personagem, que constitui a intriga de “Romance negro”, é, na verdade, o drama da escrita, que a literatura expõe sem cessar, como observou Jacques Rancière. Winner é o escritor famoso que quer preservar a sua vida privada, que não aparece em público, que não quer ver sua imagem apropriada pela mídia e, por isso mesmo, em certo sentido, já estava morto, só existindo como sujeito de uma escrita que circula independente da presença do autor. (Figueiredo, 2003, p. 69)

O recusar-se a aparecer em público tem duas consequências possíveis: total esquecimento pela mídia ou mitificação do autor que se recusa a fazê-lo, como a criação de mais uma etiqueta de venda, mais um personagem que pode ser apontado como “excêntrico”. Em tudo retornamos, portanto, ao totalizante e onipresente jogo de mercado na contemporaneidade.

Com o advento das novas mídias, podemos finalmente nos questionar sobre a questão da circulação independente de textos na internet. Um exemplo que vale a pena a ser destacado é o do autor Paulo Scott, que atualiza o blog de poesias “Sanduíche de anzóis” com relativa frequência. No entanto, em uma periodicidade relativamente curta, ele apaga todos os poemas ali publicados, o que nos deixa com as seguintes reflexões: a primeira delas é que com o advento dos blogs os autores contemporâneos parecem deter uma maior autonomia sobre o que está publicado, controlando o tempo de exposição da obra, ao contrário do texto impresso. Logicamente, qualquer leitor pode copiar um poema e guardá-lo como um documento de Word no seu computador, ou imprimi-lo. Mas ao fazê-lo, a obra passa a pertencer à esfera privada, e não mais pública, da qual somente o autor passa a ter controle. A segunda reflexão suscitada pelo “apagamento poético” realizado pelo autor é a de que o tempo da internet – e das novas tecnologias em geral – é o tempo do instantâneo, o presente em estado mais afirmativo. As obras de três meses já não fazem sentido, e portanto, devem ser esquecidas – não por vontade do leitor, mas pela vontade do autor. Em outras palavras, podemos entrever o seguinte recado: “Na internet tudo é volátil e se dispersa, não há cemitério possível de obras. Você chegou tarde demais.” Para o leitor do blog, fica o exercício de um retorno perene às atualizações pontuais.

Ao ter sua biografia tragada pela narrativa, o personagem de “Romance negro” parece vivenciar aquilo que o autor experimenta ao ter sua biografia

apropriada pela mídia, transformando-se em um personagem. É o autor que vemos em festivais literários e em entrevistas, e também o caso do autor (dubiedade proposital) que “aparece” por não aparecer, como ocorre com o próprio Rubem Fonseca, que, ao se negar a dar entrevistas no Brasil, transforma-se num personagem atraente porque arredo:

Nesse sentido, do ponto de vista do mercado editorial, o nome vira marca, e Winner era uma marca vendável, ao contrário do nome Landers. Por isso Clotilde não leu os originais que lhe foram enviados com a assinatura de Landers, um desconhecido, jogando-os no lixo. Não importa de quem eram esses originais, se do próprio Winner com pseudônimo ou de um outro indivíduo, chamado Landers. O nome do autor funciona, aí, como um princípio classificatório, serve aos procedimentos de inclusão ou exclusão de alguns no gueto dos escritores consagrados. A biografia do autor é, dessa forma, tragada pelo universo ficcional: o escritor famoso transforma-se num personagem que desempenha seu papel nos congressos e é apropriado pela mídia, que se encarrega de vender a sua imagem junto com a obra, através de entrevistas ou de lendas criadas pelo fato de ele não dar entrevistas. (Figueiredo, 2003, p. 70)

Voltamos ao nome do autor, portanto: ele é a marca comercial, é o que contribui para vender a obra, o nome de seu personagem autor. Ele serve para consolidar o mercado: parece não haver uma ruptura possível. Ficção e não ficção, autor e personagem: conceitos possivelmente imbricados desde de D. Quixote:

É pelo jogo de espelhamento entre as posições do autor, do personagem e do leitor que a fantasia volta para desregular a boa relação da ordem do discurso, recusando-se a divisão que organiza a ficção dentro da realidade, quebrando-se a convenção do relato partilhado do romance de cavalaria. Como observou Jacques Rancière, a loucura de D. Quixote não seria tomar a ficção pela realidade, mas fazer “voar essa partilha”. (Figueiredo, 2003, p. 81)

Fazer “voar a partilha” , esgarçando os limites da ficção, questionar a veracidade dos conceitos pré-estabelecidos, resgatar a possibilidade de leituras e releituras, deslizamentos entre autor, personagem e leitor: apesar de não ser algo novo, podemos pensar esse fenômeno na contemporaneidade de forma acentuada.

Através das novas mídias, o autor como personagem busca cada vez mais se aproximar do “real”. Num primeiro momento, a presença da “construção do real” pode ser confirmada quando analisamos o sensível aumento de produções documentais, que têm um maior apelo ao “real”. Os documentários prezam e realçam sua ancoragem na realidade, narrando “histórias reais”, de “pessoas

reais”, com “opiniões reais” perante a câmera – uma ferramenta, que, paradoxalmente, a tudo ficcionaliza por remeter à encenação. O “real” perante a câmera esvazia-se em essência, pois tudo o que ela capta é ancorado em cenas e cenários:

O interesse pelas chamadas histórias “verdadeiras” de pessoas não famosas, que vêm garantindo a grande vendagem, no Reino Unido, das revistas mencionadas pela matéria da Folha de São Paulo, ao lado do sucesso dos *reality shows* na televisão e da voga dos filmes documentais, dentre outros fenômenos marcantes nas produções artísticas e midiáticas do final do século XX e início do século XXI, enquadra-se na tendência para a busca do “real enquanto matéria bruta”, acompanhada da rejeição ao ficcional, que nos permite falar em um movimento de retorno a uma estética realista ou, melhor dizendo, na emergência de uma espécie de neorealismo. (Figueiredo, 2010, p. 70)

Como parte da vida cotidiana de uma parcela da população hoje está amplamente imersa no universo virtual – um mundo que parece cada vez mais apropriar-se das relações, inclusive sociais, dos que estão nele veiculados – nada mais instigante (e talvez, paradoxalmente humano) do que a busca pelo “real” nos terrenos da ficção – o cinema, a literatura e a televisão. Essa busca movimenta o mercado – vende.

Com a crise da narrativa em terceira pessoa – e sua tentativa de construção da realidade, especialmente encontradas nos romances realistas do século XIX – encontramos uma tendência mais disseminada ao uso da primeira pessoa, que, em certa medida, poderia conferir uma veracidade maior ao discurso, abdicando do ideal de objetividade épica. Várias tentativas de repensar a posição do narrador têm sido exploradas na ficção contemporânea, como por exemplo, o deslizamento entre diferentes vozes da narrativa (presente em textos de Bernardo Carvalho), a declaração da impossibilidade de narrar (como Clarice Lispector, em *A hora da estrela*), o narrador em “segunda pessoa” (ou melhor, um híbrido de primeira e segunda pessoas) proposto por Ítalo Calvino em “Se um viajante na noite de inverno”:

Sou o homem que vai e vem entre o bar e a cabine telefônica. Ou melhor: o homem que se chama “eu”, a respeito do qual você nada sabe, assim como esta estação se chama apenas “estação” e fora dela não existe nada além do sinal sem resposta do telefone que toca num quarto escuro de uma cidade distante. Recoloco o fone no gancho, aguardo o ruído de ferrugem descer pela garganta metálica, volto a empurrar a porta envidraçada e sigo em direção à pilha de xícaras postas para secar numa nuvem de vapor. (Calvino, 2003, p. 19)

Nesses processos de questionamento do narrador e de exploração de múltiplas possibilidades de narrar está em jogo uma outra concepção de realismo, diferente daquela que vigorou no século XIX.

A sociedade midiaticizada e mediada demanda artifícios cada vez mais sofisticados na criação do sentido do real nas narrativas contemporâneas. Como, nos tempos atuais, podemos sugerir o “real”? Ou melhor: que estratégias um escritor pode usar para aproximar-se do campo da “realidade”? Quais são, afinal, os artifícios do real, os novos mecanismos de criação de efeito de verossimilhança e proximidade nas narrativas contemporâneas?

O primeiro exemplo que poderíamos abordar seria a seção “Correspondências” do “blog” do Instituto Moreira Salles. Nela, é proposto que duas pessoas ligadas ao mundo das letras correspondam-se virtualmente, com frequência semanal, sobre variados assuntos, não necessariamente relacionados à literatura ou ao fazer literário. Todo o tom intimista das cartas leva a uma ideia de cumplicidade com o leitor, como se estivéssemos acompanhando a conversa entre “dois amigos”, em um movimento quase voyeur. Por quase dois meses, os leitores do blog puderam acompanhar a troca de correspondências entre o escritor Daniel Galera e o editor/ tradutor André Conti, que faziam inúmeras referências a lembranças em comum e compartilhamento de informações de cunho pessoal.

Tenho uma memória vaga do que te falei da Múmia, mas lembro bem da ocasião em que tivemos a conversa, posto que foi durante um acontecimento grandioso, o matrimônio de nossos amigos João Carlos e Isabel. Nos últimos dois anos, fui tentando recompor as peças daquele fim de semana, e anotei de cabeça algumas coisas que eu sei que aconteceram: conheci o Scott, tive uma longa conversa com ele, ficamos amigos imediatamente e, mais tarde, tivemos a mesma conversa, nos apresentamos de novo, ficamos amigos, lembramos que já nos conhecíamos; dancei com Joana, Renata, Ivana, Bebel (ela riu de meu samba rock), Juliana e Francisco; eu e você bebemos um balde de uísque; (...) e tivemos uma crise de riso simultânea, estávamos ali com os poucos amigos que tinham sobrado, todo mundo arruinado e esticando o momento e acho que a gente ainda continuou rindo um tempão disso, e deu um abraço podre, e eu tinha acabado de decidir o título do livro, te contei, a gente foi beber pra celebrar; eu tomei cuidado e bebi bastante água durante a noite, o que não adiantou nada mas no mínimo me deu um senso de propósito; fumei um cigarro apagado na chuva; tive a dor de cabeça mais filha da puta de todos os tempos assim que voltei ao hotel, peguei um táxi, andei uma quadra, desci na farmácia, comprei cafiaspirina, entrei no táxi, voltei para o hotel; o motorista da van que ia nos levar ao casamento se perdeu, não tinha o endereço, e nós estávamos carregando dois padrinhos, o Francisco ia começar o discurso a qualquer

momento, e a Joana e a Renata tomaram as rédeas da situação, descobriram toda a rota da van,(...)

O tradutor André Conti relata o encontro dos dois num casamento de amigos em comum, o escritor Daniel Galera comenta a ida de André Conti para um fim de semana em Porto Alegre, cidade na qual ele mora:

André,

Como sempre, tu deixou um vazio, e não falo apenas por mim. Falo pelos nossos amigos, que nunca esquecerão da maneira como tu vulcanizou a pista de dança na despedida do Elvis, e pela cidade, que está mesmo em boa fase e tem um slot dedicado pra ti. Meus pais folgaram em saber que tu foi bem alimentado e tratado no churrasco de domingo e o pai manda avisar que sempre haverá uma paletinha de ovelha te esperando na Esplanada. O Zeca também manda uma focinhada afetuosa. Espero que não tenha ficado muito traumatizado quando ele tentou fazer amor peludo com a tua perna, abdômen, tórax – com o teu corpo inteiro, na verdade. Ele não sabe falar, e essa é a única maneira que um golden retriever tem de expressar admiração e carinho.

Também continuei ouvindo Lobão depois daquela tarde de sábado. Que grande disco, o A Vida é Doce, hein?

O uso da linguagem informal e as várias referências à vida pessoal dos escritores, bem como a “amizade compartilhada” em detalhes, criam toda a ambientação do “real” para o leitor, que de fato, em certo sentido, lê a correspondência dos dois autores. No entanto, há que se lembrar da mediação, uma vez que é ela que institui a ficção. Diferente das publicações de cartas de autores – como foi o caso, por exemplo, da publicação da correspondência que ocorria entre Fernando Sabino e Clarice Lispector – cartas que de fato foram escritas para serem lidas somente por seus destinatários, e a publicação foi feita posteriormente – as correspondências propostas pelo “blog” do Instituto Moreira Salles foram feitas pensando em sua circulação no ambiente virtual, portanto, o destinatário dessas correspondências na realidade é o leitor do blog, e não o escritor a quem a carta se destina. O foro privado publicado é distinto da pseudocorrespondência, e diferentemente do que sugere, é acima de tudo uma comunicação de dois escritores e um público interativo. Quer-se correspondência “real”, mas torna-se ficção quando levamos em conta a sua mediação. Daniel Galera e André Conti passam, de uma certa forma, a serem personagens de si, ficcionalizando a própria “amizade”.

Daniel Galera vai além no processo de ficcionalização quando comenta um texto narrativo que teria encontrado em um jornal – experiência que quase remete ao narrador que “encontrou aquele manuscrito em uma garrafa” ou em um “banco de praça”:

Falei em cachorro de rua e em escrever ficção, e com isso lembrei de um negócio legal que gostaria de compartilhar contigo. Duvido que eu consiga transmitir direitinho a experiência de leitura a seguir, mas vou tentar. Uns meses atrás eu estava tomando umas com amigos no Parangolé e passou uma moça vendendo o Boca de Rua, que é um jornal feito por moradores de rua. Eles apuram as matérias, alguns devem escrever sozinhos, outros devem contar com a ajuda de monitores, e o jornal resultante é vendido pelos próprios autores na rua, por um ou dois pilas. Deve ter algo semelhante em São Paulo, não sei, é um projeto bonito. Naquele dia a moça disse que tinha uma edição especial de aniversário, e como sempre eu comprei o jornal.

Uma das páginas apresentava uma história escrita por uma menina de cinco anos identificada como “Steffany, 5 anos”. Antes mesmo de ler, a coisa toda prendeu a minha atenção. No alto, diz assim: “Pingue tinta colorida na folha branca e dobre ao meio. Quando abrir, verá figuras que nunca pensou em desenhar. Depois invente uma história.” Há uma reprodução em tamanho grande da figura assim produzida por Steffany: um borrão estranhamente figurativo que parece uma carranca mista de ser humano com cachorro. O título está em cima, em letras grandes, e é o seguinte (atenção):

Amor em cinco capítulos. (...)

Posteriormente, ele reproduzirá a história de Steffany, tecendo-lhe uma elogiosa crítica, e a partir do momento em que a “autora” figura na carta dirigida ao André Conti (ou ao leitor), passa a ser sua personagem – ela passa a existir também ficcionalmente. Steffany, aliás, somente existe ali na correspondência enquanto autora ficcional do texto de Galera.

Os gêneros epistolares e os diários sempre foram técnicas narrativas amplamente utilizadas pelos escritores ao longo do processo de criação ficcional – e quando mediados pelas novas tecnologias, passam a ser ficção metamorfoseada de real, uma vez que o autor, ainda que fazendo “confidências particulares”, está sempre conscientemente escrevendo para o público, da mesma maneira que o faz quando escreve suas crônicas, contos ou romances.

O “real” no espaço midiático é, portanto, quase um “jogo de cena”. No mesmo blog encontramos, por exemplo, o diário de Bernardo Carvalho em Berlim, que, em textos pitorescos, relata sua estadia na cidade – ora com referências às ruas e à cultura local (ancoragem no espaço real) – ora com referências aos habitantes que encontra em suas saídas pela cidade, descritos

sempre como personagens ficcionalizados (âncora no espaço narrado, subjetivo):

Acordo com uma dor de cabeça incrível. Deve ter sido o uísque de um bar de pelúcia em Kreuzberg. Um bar com as paredes forradas de pelúcia, impregnadas de fumaça de cigarro, como se estivéssemos afundando na barriga de um enorme coelho cor-de-rosa, no País dos Fumantes. Há uma semana, um cineasta independente (houve um tempo, quando isso ainda não era injúria, em que a gente dizia “experimental”) me garantiu que Berlim não tem realidade. Porque aqui não há risco (ainda não estou tão certo disso). Ele tinha voltado fascinado de Moscou, cidade do risco total. Em Berlim, você pode se jogar, se perder, provocar o diabo com vara curta, mas não corre perigo. Pode experimentar o que quiser, todo tipo de sexo, tomar todas as drogas, mas ninguém vai te fazer mal. Você vai, no máximo, acordar arrependido – e com dor de cabeça. É uma cidade de ofertas inesgotáveis de prazer (o que Nova York também foi um dia, com muito mais violência, antes de ser vencida pelo mercantilismo). Nesse sentido, Berlim é uma cidade irreal, uma Disneylândia para adultos. E nada representa melhor essa imagem do que um bar de pelúcia.

A mulher morbidamente obesa que serve as bebidas atrás do balcão de pelúcia, vestida de preto, levanta o dedo em riste diante do meu nariz quando peço um uísque. E, como se estivéssemos na caserna, ela fosse o sargento e eu, o soldado raso, dá uma ordem: “Da próxima vez que falar comigo, olhe nos meus olhos!”. Jawohl! Os clientes fingem que não veem e não ouvem. Um ou outro pode até achar graça, mas com discrição, para não acabar enquadrado também. Quando vou pedir o segundo uísque, já estamos íntimos, ela me pega pelos braços e apalpa os meus músculos. “Preciso fazer mais musculação”, respondo, já me desculpando. E ela: “Não, está ótimo!”. Então, apalpo os braços dela também, em sinal de retribuição.

O relato do escritor pretende-se um diário virtual, porém, ao quebrar com o pacto de privacidade que a escrita de um diário pressupõe, torna-se uma ficção cronista, um espaço provocador, interrogativo e desafiador entre o relato real e ficcional em um mundo virtual.

Tal qual o texto escrito por Bernardo Carvalho no blog do IMS, o projeto literário “Amores Expressos” também propõe um relato “real” dos seus autores, em suas viagens por diversas cidades do mundo. Eles deveriam produzir um relato com impressões de viagens, a ser publicado no formato blog, além de gravar depoimentos para a posterior realização de um documentário. O “site” da Companhia das Letras explica a proposta do projeto:

Tornou-se um lugar comum a afirmativa de que em nosso tempo os amores são descartáveis e de rápida fruição. É fácil reconhecer que, num mundo cada vez menos sólido, os vínculos humanos são mais frágeis e voláteis. E não apenas as ligações são fragmentadas: nós também o somos, com nossas identidades em eterna metamorfose.

Esse movimento de incerteza também se reflete na líquida produção literária atual, onde não há movimentos uniformes, manifestos ou modelos a seguir. Se há uma marca que define a literatura do nosso tempo, é a multiplicidade de estéticas e propostas que convivem no mesmo tempo e espaço.

Nesse panorama, surge a ideia de propor a dezesseis autores brasileiros, de diferentes gerações, que escrevam histórias de amor, cada um isolado em uma cidade ao redor do mundo, servindo de cenário e inspiração para suas narrativas. Acreditamos que o conjunto final dos textos formará um rico mosaico literário, retratando em diferentes instantâneos o estado das relações e do amor contemporâneo pelo planeta.

Em seu mergulho no estrangeiro, os autores só terão a preocupação de produzir literatura, procurando ouvir e reproduzir a voz do outro que se encontra em cada um, suas alteridades particulares que o isolamento da jornada fará aflorar.

Tal qual o blog do escritor Bernardo Carvalho, a mediação realizada pelo autor (ou pela editora) é que vai decidir o que vai ser ou não relatado – ou seja, é uma escrita confessional, um “diário de viagem”, porém, escrito para ser divulgado, com interdições, planejamentos e ficcionalizações das experiências do autor. O autor torna-se personagem de si mesmo, e as experiências ali relatadas são suas ações enquanto personagens do mundo virtual:

A sombra

Recorrentemente, tenho pensamentos desse tipo: “agora em Tóquio é amanhã de manhã”, “agora em Tóquio anoiteceu”, “agora em Tóquio, o sinal da esquina no cruzamento na saída leste da estação de Shinjuku, na frente do telão do Alta Studio, fechou libertando a fúria dos pedestres, e no meio da multidão uma senhora abaixou para pegar um papel caído gerando um esbarrão de sacolas que foram ao chão”, “agora em Tóquio, é uma e meia da manhã e as portas se fecham nos elevadores da Dogenzaka Dori em Shibuya por trás das moças que perderam o trem”, etc etc etc - quase como se houvesse uma sombra minha percorrendo as esquinas da cidade enquanto

estou aqui.

E há.

João Paulo Cuenca “percorre” a cidade de Tóquio como uma sombra, paira sobre ela como algo virtual – e também real – e o impacto desse pairar é sentido tanto na ficcionalização do seu blog quanto no romance “O único final feliz para uma história de amor é um acidente” (contaminação das impressões sobre a cidade, confessadas) no blog, que passam a figurar também a ficção).

Logo não ouviremos mais nada. Só haverá silêncio e frio quando o caos ganhar a metade do vagão. A onda está quase em nós. O “acidente”, como eles chamarão o que acontece aqui. Sinto-me superior, posso dizer assim, porque eles jamais saberão os motivos desse orquestrado evento. Eles, que agora entram e saem de Tóquio em trens iluminados, e que são digeridos, processados e expelidos todos os dias pelos canais desse animal de concreto e eletricidade.

Eles, que ignoram completamente o que acontece aqui enquanto ganham elevadores, calçadas, túneis, escadas rolantes, esteiras automáticas, plataformas, os longos corredores subterrâneos das estações, e que não interromperão seu perpétuo movimento com a nossa pequena tragédia. Eles, talvez em algumas horas saibam da nossa história, o acidente, como chamarão o que acontece agora, e que ficarão comovidos e temerosos ao ver a nossa notícia na televisão da cozinha enquanto tomam café amanhã cedo – e confesso que “amanhã” já me parece uma ideia absurda. Eles, que vão pensar na morte por um breve instante para depois esquecer o assunto e voltar a andar pelas ruas até os seus trens, como se nós não os aguardássemos em algum ponto fixo e vazio no futuro. Eles, que jamais poderão compreender tudo o que aconteceu aqui. Porque há algo nesse vagão que é irreproduzível e sublime. (Cuenca, 2010, p. 143)

Seguindo o rastro dessa escrita de sombras e virtualidades, entrevemos a tendência contemporânea em narrar em primeira pessoa, que imprime ao discurso uma possível “marca de realidade”, tal qual o documentário, que, num primeiro momento, quer aproximar-se muito mais do real do que a ficção. O narrador apresenta a sua história, e nisso não se pretende universal, pelo menos teoricamente, muitas vezes quebra com o pacto da ilusão da ficção, mostrando suas instâncias e artifícios ao narrar:

Na impossibilidade de atingir uma verdade última, o real seria o real de cada indivíduo e, portanto, um fenômeno da ordem da construção discursiva. Abdica-se, desse modo, de qualquer pretensão de universalidade, assim, também como se renuncia à pretensão de falar pelo outro. Os documentários de Eduardo Coutinho se inscreveriam nessa tendência. Os aparatos de filmagem são mostrados ao espectador, quebrando a ilusão de uma comunicação direta entre ele e o entrevistado, ao mesmo tempo em que este último fala por si e sobre o que lhe é próximo. (...) As instâncias intermediárias são reduzidas e, tanto quanto possível, evidenciadas. (...) (Figueiredo, 2010, p. 74)

Assim, encontramos a “estética do making of”, para usar a expressão de Vera Follain de Figueiredo, tanto na literatura quanto no cinema contemporâneos, onde a revelação dos processos de construção da narrativa são expostos com o intuito de “quebra da ilusão de realidade”. No entanto, o autor (ou documentarista) mostra o que quer mostrar, ficcionaliza também os bastidores, retrata e dita o que lhe interessa, manipula o que vem a ser mostrado. Os bastidores também serão encenados, também se constituem ficção – o que pode gerar um movimento fractal, a encenação dentro da ficção. E haverá arte sem artifício, como nos lembra Bernardo Carvalho?

Obviamente, além de se configurarem como instâncias de construção de sentido do real nas novas narrativas ficcionais, os blogs acabam tornando-se um ponto de contato maior do escritor com o seu público, um canal de intensa aproximação entre ambos. Essa aproximação é característica dos tempos de “proximidade virtual” e atende tanto às demandas da criação ficcional quanto às demandas mercadológicas. O ambiente virtual acaba sendo um território menos livre do que propõe, e o escritor presente nessa esfera – tão mais próximo e humanizado, se comparado aos escritores do século XIX, por exemplo – constrói seu discurso com a mesma habilidade que constrói seus personagens ficcionais. Também ali ele revela o que deseja, cria o que deseja, utiliza a máscara que quiser em suas redes sociais, mas sempre em concordância com o público que deseja atingir. Tudo é comércio e espetáculo no mercado literário contemporâneo, até a pseudovida real do escritor – o que fez, onde foi, seus gostos pessoais, seus relacionamentos, suas opiniões – tudo o que ele deixa “entrevê-lo” em seus perfis e programas de comunicação instantânea, num jogo voyeur com o público que passa a ler (e consumir) não somente suas obras, mas também a sua vida. O que o exigente leitor contemporâneo demanda hoje é a criação de personagens em suportes tradicionais (o livro) e nos novos suportes tecnológicos (televisão, cinema, internet), e aqui, numa sofisticação somente possível nos tempos virtuais, o criador acompanha essa demanda, ficcionalizando-se e expondo-se parcialmente, em outro “jogo de cena”: “Seria esse o papel da ficção hoje? Isto é, viabilizar a encenação de sua própria diluição num mundo que abole distâncias entre passado e presente, entre o real e o ficcional, entre o espectador e o ator?” (FIGUEIREDO, 2010, p. 96)

O escritor contemporâneo passa, através das mediações utilizadas para a publicação, a ser personagem de si mesmo, constituindo uma outra parte de espetáculo em uma sociedade já tão acostumada a eles, exigente de novos e sofisticados artifícios que atendam à sua demanda de consumo.

Ainda no blog da Companhia das Letras, o ficcionista brasileiro contemporâneo, Joca Reiners Terron, escreve o ensaio intitulado “Verdade literária ≠ verdade”. Nele, o autor pretende discutir a temática da verdade literária através da citação de três exemplos: Ern Malley, Patrick O’Brian e Araki Yasusada. Em comum entre os três escritores, o fato de terem sido retumbantes sucessos literários na época em que publicaram, além de jamais terem existido

realmente. Eram criações, no mesmo processo de criação que levou Fernando Pessoa a criar seus heterônimos.

Patrick O'Brian era o pseudônimo de um escritor inglês fracassado, que, após o fim de seu casamento, decide se apropriar de sua identidade irlandesa e publicar a saga do capitão Jack Aubrey. No caso de Ern Malley, a criação do heterônimo responde a uma situação bem mais cruel: dois soldados australianos aquartelados decidiram “brincar” de escrever poeticamente, misturando versos de Shakespeare, um dicionário de citações e um manual para combater criadouros de mosquitos. Com isso, eles pretendiam submeter ao escárnio o editor da revista *Angry Penguin*, Max Harris, a quem eles detestavam. Com o sucesso dos versos “escritos” por Ern Malley, eles atingiram seu objetivo.

Os dois casos mencionados acima corroboram que, mesmo antes do processo de virtualização ao qual estamos expostos hoje, a oposição entre realidade e ficção no que diz respeito à identidade dos autores já mostrava mais fragilidades do que certezas. Com as novas possibilidades trazidas pela tela do computador, temos uma potencialização das contaminações, o que permite falar de um processo de ficcionalização da realidade decorrente do ambiente virtual. A tela do computador torna-se mais um espaço disponível para a construção das ficções na contemporaneidade, e Joca Reiners Terron, por muitas vezes, um autor personagem, reintera aquilo que na maior parte do tempo é esquecido pelo público: o papel do escritor é inventar, independente do suporte.

A profissionalização do autor e o autor multimídia

Para viver de palavras no Brasil, é preciso ter vários padrões e escrever para diversas mídias. Como cada mídia tem sua linguagem, é necessário flexibilizar o texto para poder atender às encomendas. Por isso, me eduquei para escrever para várias mídias. Eu me tornei um escritor multimídia numa tentativa bem-sucedida de sobreviver, sem precisar de um emprego paralelo, sem precisar dar aula.

Fernando Bonassi

O que significa ser um autor profissional hoje? O que é o processo de descentramento da autoria, no qual tantos escritores contemporâneos se encontram imersos? Para tentar responder a essas perguntas, faz-se necessário pensar como a profissão do autor está – e já esteve – misturada a outras mídias: inicialmente, com o jornal, posteriormente, com os roteiros.

Tornar-se profissional significa, muitas vezes, tornar-se um escritor multimídia: um escritor que não somente escreve para o suporte livro, trabalhando também como jornalista ou roteirista. Quando trabalha como roteirista, encontra-se no processo de descentramento de autoria, uma vez que, enquanto roteirista, ele trabalha como co-autor de uma obra que envolve o trabalho do diretor, o desempenho dos atores, etc. No mercado editorial, esse descentramento da autoria acontece também quando o autor escreve por encomenda, participando de projetos editoriais como a coleção *Amores Expressos*, da Companhia das Letras, cuja temática e o próprio contexto que dá origem a obra são decididos pelo editor. Nos dois casos, o autor não responde sozinho pela obra – ele é uma parte de uma engrenagem maior.

O trabalho multimídia do escritor não é algo recente. Já no século XIX, vários autores recorriam ao jornalismo como forma de sobrevivência: João do Rio e Machado de Assis são sempre citados nesse caso. Também acontece na atualidade, como podemos entrever no trecho da entrevista de Marçal Aquino:

Webwritersbrasil: Como começou sua carreira de escritor?

Marçal Aquino: Eu sempre quis ser escritor, mas sabia que, no Brasil, escritor não é uma profissão, por isso fui estudar jornalismo. Desde que me formei só trabalhei na mídia impressa, nunca me interessei por rádio ou televisão, por causa da minha ligação com o texto. Mas a intenção era financiar o meu sonho: a literatura. Eu não pretendo me profissionalizar como escritor e ter que escrever um livro por semestre... Minha relação com a literatura é muito romântica, imagine que eu escrevo à mão, na hora que eu quero, sobre o que eu quero. Não

penso em público, não penso em leitores... Só penso em mim quando escrevo.

Na maioria dos depoimentos, encontramos um discurso em comum: é necessário encontrar algo que possibilite a sobrevivência financeira e viabilize o processo de criação artística, já que esse não parece oferecer, ainda, recursos suficientes para a sobrevivência da maioria dos autores. A “pena”, que serve como ferramenta para o processo de criação, é também o principal instrumento de trabalho em outros campos, que não o literário.

3.1 O autor, profissão jornalista, editor, roteirista

O jornalismo, de acordo com Marçal Aquino, serve como suporte para suas ambições literárias, um meio de sobreviver economicamente, como é o caso de vários escritores.

Fazer jornalismo significava, então, dedicar-se a algo que era muito mais associado à cultura de massa do que com a alta cultura, “sujar as mãos”, de uma certa forma, em nome da sobrevivência. Cabe lembrar que na pesquisa feita por João do Rio, publicada entre os anos de 1904/1905, sobre as relações entre jornalismo e literatura houve praticamente um empate: enquanto dez escritores do início do século XX disseram que o jornalismo atrapalha o escritor, onze disseram que o auxilia. Na realidade, podemos pensar que a dicotomia autor X jornalista é também a da cultura popular X cultura erudita. Alguém que se propõe a fazer arte pode utilizar o mesmo instrumento como forma de sobrevivência? Já superamos o paradigma alta cultura X cultura popular nos dias de hoje?

Webwritersbrasil: Você escreve contos, romances, tem diversos livros publicados, escreve para teatro, cinema e televisão... Enfim, Fernando Bonassi é um escritor multimídia e um roteirista multimídia...

Fernando Bonassi: Eu não nasci em berço de ouro. Meu pai era eletrotécnico e minha mãe atendente de um buffet. Eu sempre precisei pensar no lado financeiro, mesmo tendo escolhido fazer o que mais gosto: escrever. Ao sair da faculdade, fiz uma série de roteiros institucionais e filmes publicitários, mas, de sete anos pra cá, eu decidi viver do meu texto de ficção. Para viver de palavras no Brasil, é preciso ter vários padrões e escrever para diversas mídias. Como cada mídia tem sua linguagem, é necessário flexibilizar o texto para poder atender às encomendas. Por isso, me eduquei para escrever para várias mídias. Eu me tornei um escritor multimídia numa tentativa bem-sucedida de

sobreviver, sem precisar de um emprego paralelo, sem precisar dar aula... E podendo dizer não à propaganda e sim ao teatro e à literatura.

Webwritersbrasil: Como você equacionou essa questão financeira?

Fernando Bonassi: Escrevendo um conto pornográfico por mês, escrevendo para a Folha de São Paulo... Às vezes, produzindo algumas reportagens especiais: Um dia, fui a um puteiro; outro dia, passei o final de semana com os bombeiros... Isso é mais do que jornalismo. É quase literatura e foi uma solução de compromisso com a minha sobrevivência, o suficiente pra pagar as contas. Mas quando entrava um roteiro, aí eu ganhava bem. Resumindo, quando tem roteiro, eu vivo bem; quando não tem, pago as contas.

A necessidade de ser um escritor multimídia, tão acentuada na contemporaneidade, já era algo conhecido no século anterior. Ser jornalista representava não ser burocrata, trabalhar ainda com a palavra: de acordo com Cristiane Costa, “o mal não era o jornalismo em si, mas a falta de mercado para a literatura”.⁵² A falta de mercado para a literatura é um fator preponderante na atuação do escritor multimídia, portanto. Assim como Fernando Bonassi, nos dias atuais, muitos no final do século XIX e início do século XX, na Belle-Époque carioca, sonhavam com a possibilidade de se tornar um escritor consagrado – um escritor celebridade, talvez – e viver da pena. E viver da pena, naquela época, significa fazer a incursão em redações.

Portanto, se por um lado podemos pensar que estar no jornalismo poderia ser uma forma, colocando de modo muito simplista, de “rendição” à cultura de massa, por outro ele também poderia servir como uma porta de entrada na literatura, com a progressiva profissionalização do aspirante a autor e, acima de tudo, maior exposição de seus textos e, em último caso, de seu nome.

Muitos temiam na época que o trabalho jornalístico, com o uso de um texto mais simples e direto, pudesse “contaminar” ou até mesmo acabar com a verve literária de um possível candidato a autor. A pergunta levantada por Cristiane Costa demonstra o pensamento da época: “Estaria o trabalho burguês assalariado aniquilando o artista, desinteressado e boêmio?”⁵³ Era como se, de alguma forma, viver da “pena de aluguel” apagasse o mito do artista miserável e boêmio: agora, ele tivesse como sobreviver através do texto. A oposição arte X dinheiro estava sob os holofotes, portanto, na discussão da condição do autor na virada do século:

⁵² Costa, 2005, p. 23

⁵³ Costa, 2005, p. 25

A polarização entre os que ainda acreditavam numa arte pura e ciumenta e os que defendiam o papel primordial do jornalismo na formação de um escritor é típica de um movimento literário que experimenta as novas regras da arte. Estão em jogo duas lógicas opostas: a do artista desinteressado pelo aspecto econômico, que busca apenas lucros simbólicos por sua obra, como a glória, e a do artista que deseja viver do seu talento, e que, portanto, precisa ter lucros reais com seu trabalho. O problema não dizia respeito somente ao momento (e ao mercado) brasileiro. (Costa, 2005, p. 26)

É interessante ressaltar que a entrevista de João do Rio ainda questionava as influências positivas e negativas do jornalismo sobre a literatura. Dos aspectos positivos, os escritores apontaram fatores como o do pagamento, a divulgação e a legitimação – ou seja, a partir do trabalho como jornalista, o autor provavelmente conseguiria maior visibilidade e recursos financeiros para conseguir com o trabalho literário. Por outro lado, aspectos negativos também foram levantados, tais como o mercantilismo, a banalização e a esterilidade (essas respostas talvez nos apontem novamente para a polarização alta cultura x cultura de massa, e ideias preconcebidas sobre o valor subjetivo de um texto).

Emancipar-se economicamente através do jornalismo poderia ser vantajoso para os autores, mas enterrava de vez a ambição romântica de ser autor em tempo integral, sendo remunerado satisfatoriamente por isso. Mesmo na contemporaneidade, o autor encontra-se nessa posição ambígua em relação ao mercado e ao trabalho jornalístico: por um lado, a sedução de ter seu nome divulgado e sobreviver economicamente, do outro, o distanciamento da figura do artista que trabalha em prol da “arte” em tempo integral, que, em muitos momentos, parece permanecer como ideal no imaginário ainda hoje:

O jornalismo costuma ser a porta de entrada, a forma de divulgação e até a instância de consagração de seus nomes. No entanto, muitos permanecem presos ao mito de que o verdadeiro escritor é o que consegue ser artista em tempo integral, sem concessões. Não se dão conta de que se trata de um personagem social construído pela mesma modernidade que os aproxima e afasta de seus objetivos, integrando-os ao campo literário, mas obrigando-os a vender seu tempo e seu talento. Presos à visão ambivalente do escritor como um intelectual aristocrata ou um marginal da sociedade burguesa, eles não veem que produzem seus livros contra essas determinações e, ao mesmo tempo, graças a elas. (Costa, 2005, p. 37)

Ao discutirmos o impasse gerado pela entrada de autores no jornalismo, com a conseqüente discussão sobre dedicação exclusiva ao trabalho artístico ou envolvimento com o trabalho intelectual para um mercado que por muitas vezes é

estigmatizado como algo menor – um texto “menor” – resta-nos a seguinte pergunta: por que o trabalho de um escritor como jornalista é algo “menor”? Quem, em última instância, atribui esse valor artístico a uma obra ou não?

De acordo com Bourdieu, a atribuição de valor é algo que escapa das mãos dos artistas, no nosso caso, os autores. A atribuição de valor é algo que depende de uma série de fatores relativos ao campo de produção da arte, portanto, a própria ideia de que o trabalho intelectual realizado pelos autores para o mercado jornalístico é algo que possivelmente poderia danificar o trabalho artístico literário pode ser decorrente do processo de criação da crença do valor da obra de arte. Nesse contexto, a obra de arte literária passa a ser um fetiche, algo a ser idealizado, bem como o modo de vida do autor que a produz – o artista que vive para escrevê-la. Em outras palavras, renegava-se a condição de ser um autor que se desdobra entre a arte e o mercado – nas entrevistas realizadas por João do Rio, muitos ressaltavam o tempo de dedicação à arte que o jornalismo poderia consumir do aspirante a autor:

O produtor do valor da obra de arte não é o artista, mas o campo de produção enquanto universo de crença que produz o valor de obra de arte como fetiche ao produzir a crença no poder criador do artista. Sendo dado que a obra de arte só existe enquanto objeto simbólico dotado de valor se é conhecida e reconhecida, ou seja, socialmente instituída como obra de arte por espectadores dotados da disposição e da competência estéticas necessárias para a conhecer e reconhecer como tal, a ciência das obras tem por objeto não apenas a produção material da obra, mas também a produção de valor da obra ou, o que dá no mesmo, da crença de valor na obra. (Bourdieu, 2010, p. 259)

Assim, novamente retornamos ao sistema de crenças: a crença no poder criador do artista, que dispõe de um modo de vida que facilita o desenvolvimento desse poder criador, a crença no valor inferior – ou não – de um texto. Analisar as relações delicadas entre literatura e jornalismo, na figura de seus produtores, de uma certa forma, é também refletir tanto sobre a produção da arte literária quanto sobre a produção do seu valor.

De acordo com Cristiane Costa, esse estigma relativo ao autor que também se dedica ao trabalho jornalístico ainda permanece, de uma certa forma, na contemporaneidade. Ao realizar uma pesquisa baseada na mesma premissa de João do Rio cem anos antes, ela entrevistou trinta e dois “escritores jornalistas” contemporâneos, e descobriu que a grande maioria – 24 autores entrevistados –

trabalha na editoria de Cultura, o que pode, segundo a pesquisadora, deixá-los em uma posição privilegiada: obviamente, o contato com críticos, editores e outros membros da esfera cultural é muito maior. De uma certa forma, essa situação aponta para uma ‘acumulação de capital cultural’ decorrente da interação dos escritores jornalistas com o meio literário: por terem uma relação intensa não somente com a produção da obra literária mas também com os agentes que lhe atribuem valor podem ter uma ‘melhor compreensão da lógica do jogo intelectual’⁵⁴. Por outro lado, ainda no mesmo estudo, Cristiane Costa observa que esses escritores jornalistas ainda podem estar expostos ao ‘preconceito’ por não se dedicarem exclusivamente ao trabalho artístico nos dias atuais.

Mas não somente da profissão de jornalista os autores passaram a ganhar um salário e tentar sobreviver financeiramente ao longo do século XX, deslocando o peso da sobrevivência da arte literária. Aos poucos, eles foram percebendo que outra empreitada também lucrativa no ramo literário era a de editor. No livro de Cristiane Costa, Benjamin Costallat é citado como um dos primeiros autores que também assumiram a função de editor no Brasil. Para tal, ele precisa contar com seu nome de cronista/jornalista, sua imagem junto ao público e sua visão de mercado:

O trabalho do autor no mercado literário – tão comum em tempos de marketing virtual e auto-publicação – era um novo campo de possibilidades de lucro para os autores que estavam dispostos a aprender na prática como funcionava a “máquina de vender livros”.

O escritor que se torna editor, como Costallat, tem pelo menos cinco vezes mais lucro do que os 10% sobre o preço de capa do livro que receberia a título de direitos autorais. E, como empresário, ganha outra visão do mercado editorial. Passa a pensar em custos, em lucros, funcionários, prejuízos, impostos, distribuição. Toma contanto com a máquina de vender livros. (Costa, 2005, p.70/71)

Na contemporaneidade, talvez possamos ponderar que o envolvimento do autor com a área de edição de livros também esteja voltado para a questão da legitimação e da visibilidade, não se restringindo a uma questão somente financeira, mas envolvendo ganhos também de capital cultural. Um possível exemplo para essa afirmação seria o caso do escritor Daniel Galera, que publicou

⁵⁴ Costa, 2005, p.168

seu primeiros livros – *Dentes guardados* e *Até o dia em que o cão morreu* – através da sua editora, a Livros do Mal, em parceria com Daniel Pellizari e Guilherme Pilla. Assim, conseguiu o espaço necessário para fazer suas obras circularem e tornar seu nome conhecido para publicação em editoras maiores – até chegar a ser publicado pela Companhia das Letras, na qual também tornou-se tradutor.

Quando pensamos em autores que também circularam pelos meios de edição no contexto brasileiro, sempre é necessário citar o nome de um autor que se tornou bastante conhecido por esse empreendimento no século XX – Monteiro Lobato. Até então, as relações entre autor e negócio do livro eram ainda bastante tímidas:

Costallat foi um dos primeiros autores a perceber que quem ganhava dinheiro com a literatura era o editor. Até Monteiro Lobato, porém, nenhum escritor tinha tido coragem de falar tão abertamente do livro como mercadoria e da literatura como negócio. Antes dele, editoras como Garnier e Francisco Alves eram braços editoriais de grandes livrarias, que publicavam autores consagrados e obras didáticas. Para criar uma indústria editorial nacional, Lobato precisou inventar um mercado para o livro, o que implicava mudar o estilo e as palavras com que era escrito, a forma como a obra era anunciada e distribuída, o público a quem era direcionada. Em resumo: transformar o livro em produto de consumo de massa. (Costa, 2005, p.71/72)

Lobato foi, portanto, no contexto brasileiro, um dos pioneiros em experimentar, de forma bem-sucedida, o trabalho enquanto autor-editor no Brasil. Monteiro Lobato também foi um dos pioneiros ao perceber que aparecer em jornais era uma forma gratuita de publicidade (de acordo com Cristiane Costa, ele sistematicamente começou a aparecer em periódicos para ter mais visibilidade quando começou o seu trabalho como editor). Ele também ampliou o ponto de vendas dos livros, distribuindo-os em pontos comerciais pouco prováveis, como açougues, por exemplo. Com isso, também de uma certa maneira, começava a dessacralizar o objeto livro, tornando-o mais acessível ao consumo de massa:

Pode-se dizer que Monteiro Lobato foi o primeiro escritor brasileiro a conceber o livro como mercadoria. Não teve o menor pudor de enviar uma carta aos donos dessas casas comerciais propondo: quer vender também uma coisa chamada livro? “Vossa Senhoria não precisa inteirar-se do que essa coisa é. É um artigo comercial como qualquer outro: batata, querosene, bacalhau.”⁵⁵ O

⁵⁵ Costa apud Lajolo, Marisa. *Lobato: um brasileiro sob medida*. 2000, p. 30-1

editor se propunha a mandar livros em consignação. Se um açougueiro, por exemplo, vendesse algum, teria comissão de 30%. Se não, poderia devolver o livro pelo correio, com o porte pago pela editora. A proposta deu certo e, de quarenta livrarias, a editora de Monteiro Lobato saltou para 1200 pontos de venda. (Costa, 2005, p. 75)

Esse tipo de comercialização possibilitou a expansão do mercado consumidor de literatura, uma vez que as livrarias geralmente se encontravam somente nas grandes metrópoles: com esse tipo de venda consignada, o livro passa a circular também no interior.

É interessante notar o registro feito pela pesquisadora sobre as “crises de consciência” geradas por essa posição desconfortável e ambígua ocupada pelo autor de *O Sítio do Picapau Amarelo* – autor e editor. Em carta ao amigo escritor Godofredo Rangel, ele revela o possível desgaste de quem é responsável por criar e mercantilizar o objeto literário: “A minha obra literária, Rangel, está cada vez mais prejudicada pelo comércio. Acho que o melhor é encostar a coitadinha e enriquecer, depois de rico, e portanto, desinteressado do dinheiro, então desencosto a coitadinha e continuo.⁵⁶” O autor muitas vezes questionava a razão do público consumir tão intensamente o que produzia. Para Cristiane Costa, explicar o fenômeno de vendas Monteiro Lobato é explicar de que maneira estratégica ele se inseriu no mercado editorial, com estratégias de publicação e marketing inovadores, bem como com a ocupação de nichos ainda pouco explorados, como o ramo da literatura infantil no Brasil.

Para o próprio autor, a explicação era simples: ele sabia como aumentar seu capital de visibilidade e fazer sua obra circular. Ele foi um dos pioneiros, portanto, em trabalhar no sentido de fortalecer a própria imagem e seu nome de autor, com uma certa presença midiática, para aumentar sua venda de livros:

“Vendo-me como um pinhão cozido ou pipoca em noite de escavalinho. Por que o público gosta de mim dessa maneira?”, questionava o escritor. A resposta seria dada por ele mesmo: “Anúncios, circulares, cartazes, o diabo. O público tonteia, sente-se asfixiado e engole tudo (...) editar é fazer psicologia comercial. (Costa, 2005, p. 77)

⁵⁶ Costa apud Lajolo, Marisa. *Lobato: um brasileiro sob medida*. 2000, p. 30-1

Trabalhar com a edição de livros, ou seja, estar no mercado editorial de forma mais ativa, era também profissionalizar-se não somente como autor, mais, acima de tudo, como autor-celebridade e multimídia.

O trabalho de Monteiro Lobato enquanto editor é um dos fatores que possibilitou a inserção de outros autores no mercado editorial de forma mais proativa. Na contemporaneidade, temos, entre muitos exemplos, a participação de João Paulo Cuenca como um dos curadores da série *Amores Expressos*, que será brevemente analisada nesse capítulo. Além de trabalhar no mercado editorial, João Paulo Cuenca ainda possui experiência como um dos autores da série televisiva *Afinal, o que querem as mulheres?*, que estreou na Rede Globo de televisão no dia 11 de novembro de 2010. Com esse trabalho, Cuenca exemplifica a posição de muitos autores na contemporaneidade: autores que trabalham para diversas mídias, autores multimídias.

Com o advento da televisão e do cinema, aos poucos, os autores encontraram um novo espaço de trabalho: o mercado de roteiros. De uma certa forma, podemos considerar que o binômio autor-roteirista, tão comum na atualidade, é uma atualização do binômio autor-jornalista, uma vez que a possibilidade de trabalhar com roteiros, “alugando a pena”, encontra seu nascedouro na prática da escrita para jornais iniciadas pelos autores do século XIX. Em outros termos, escrever para outra mídia buscando sustento financeiro. Logicamente, podemos pensar em uma “contaminação” entre as duas linguagens, no caso dos autores contemporâneos, é nítida muitas vezes a influência da criação de roteiros em narrativas literárias mais ágeis, com presença constante de diálogos que poderiam auxiliar uma possível adaptação, mas tais interferências também não são um fenômeno novo, como observou Vera Follain de Figueiredo:

Ao abordar as interseções entre diferentes campos de produção cultural, assim como o trânsito de narrativas por vários meios e suportes, não se deixa de levar em conta, entretanto, que tais fenômenos não são novos, embora tenham chegado ao paroxismo com as tecnologias digitais. Basta pensar na íntima relação entre literatura e jornalismo que se estabeleceu no século XIX. Em função da nova economia da escrita instalada com a multiplicação e transformação dos jornais, os romances passaram por mutações, em decorrência, inclusive, do fato de serem publicados em capítulos, sob a forma de folhetins, nos jornais. Dentre outras alterações, foram divididos em capítulos menores, instituindo-se o gancho entre eles, com o objetivo de estimular a curiosidade do leitor. Tais marcas de composição tendiam a se manter, mesmo quando, posteriormente, as narrativas ficcionais eram publicadas em livro,

ganhando outro sentido, uma vez que tinham sido determinadas pela modalidade de leitura instituída pela veiculação, em fragmentos, no suporte do jornal. (Figueiredo, 2010, p. 12)

O estreitamento de relações entre literatura e cinema parece surgir já no nascimento deste último: em diferentes fases da historiografia cinematográfica, temos deslizamentos entre os dois campos de produção cultural, como nos lembra Vera Lúcia Follain de Figueiredo: do *roman-cinéma* à *nouvelle vague*, as duas linguagens parecem alimentar-se reciprocamente, criando possibilidade de trabalho para os autores multimídias.

A questão, no entanto, passa longe de ser meramente financeira: o trabalho dos autores multimídias parece fazer parte de um movimento maior no campo cultural, que é o próprio estreitamento ou contaminação entre as linguagens cinematográfica e literária. A aproximação entre as duas linguagens pode sugerir uma perda de centralidade do suporte livro, a própria ideia de um texto como obra-prima acabada transforma-se quando temos em pauta o roteiro, que é modificado com o andamento das filmagens, que deve ser um texto “em aberto” para outras possíveis contribuições na construção da obra cinematográfica:

Não se quer dizer que a literatura tenha deixado de ser reconhecida como um campo de atividade nobre, associado à esfera da alta cultura, mas, sim, que os textos, inclusive os classificados como literários, têm, progressivamente, perdido a centralidade simbólica, subordinando-se de uma forma ou de outra, às imagens técnicas, servindo-lhes, às vezes, como pré-textos, conforme assinalou Flusser (2002). (...) O artista cuja formação tende a ser multimídia, torna-se um orquestrador, trabalhando com mensagens de diversas séries: literárias, visuais, musicais. (Figueiredo, 2010, p. 45)

A perda da centralidade do livro (que reflete a própria perda da aura do objeto artístico na modernidade) parece estar intrinsecamente ligada à profissionalização do autor, pois potencializa (e talvez justifique) seu trabalho multimídia: ele seria o artesão de uma tendência cultural. Além disso, essa perda também pode possibilitar a ampliação de possibilidades dos autores veicularem-se em projetos que têm como característica o descentramento da autoria, pois, sendo o cinema “a arte do coletivo”, a prática dos autores ao escrever um roteiro pressupõe um maior engajamento com a equipe de produção e com o diretor do filme, soterrando de vez a imagem do autor que trabalhava isolado, o “gênio” que

criava seu texto sob inspiração solitária, tão fortemente ligada ao imaginário de autoria do século XIX.

Ao trabalharem para projetos que posteriormente transformam-se em produtos para o mercado de obras audiovisuais, o autor contemporâneo consegue, ainda, aumentar seu capital de visibilidade, como nos indica Vera Lúcia Follain de Figueiredo. Suas obras tornam-se mais conhecidas do público, uma vez que seu nome e sua imagem já são familiares, e como já vimos anteriormente, o público contemporâneo parece ter uma tendência a adquirir primeiramente o autor, e posteriormente sua obra.

Procedimentos do mercado editorial, recursos publicitários e critérios de avaliação utilizados pela crítica jornalística apresentam, desse modo, indícios de que o lugar privilegiado na hierarquia cultural, que a modernidade conferira à literatura, vem sendo afetado de maneira significativa, em função das transformações operadas pelas novas tecnologias da comunicação e pelo protagonismo do mercado na esfera da cultura. Como demonstra a pesquisa sobre a produção editorial brasileira na década de 1990, realizada por Sandra Reimão (2001), a sinergia entre mercado editorial e diferentes meios de comunicação de massa tem se acentuado. De acordo com o levantamento feito pela autora, é relevante, na listagem dos livros mais vendidos nesse período, o aumento do número de obras cujos autores mantêm atividades regulares nos meios de comunicação de massa ou tiveram seus livros adaptados pela televisão. (Figueiredo, 2010, p.45)

Portanto, ao trabalharem como autores multimídia, os autores contemporâneos parecem colocar em xeque o próprio status da literatura enquanto produto de alta cultura, reforçando, cada vez mais, a sua aproximação com a cultura midiática. A possibilidade de adaptação de um romance para o cinema, por exemplo, é um fator que pode contribuir para a ampliação do mercado consumidor da obra, pois aumenta o capital de visibilidade do autor e da obra em si, num movimento contrário ao que acontecia no momento de consolidação da indústria cinematográfica:

Já nos Estados Unidos, a produção cinematográfica voltada para o entretenimento consolidou-se, confirmando sua vocação de herdeira da narratividade que a literatura renegava e da figuração que as artes plásticas rejeitavam – o caráter industrial do cinema reforçava a dimensão popular de sua estética, o que levava a buscar, na literatura narrativa de tipo tradicional, soluções do agrado do público. Daí que, na década de 60 do século passado, McLuhan chamava a atenção para o fenômeno de interpenetração entre diferentes mídias, destacando que, para a indústria cinematográfica hollywoodiana, um *best-seller* era como um “jorro de petróleo ou indicio de

ouro” (2003,p.74)⁵⁷, isto é, os banqueiros de Hollywood farejavam neste tipo de livro, grandes lucros para o cinema, uma garantia de sucesso de bilheteria. Além de já ter sido aprovado pelo gosto popular, o *best-seller* ainda emprestaria ao meio cinematográfico a “superioridade do meio livresco” (Figueiredo, 2010, p. 28)

Ou seja, na interpenetração da literatura e do cinema, ganham as duas partes: ganha a literatura, que amplia seu mercado consumidor, e ganha o cinema, que ao adaptar algo que já fez sucesso no mercado editorial, mitiga o risco de prejuízo que um filme sempre pode potencialmente oferecer. Ganha também o autor multimídia, que além de ser remunerado financeiramente por seu envolvimento no projeto, aumenta sua visibilidade perante o grande público. É interessante ressaltar que, apesar das várias mudanças na esfera da cultura, a literatura continua a ser identificada como produto de alta cultura, assim como o livro impresso, a ela associado, mantém sua aura como suporte. Portanto, na interpenetração da literatura com o cinema, a adaptação do livro pode emprestar prestígio ao filme – uma espécie de “transferência” de status de um suporte teoricamente superior. Na mesma linha, a aproximação da profissão de roteirista com a de escritor de literatura, lhe confere prestígio.⁵⁸

Muitos autores multimídia admitem que escrevem seus romances levando em consideração o potencial de adaptação para outros meios, isso quando já não o fazem já tendo conhecimento da realização de fato do filme, como é o caso de Marçal Aquino, ao escrever *O invasor*, onde a escrita do romance e do roteiro foram feitas com a produção do roteiro entremeando a produção do romance. A obra literária perde, com isso, seu status de obra acabada, como já mencionamos anteriormente – novas edições literárias são decorrentes do deslizamento das narrativas para o audiovisual, como nos lembra Vera Lúcia Follain de Figueiredo:

E é exatamente essa ideia da literatura como produto final que vem sendo abalada, já que o texto literário tende, muitas vezes, a ser visto como um texto básico para adaptação, o que afeta o seu estatuto de obra concluída, podendo, inclusive, ser alterado em nova edição, em função da realização do filme, como aconteceu com o romance *Cidade de Deus*, de Paulo Lins: o autor, após o sucesso da obra no cinema, retomou o livro, suprimindo algumas histórias, o que determinou uma significativa diferença no número de páginas em relação à primeira edição, tornando mais palatável o romance. Tal procedimento aproxima o texto literário do roteiro, já que este, geralmente, sofre inúmeras

⁵⁷ Figueiredo apud McLuhan. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 2003

⁵⁸ Figueiredo, 2010, p. 30.

modificações até o filme ficar pronto e, para ser publicado em livro, é reescrito, incorporando as alterações feitas ao longo das filmagens. (Figueiredo, 2010, p. 33)

Uma ideia recorrente, que não pode deixar de ser citada, é a aproximação entre o trabalho do autor roteirista com a dos autores de folhetim do século XIX. As características de ambos os trabalhos são as mesmas, de acordo com Ricardo Piglia: ambos escrevem por encomenda, trabalham com prazos curtos, escrevem para um público determinado (o editor do jornal ou o diretor do filme), fazem disso, acima de tudo, uma profissão que possibilita a sobrevivência, o que diminui sua dependência financeira:

A relação entre texto literário e roteiro, na contemporaneidade, é assinalada por Ricardo Piglia. O escritor argentino afirma que a novela do século XIX está hoje no cinema, e que quem narrar como Balzac ou Zola deve fazer cinema, acrescentando, ainda, que quem quer narrar como Dumas deve escrever roteiros. Para ele, o roteirista seria uma espécie de versão moderna do escritor de folhetins, porque escreve por encomenda, por dinheiro e a toda velocidade uma história para um público bem preciso que está encarnado no produtor ou no diretor ou nos dois. (Figueiredo, 2010, p. 33)

Os autores contemporâneos, são, em sua maioria, autores multimídias. Esse é um fenômeno que não nasce na contemporaneidade, mas parece se acentuar nela – desdobrando seus campos com o advento de novas tecnologias e meios de comunicação em massa. Entender como se processa o trabalho desses autores é também investigar conceitos que têm sofrido transformações ao longo das últimas décadas, como o de alta e baixa cultura, perda da centralidade do suporte livro e do próprio objeto artístico – conceitos que se transformam através do trabalho daqueles que ‘se alugam para sonhar’⁵⁹.

3.2 O descentramento da autoria – o autor no mercado literário

Para dar conta da discussão sobre descentramento da autoria, tomaremos como exemplo a coleção *Amores Expressos*, lançada recentemente pela editora Companhia das Letras. Nela, vários autores foram enviados para várias capitais ao redor do mundo, com o objetivo de escrever uma história de amor que se passasse

⁵⁹ Expressão que evoca o título de um conto de Gabriel Garcia Márquez, trazido no livro de Vera Lúcia Follain de Figueiredo, *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*, p.33

no local. O projeto não foi idealizado por eles, e sim pela própria editora. Temas escolhidos por outrem, assim como estratégias de marketing que incluíam a manutenção de um blog que contava as experiências dos autores em terra estrangeira, bem como a gravação de um documentário para ser exibido pela televisão e disponibilizado no canal YouTube. Nenhuma dessas ações é iniciativa do próprio escritor, ele se torna uma mera parte em um processo maior do que ele, engendrado pelo próprio mercado editorial. Essa é uma das manifestações do processo de descentramento da autoria – quando as decisões sobre os aspectos da criação literária fogem do controle estrito do autor e passam para os agentes editoriais. Essa prática de “escrita por encomenda” – uma escrita sugerida por outra pessoa, sem ser o autor – é bastante antiga, embora adquira, hoje, novos matizes, em função da aceleração dos processos de adaptação, do fato de a obra literária, em alguns casos, nascer simultaneamente com outros produtos audiovisuais. No caso contemporâneo brasileiro, talvez a coleção *Amores Expressos* tenha se tornado o exemplo mais contundente, midiático e polêmico.

O projeto da Companhia das Letras sugeria que escritores brasileiros viajassem para vários países com tudo pago, e mais R\$ 10.00 como pagamento. Assim que se tornou público, foi alvo de críticas e questionamentos tanto pelos escritores que não foram contemplados quanto de certa parte do público em geral. O motivo para isso era simples: muitos questionavam a temática “amor” da coleção, já tão visitada e pouco desafiadora, como também a possível utilização de dinheiro público, captado através da Lei Rouanet, para a criação do produto literário, cinematográfico e televisivo. Mais do que isso, muitos acusavam os organizadores de escolher somente “amigos” para fazerem parte do *Amores Expressos*, trazendo para um projeto cultural relações de favorecimento. A discussão, nos parece, vai além de questionamentos sobre o projeto em si, e volta-se para a problemática da profissionalização do autor ainda na contemporaneidade e o quanto de lucro – financeiro e simbólico – podemos ter no mercado editorial, e o quanto de recursos privados, mas especialmente públicos, podem ser destinados à arte – em especial, à literatura. Ao iniciar o texto que traria ao conhecimento do público o projeto, na *Folha de São Paulo*, em 2007, Cadão Volpato argumenta:

Você é um escritor sem dinheiro, lutando pela sobrevivência. Tem, segundo suas próprias palavras, "apenas um dia de príncipe ao mês". Você emigrou dos quadrinhos para a literatura, vendeu os direitos para o cinema dos livros que publicou, mas ainda desenha uma última história de despedida.

Um dia, aparece um sujeito oferecendo um mês de estadia em Nova York, onde você nunca esteve, com todas as despesas pagas e a única obrigação de retornar com uma história de amor na cabeça, que depois será publicada por uma das maiores editoras do Brasil.

Como contra-argumento, o escritor Marcelo Mirisola explica que a questão não é o montante dos recursos financeiros, mas a política de favorecimentos empregada na construção e escolha dos autores envolvidos no projeto:

Vou reunir meus amigos de farra e pleitear uma grana da Lei Rouanet. Foi isso o que Rodrigo Teixeira e o escritor João Paulo Cuenca fizeram — e conseguiram R\$ 1,2 milhão ("Bonde das letras", *Ilustrada*, 17/03). E, pra coisa não ficar tão ostensivamente chapa-branca, incluírei — além de mim — um ou dois figurões acima de qualquer suspeita no cardápio. Depois, basta procurar um editor generoso e idealista. Se for sócio de um banco, melhor. Só faltou um dado à reportagem: cada "escritor" embolsará R\$ 10 mil, além de estadia, passagens e traslados ao redor desse mundão de Deus. Um mês de vida boa. Espero que escrevam grandes livros e relatem suas experiências na festa de Paraty do próximo ano. Assim é que se faz literatura no Brasil.

Essa resposta de Mirisola veio no dia seguinte, na seção de cartas do leitor na mesma *Folha de São Paulo*, dando início a um intenso debate sobre a coleção e, de uma certa forma, colocando-a no mercado antes mesmo dela ser publicada. Com a discussão criada, veio o marketing – involuntário?

“Apenas um dia de príncipe no mês”, diz Cadão Volpato. Assim ele descreve a situação, por exemplo, de Lourenço Mutarelli, um dos escolhidos para viajar nesse projeto encomendado pela Companhia das Letras. É interessante pensarmos que, se por um lado, temos aí o fenômeno do descentramento do autor, que não responde pelas decisões da própria obra, por outro, ele está em foco, uma vez que é inevitável pensar nos ganhos de capital cultural ao ser escolhido para estar entre os participantes de tal empreitada. Ao descentralizar-se e fazer parte de um projeto maior, que envolve vários autores e cujas decisões são tomadas por representantes do mercado editorial, ele ganha visibilidade perante o público e fortalece sua imagem. Portanto, o fenômeno do descentramento da autoria não é antagônico ao processo de fetichização do autor tratado no capítulo anterior – muito pelo contrário, eles combinam-se na formação do autor contemporâneo, o

autor multimídia, midiático. Os dois fenômenos parecem, de certa forma, convergir para um só caminho, pois, como nos lembra Pierre Bourdieu, o retorno financeiro só assegura lucros se ele puder ser convertido em capital simbólico, como, por exemplo, o retorno para a construção e fortalecimento da imagem do autor:

O capital “econômico” só pode assegurar os lucros específicos oferecidos pelo campo – e ao mesmo tempo os lucros “econômicos” que eles trarão muitas vezes a prazo – se se reverter em capital simbólico. A única acumulação legítima, para o autor como para o crítico, para o comerciante de quadros como para o editor ou o diretor de teatro, consiste em fazer um nome, um nome conhecido e reconhecido, capital de consagração que implica um poder de consagrar objetos (é o efeito de griffe ou de assinatura) ou pessoas (pela publicação, a exposição etc.), portanto, de conferir valor, e de tirar os lucros dessa operação. (Bourdieu, 2010, p. 170)

No caso de Lourenço Mutarelli, é interessante analisar certos trechos de seu discurso para o documentário originado pelo *Amores Expressos*, onde ele explica, por exemplo, como foi o processo de construção do blog – requisitado pela editora – linguagem à qual o autor é contrário, e o quanto era difícil conseguir produzir (ou pensar) o livro enquanto atendia à demanda de criação virtual:

Eu acho que é profundamente prejudicial você ficar se abrindo em blogs... é como uma época que eu fazia quadrinho e eu fui tentar começar a fazer tira, que são historinhas curtas, em três quadros. Eu percebi que eu tava, na verdade, exterminando ideias que eu podia amadurecer melhor, refletir melhor. Eu acho, o blog, por exemplo, eu nunca tive um blog, tô tendo agora porque faz parte do pacote dos Amores Expressos, tem sido ótimo, mas eu não consigo escrever uma linha do meu livro, eu não conseguiria estar escrevendo o livro e escrevendo o blog, porque são frequências distintas. Ali, é o Lourenço engraçado, sou eu brincando, ainda mais porque você recebe um retorno direto ou indireto das pessoas, e isso te agrada, isso te faz bem, você vê que elas querem é se divertir mesmo, querem que você fale bobeira, e você vai lá e se entrega dessa forma. (Depoimento dado pelo autor para o documentário *Amores Expressos*)

Aqui, Lourenço Mutarelli parece apontar para um impasse que um possível escritor multimídia poderia enfrentar: a de escrever em frequências distintas. Ora autor, ora blogueiro, por determinação de contrato, ele salienta a impossibilidade, no caso pessoal, de fazer as duas coisas de forma concomitante, uma vez que a escrita em blogs parece possibilitar, como ele próprio afirma, um

‘retorno direto ou indireto das pessoas’, um retorno onde a expectativa é a do discurso que adequado à mídia virtual, que satisfaça o público que espera ‘as boboiras do autor’, o autor-personagem ‘brincando’.

Outro trecho que merece ser destacado é aquele em que o autor sentencia a impossibilidade de dizer o que é: um escritor. O autor multimídia pondera que não sabe mais dizer o que é ou o que faz. No entanto, salienta o respeito que a palavra autor ainda traz quando colocada enquanto profissão: “É melhor dizer que é escritor do que dizer que faz histórias em quadrinhos”.

Eu não me considero escritor, até hoje. Eu adoro dizer, quando me perguntam, se bem que em fichas toda vez eu ponho manicure, porque eu não sei o que eu sou. Mas eu gosto quando eu digo que eu sou um escritor, as pessoas respeitam isso, não é igual a você dizer que faz história em quadrinhos. Mas eu não me considero um escritor, eu tenho um personagem escritor, tenho meu chinelo de escritor, tem umas coisas que eu brinco na hora em que eu vou trabalhar e quando eu começo a trabalhar, eu trabalho para valer. Mas eu não sei se eu sou um escritor, em nenhum momento eu me considerei um escritor, eu acho que talvez eu tenha algum talento em conseguir contar uma história com palavras, em conseguir causar essa ilusão, essa pequena magia, de iludir, de transpor. (Depoimento dado pelo autor para o documentário *Amores Expressos*)

Apesar de lidar com diferentes linguagens, Mutarelli expõe a possível hierarquização de formas de expressão artísticas que ainda parecem vigorar na contemporaneidade. Apesar de ser reconhecido como um aclamado criador de quadrinhos, e de ter sido inúmeras vezes premiado com seu trabalho no ramo, é com a profissão de escritor que ele parece conseguir maior capital cultural nos meios literários hoje, como deixa implícito em sua fala. Interessante ainda notar, nesse trecho, a menção à criação do personagem escritor, tantas vezes mencionada no capítulo anterior, com a distinção de que a criação desse personagem, no caso de Mutarelli, parece ajudá-lo a construir seu processo de escrita – não é algo construído como estratégia de visibilidade midiática.

Outro escritor renomado que retoma a questão dos blogs e do seu desconforto em relação à imposição a eles pelo projeto é Sérgio Sant’Anna. Ele deixa explícito que a ferramenta, utilizada como estratégia de marketing pela editora, não é exatamente o que procura quando quer expressar opiniões.

Tô escrevendo um blog por acaso, por causa dos Amores Expressos, que são experiências que eu acho que, coletivas, um projeto que eu acho interessante,

que aí eu acho que o blog se justifica para mim, eu não vou ter blog nunca porque, para dizer sinceramente, eu ando de saco cheio já de internet. (Depoimento dado pelo autor para o documentário *Amores Expressos*)

Alguns escritores escolhidos pela editora deixavam claro sua inaptidão ao lidar com o blog, feito por decisão contratual, não por escolha própria, como Mutarelli e Sant’Anna. Bernardo Carvalho parece, no entanto, ir além em sua dificuldade, começando o seu primeiro post no blog “encomendado” quase com um pedido de desculpas – para o escritor, faltariam palavras que se encaixassem ao discurso cibernético. Tudo em nome do projeto:

O horror confesso que eu tenho dos blogs me pôs numa sinuca de bico (devidamente ironizada pelos amigos mais próximos) quando descobri que durante a minha estada em São Petersburgo também teria que escrever um. Não é que não goste; eu detesto blog. Uma saída honrosa me pareceu fazer um blog só de imagens (dia 1, dia 2 etc.), com o título: “Um mês sem falar” – o que se justificaria por estar na Rússia e não falar uma palavra de russo. (Depoimento dado pelo autor para o blog *Amores Expressos*)

Mesmo escritores que já tem um certo domínio sobre a ferramenta explicam que, no caso específico do blog do projeto *Amores Expressos*, eles encontraram certa dificuldade, porque o conteúdo do blog também era determinado pelo projeto – era um diário de viagem, com impressões da cidade visitada e um possível *teaser* do que poderia vir a ser a história do livro posteriormente publicado. É o caso, por exemplo, do escritor Paulo Scott, que já possuía um blog desde 2002 (*Sanduíche de Anzóis*), onde geralmente publica poesias. Para o blog da Companhia das Letras, ele aponta o estranhamento ao formato tradicional pré-estabelecido pela editora, indicando ainda outros *deveres contratuais* – o de manter em sigilo o seu vínculo com o projeto.

VINTE E QUATRO HORAS E TUDO BEM

Escrevo de algum lugar no planeta (primeira e única dica: a cidade não fica na América Latina).

Será a primeira vez que tratarei blog no formato clássico "esta é a sua vida", tentarei não ser banal.

Faltam acentos, falta descobrir internet barata.

Não me condenem por manter em segredo meu vínculo com o projeto (deveres contratuais são deveres contratuais).

Bem (isto não estava nos planos) oferecerei um exemplar do livro para o primeiro que descobrir onde estou. Duas chances por pessoa, ok?

Será esquisito ter um blog com comentários (quem preferir, mande e-mail).
Fiquem ligados.(Depoimento dado pelo autor para o blog *Amores Expressos*)

Tantos comentários negativos com relação a escrita do blog do projeto nos fazem refletir sobre o propósito desse relato de viagens, demandado pela editora. Afinal, qual seria o propósito ao manter o relato dos autores no ciberespaço? O que justifica a existência de um blog que conta a história de viagens dos autores brasileiros nas cidades visitadas? O que isso tem a ver com o projeto – seria uma jogada de marketing da editora, para promover os autores e, com isso, as obras?

Podemos pensar que a existência desses blogs está relacionada com uma tentativa de abolição da distância entre o autor e o público. Quem estaria presente no blog não seria apenas o Lourenço Mutarelli escritor, mas também o viajante, contando curiosidades sobre os locais por onde passa, tornando acessível ao futuro leitor de sua obra as paisagens que permearam sua *flaneurie*. O público seduzido pelas narrativas de viagem, através dessa ferramenta, interage com o autor, compartilhando impressões e “ouvindo” histórias dos locais por onde ele passou. Por isso, a ferramenta virtual era a mais indicada, pois possibilitava a postagem de comentários (o estranhamento que esse tipo de interação pode causar é reforçado no texto de Paulo Scott), estimulando o leitor, portanto, a interagir também com suas opiniões e, de uma certa forma, “participando” do projeto.

Uma vez que o texto do autor no blog do projeto era um testemunho (há claros indícios que eles foram sugestionados a o fazerem como tal) pode nos sugerir a ideia de que o blog também poderia vir a ser, possivelmente, uma espécie de *making of* da obra. Por que a existência desse *making of* era importante? Talvez porque em uma sociedade em que tudo é mediado, sugerir algo que possa ser mostrado como realidade também diminui a distância entre o produtor de uma obra e o seu público consumidor. “Ali está a cidade que inspirou o autor a escrever sua obra. Ali está a cidade através dos olhos do próprio autor, recriada por ele” – parece-nos dizer o blog de *Amores Expressos*. Como qualquer *making of*, é algo que se quer real mas também é mediado:

Na contemporaneidade, embora a suspensão de fronteiras não chegue a promover a democratização dos meios de produção dos bens culturais, recursos disponibilizados pelas tecnologias da comunicação têm afetado as

compartimentalizações: a interatividade e a imersão, por exemplo, em certa medida, dissolvem a linha divisória entre palco e plateia, podendo ser lidas como antídoto à passividade do espectador. No entanto, vistas por outro ângulo, geram a angústia do “tudo ficcional” (...) (Figueiredo, 2010, p. 98)

O blog do projeto *Amores Expressos* seria, em última análise, como uma câmera de filmagem dos bastidores da obra que seria lançada tempos depois. Por isso, apesar de tão polêmico, fazia-se necessário na estratégia de construção do projeto artístico. Diminuir a distância entre produtor – consumidor e valorizar a “realidade”, através do *making of* de livros, teriam se tornado uma estratégia do mercado editorial contemporâneo? Esse questionamento impõe-se como algo a ser ainda bastante discutido nos meios acadêmicos nos próximos anos.

3.3 Alugamos penas e também nos alugamos para sonhar

A profissionalização do autor e o debate sobre autonomia da arte ainda se configura, na contemporaneidade, como uma relação cheia de melindres e incômodos. O autor encontra-se, hoje, inserido em um mercado que faz sua obra circular e a mídia, que tem o poder de garantir sua visibilidade. Nesse contexto, é pertinente perguntar se os autores contemporâneos não reivindicam mais a autonomia, como fizeram seus predecessores. O ideal da autonomia perdeu-se, definitivamente, no passado? Estaríamos diante, na contemporaneidade, de uma arte assumidamente pós-autônoma?

Essa pergunta é de difícil resposta, e não nos cabe investigar tal questão aqui, mas é sempre importante reiterar que para perguntas tão complexas, é perigoso pensar de forma generalizada e dicotômica. O que parece se perder cada vez mais no tempo é a imagem do “gênio criador”, isolado em sua inspiração quase divina. Na atualidade, vivemos atravessados e expostos, cada vez mais, por informações que a mídia o tempo todo traz ao público através dos novos recursos tecnológicos, e os autores contemporâneos também estão imersos nesse processo de diluição de fronteiras entre as linguagens, o que possibilita seu trabalho multimídia.

O trabalho multimídia do autor contemporâneo poderia ser, portanto, quase uma consequência dessa imersão em um grande caldeirão cultural, do qual todos fazem parte. Como não ser multimídia na contemporaneidade? Sua

crecente profissionalização, com a possibilidade da escrita “por encomenda” e sua participação em projetos que se caracterizam pela produção de textos inseridos num amplo circuito midiático, apontam para o descentramento da autoria, e nos permitem supor que o mito da genialidade e da independência no processo criativo podem estar, cada vez mais, com os dias contados: afinal de contas, sempre foi necessário alugar penas, mas o fenômeno tem se acentuado com a expansão da cultura midiática de mercado, que tudo incorpora.

Conclusão

Para concluirmos essa dissertação, é necessário, antes de mais nada, retomar a pergunta inicial – o que é um autor? Ao retomá-la, percebemos que, por sua complexidade, não é possível chegar a uma resposta definitiva. Não era, entretanto, intenção do presente trabalho dar conta de todos os desdobramentos da questão que levantamos, mas tentar analisar o lugar do autor na atualidade, tendo em vista mudanças ocorridas na esfera cultural a partir das duas últimas décadas do século XX.

Com esse objetivo, partimos da hipótese de que o autor contemporâneo é alguém que tem consciência das exigências do mercado editorial e da necessidade de utilizar as ferramentas disponibilizadas pelas novas tecnologias de comunicação – a televisão, e principalmente a internet – para adquirir a desejada visibilidade no mercado, que possibilita a expansão do público consumidor de sua obra, seu nicho de mercado. A atuação desse autor no campo virtual pode ampliar o potencial de vendas de suas obras, e esse fator certamente tem sido um dos preponderantes para justificar sua presença nos blogs e nas redes sociais.

Partimos de uma questão proposta pelo filósofo francês Michel Foucault para iniciarmos o trabalho de pesquisa e reflexão dessa dissertação, e do seu artigo *O que é um autor?* parecem surgir duas questões cruciais para a nossa discussão: a primeira é a ideia de que o autor não precede a obra. Com essa afirmação, temos o abalo no status da centralidade autoral que era até então o que mais se configurava como tendência na historiografia literária. O abalo dessa centralidade do autor, no campo teórico, foi colocado em diálogo, nesta dissertação, com o fenômeno de descentramento da autoria que nos interessava estudar. Fenômeno que, em princípio, deveria se contrapor à imagem, tão recorrente no senso comum, do autor enquanto gênio criador, premiado com “o dom divino da originalidade”.

Na atualidade, a originalidade perde seu status, dando lugar à novidade – é necessário reinventar-se, reinventar seu personagem constantemente para prender a atenção da mídia e, conseqüentemente, do público leitor. Se, segundo uma determinada vertente teórica, o autor não se constitui numa autoridade perante o seu texto, pouco importa sua biografia para o entendimento da obra. No entanto, os dados biográficos importam para a construção de seu personagem midiático, e

é esse exatamente o ponto que queríamos discutir, isto é, como se constrói esse autor personagem na mídia, que tanto interessa ao mercado para divulgar a obra e ampliar o público consumidor desta.

Uma outra questão colocada por Foucault no referido artigo, que nos é fulcral em nossa discussão, é a do nome do autor e a distinção existente entre a função autor e o sujeito empírico. O nome do autor de um texto nem sempre foi de extrema relevância no campo da produção textual – basta lembrar que, em momentos passados não era incomum encontrarmos obras circulando sem autoria específica. No entanto, o nome do autor ganha força com o passar dos séculos – o período romântico, por exemplo, é um período feito de nomes, como o de Lord Byron, que foi retomado no trabalho ao discutirmos a questão do autor celebridade. Na contemporaneidade, o nome do autor que vem impresso na capa evoca a imagem do autor que nos é disponibilizada através da mídia – compramos a obra do autor que esteve presente na semana passada em um programa de entrevistas da televisão e hoje está à mostra na vitrine da livraria onde fomos tomar uma café no final da tarde, afinal de contas, comprar o livro (e a imagem que se tem desse autor, exposto em outra vitrine, a televisão ou a internet) faz parte do pacote do programa cultural que é oferecido hoje pelas livrarias. Compramos, hoje, o nome do autor impresso na capa e sua imagem divulgada pela mídia, e o status que se cria sobre seu nome serve justamente para vender esse autor, atrelando sua função autor ao seu sujeito empírico.

O nome do autor, para Foucault, não é um nome qualquer: tem uma função classificatória do discurso, é um nome que “equivale a uma descrição”. Que peso tem, por exemplo, para a nossa literatura, o nome de Machado de Assis? Nas comemorações do centenário de morte de Machado de Assis, Vera Lúcia Follain de Figueiredo questionava o que perdura para o público contemporâneo: o Machado de Assis escritor, autor de textos de qualidade irrefutável, ou o Machado de Assis personagem da historiografia literária brasileira, uma “marca de qualidade” para seus sucessores, um nome na literatura nacional, talvez “o” nome.

(...) pode-se dizer que Machado de Assis continua vivo, como se comprova, paradoxalmente, pelas comemorações do centenário de sua morte, embora esse reconhecimento, por parte de um público mais amplo, não necessariamente seja baseado na leitura dos seus textos, podendo decorrer do lugar que o autor ocupa como personagem da narrativa maior em que se constitui a história da literatura brasileira. Já para os escritores que o sucederam, Machado eternizou-se na

condição de ponto mais alto de uma escala que serve de medida de valoração de suas obras. (Figueiredo, 2010, p.266)

No caso de Machado, a mídia, a maior parte das vezes, lançou mão de um nome legitimado pela historiografia literária, sacralizado como um cânone nacional, independentemente do conhecimento da obra por parte do público.

Ao retomarmos a função autor, tal como definida por Foucault, podemos ponderar que, hoje, vivenciamos uma espécie de tentativa de atrelamento do sujeito empírico à função autor, para fins mercadológicos, ou seja, o mercado ficcionaliza esse sujeito empírico para melhor vendê-lo, construindo sua personagem midiática – o que temos, portanto, enquanto imagem do autor na mídia (e que “compramos”, em uma café no final de tarde em uma livraria) seria uma espécie de ficcionalização de seu sujeito empírico atrelada à sua função autor, justamente em uma época em que encontramos, não por coincidência, debates sobre a perda da “aura” do objeto artístico com a consequente elevação do próprio artista. Nesse contexto, poderíamos imaginar que a personagem midiática do autor, de uma certa forma, talvez ocupe esse lugar que antes era destinado à obra em si. A personagem midiática do autor, que fortalece seu nome na capa, pode responder, afinal de contas, pelas vendas de sua obra: na atualidade, os leitores compram muito mais do que livros, compram com eles a imagem dos autores que nos é construída pelo mercado e fornecida pela mídia.

Essa junção entre “pessoa” e obra, que aparece especialmente quando analisamos entrevistas concedidas pelos autores, além de perfis em redes sociais, é o que parece emergir quando levamos em consideração o processo de criação desse autor personagem, que possui já feições de celebridade. A construção desses perfis parecem levar bastante em consideração a tentativa de venda da imagem do autor, situando-a em um primeiro plano. Quando o leitor acompanha a “vida” de um autor através da internet, portanto, é previsível que ele confunda o que é do campo da função autor com o que é do campo do sujeito empírico – efeito esperado pela estratégia publicitária, pois aquilo que pode ser tomado como “real” tem garantido sucesso de para o mercado. Assim, a “vida” dos autores, exposta na tela do computador, pode chegar a soar como uma espécie de *Big Brother* literário. O *Big Brother Brasil* dá audiência para a sua emissora, a presença

constante dos autores (que se mostram no âmbito virtual como “pessoas reais”) em redes sociais amplia e cativa o público leitor para as editoras.

É Philippe Lejeune, no entanto, que nos lembra o quanto esse encontro autor-leitor (ou melhor, simulacro de encontro) foi potencializado pelas novas tecnologias. Através das redes sociais, os leitores acompanham as “confissões” dos autores, depoimentos tanto sobre sua carreira literária como fatos de sua vida particular (aqui, vale ressaltar, sua vida particular mediada, pois o autor contemporâneo é consciente da vitrine que o expõe) . Esses depoimentos contribuem na criação de uma atmosfera de “intimidade”, o que facilita a criação da “realidade” construída, atendendo à demanda mercadológica contemporânea de necessidade do real. As redes sociais assumiriam, nesse aspecto, o papel dos bastidores da função autor, onde ele expõe, muitas vezes, detalhes, por exemplo, do seu processo de criação. Como as informações tanto concernentes à função autor quanto ao sujeito empírico aparecem misturadas no caótico ambiente virtual, torna-se difícil, muitas vezes, separar o que pertence a um do que pertence a outro, favorecendo o jogo mercadológico que precisa desse atrelamento sujeito empírico - função autor para funcionar adequadamente. Obviamente, essa tentativa de atrelamento não é algo novo no mercado, mas com certeza ela foi potencializada com o surgimento da sociedade da imagem.

É nessa sociedade da imagem que Lejeune diagnostica uma inversão com relação à imagem do autor e sua relação com o público: ele explica que, antes das tecnologias midiáticas do século XX, o processo de conhecer a imagem do autor era mais difícil para o público. O processo se dava da seguinte forma: o público tinha acesso à obra do autor e assim gerava uma natural curiosidade por ele. Para dar conta dessa curiosidade, o público pesquisava outras informações sobre o autor, geralmente as que circulavam no meio escrito. Com o advento do rádio e, acima de tudo, da televisão, o público, frequentemente, passou a conhecer a imagem do autor antes de conhecer a sua própria obra. Se anteriormente, ao público, cabia a missão de imaginar como seria a imagem do autor daquele romance de que tanto gostara, na atualidade o público conhece primeiramente a imagem, restando a ele, muitas vezes, a missão de imaginar a obra do autor. Essa imagem do autor deve, de acordo com as regras de mercado, atender ao imaginário que o público constrói desse autor, em outras palavras, deve atender às expectativas do seu nicho de mercado. Nesse processo, Lejeune ainda acentua o

papel que a mídia assume para reforçar, ainda na atualidade, a “ilusão biográfica”, para reforçar a curiosidade natural dos leitores em relação ao sujeito empírico do autor, pois é essa curiosidade que, no final das contas, alimenta o processo de marketing e venda das obras. Ele afirma que a “ilusão biográfica” aumenta a impressão de realidade, em tempos em que a “realidade” vende.

O autor contemporâneo responde, então, não apenas pelos personagens que cria para o campo ficcional, como também pelo seu personagem midiático para o mercado editorial – um personagem que precisa divulgar seu nome e sua imagem se quiser vender sua obra. Através do autor chegamos à obra, e o nome impresso na capa nos leva novamente ao autor, em uma relação circular. O personagem midiático criado pelo autor contemporâneo será sempre um personagem que servirá para apresentar a obra e representar seu sujeito empírico ficcionalizado na mídia. Nesse contexto, resta a questão: qual será o papel da obra aqui? Uma mera “ponte” entre o público, desejante de imagens para seu consumo, e o autor personagem? Ironicamente, Lejeune afirma que nos dias atuais, se existe algo para ser imaginado pelo público literário, esse algo é a própria obra do autor, pois a imagem dele, a imagem que é aquilo que o público deseja encontrar, já está na mídia. Apesar dessa construção não ser inteiramente nova na trajetória da literatura, encontra-se acentuada na contemporaneidade, com as novas tecnologias aplicadas ao campo da comunicação. Em tempos de saturação da imagem e criação exponencial de personalidades de mídia, a imagem do autor deve ser forte e marcante para presentificá-lo perante o público, o autor precisa que sua personagem esteja à disposição vinte e quatro horas, mas do que isso até, o autor contemporâneo precisa tornar-se um autor celebridade.

Criar fama literária, obviamente, não é algo novo, não é algo que surge com a contemporaneidade. Mas que novos matizes encontramos ao analisarmos a relação entre celebridade e autoria na contemporaneidade? Parece-nos, de acordo com Joe Moran, que o autor contemporâneo é um autor que depende da sua visibilidade, portanto precisa estar em lugares onde anteriormente não estaria – ele não se restringe à exposição no campo literário pela mídia, mas pode fazer parte de qualquer programa de entretenimento da indústria cultural. É preciso, por questões mercadológicas, estar continuamente presente na mídia impressa, virtual, audiovisual, que necessita desse autor personagem, desse imbricamento entre autor e obra para vender o produto. Poderíamos, portanto, afirmar que uma

possível fonte de fama na contemporaneidade está relacionada com seu capital de visibilidade, e a fama literária tem relação direta com a presença desse autor na mídia.

No entanto, faz-se necessário diferenciar o que caracteriza a fama comum da fama literária. Hoje, em função dos regimes de visibilidade midiática uma pessoa torna-se famosa por ser famosa, conforme a definição de celebridade de Daniel Boorstin em *The Image. A guide to pseudo-events in America*. (1992), isto é, o processo de formação das figuras públicas se transforma a partir da expansão dos sistemas midiáticos que alteram a lógica do reconhecimento pautada pela ação heroica, pelos grandes feitos. A visibilidade independe do mérito, o antecede, sendo ela própria responsável pela fama. Assim, qualquer pessoa pode se tornar famosa ao adquirir visibilidade na mídia, entretanto, no caso dos autores, o processo de construção da sua imagem de celebridade não é algo esvaziado, pois estaria atrelado à existência de uma obra. Mas a obra, conforme já mencionamos anteriormente, não ocupa mais o centro, e sim o seu autor – ele é o centro no processo de formação da imagem de celebridade. Aqui devemos ser cautelosos com o sentido da palavra obra, uma vez que podemos imaginar que sua imagem de celebridade, seu sujeito empírico ficcionalizado, também funciona como parte da obra, gerando uma relação circular. Ou seja: a obra, em um sentido mais tradicional do termo (o livro), perdeu a centralidade com o processo de ampliação de paratextos, onde podem estar incluídos, inclusive, a personagem criada pelo escritor para aparecer e divulgar sua criação na mídia. Portanto, o capital de visibilidade e a possibilidade de tornar-se um autor celebridade – e com isso, melhor divulgar sua imagem e o que escreve – são fatores preponderantes na presença contínua desse autor na mídia.

Como Lejeune observa, a vida do autor tem que parecer, então, mais interessante do que o livro, para que este possa vender – daí encontramos, nas redes sociais, vários testemunhos de viagens, geralmente com fotos, assim como relatos de passeios realizados. Para vender o livro, é preciso um toque de glamour. É dessa ficcionalização que nasce, em outras palavras, o status de celebridade. Nesse contexto, cabe uma provocação: será que a obra impressa vem perdendo espaço, portanto, como fator de legitimação dos autores contemporâneos? Sim, de uma certa forma, se pensarmos na importância do capital de visibilidade gerado pelas mídias sociais hoje. No entanto, para ser reconhecido como autor, a

publicação impressa ainda se faz necessária para o mercado – pelo menos, por enquanto.

A relação entre autores e mercado, como nos aponta Pierre Bourdieu, é antiga, ficando mais visível no século XIX, quando os artistas tomam consciência do papel que deveriam desempenhar no mercado, já que o poder financeiro expande seus negócios para a esfera dos bens simbólicos. A individualização do autor, que possibilitou posteriormente o processo de criação da aura de celebridade em torno dele, era, de acordo com Bourdieu, o ponto nevrálgico da separação entre capital cultural e capital econômico, mas, ao mesmo tempo, criou as condições para o funcionamento do mercado da arte através da crença no valor do trabalho artístico. O processo de individualização do autor contribuiu, desse modo, para a criação de outro processo: o de celebrização do artista em detrimento da obra.

O processo de construção da ideia de autor celebridade passa, necessariamente, pela questão carismática. Logicamente, a exploração do carisma de uma autor não é algo recente e nem exclusivo dos tempos atuais. Contudo, para criar o status de celebridade para o autor era necessário algo além do carisma: era necessário uma tecnologia que pudesse propagar o autor. Logo, com o avanço das tecnologias midiáticas (em especial, das tecnologias de propagação de imagem) amplia-se a possibilidade de exploração desse carisma pelo mercado. Com o surgimento das tecnologias que possibilitam a disseminação da imagem no século XX/ início do século XXI, encontramos, finalmente, a condição ideal para o fortalecimento do status de celebridade que cerca os autores contemporâneos. Com a criação desse status, testemunhamos cada vez mais o interesse por parte do público pela vida do autor (sempre houve esse interesse, como afirmou Lejeune, mas a tecnologia disponível na época talvez não desse conta para saciar esse curiosidade de forma mais contundente como temos hoje) em detrimento do interesse pela obra. Desde o século XIX, a vida do autor poderia parecer mais fascinante do que o livro em si – o exemplo mais clássico para ilustrar essa afirmação seria o caso do próprio Lord Byron – e hoje encontramos acentuada essa tendência para tematizar a vida do autor, tanto por parte do público quanto por ele mesmo, na mídia em geral.

O teórico Tom Mole é quem nos mostra a relevância que o desenvolvimento das novas tecnologias de mídia tem para a formação do status

celebrizante: para ele, não basta somente um autor disposto a se expor e um público que demanda essa exposição, é necessário haver tecnologia que permita tal encontro. Seus estudos basicamente se voltam para o século XIX, quando florescem as primeiras condições para o surgimento desse fenômeno na indústria cultural, com a possibilidade de imprimir gravuras dos artistas e divulgá-las através de jornais.

Outro aspecto bastante pertinente para a nossa discussão, levantado por Mole, é o de que, com a expansão do mercado, temos, de um lado, a ampliação de um público que caracteriza-se, cada vez mais, por sua diversidade e anonimato, mas, por outro lado, o nome do autor é cada vez mais fortalecido. Mole nos sugere que o nome do autor se transformaria quase em uma marca comercial. E quanto mais o autor se tornava conhecido, mais o público se tornava anônimo, gerando uma alienação entre eles. A criação desse status celebrizante serve, de uma certa forma, para também atenuar essa alienação, para criar um efeito do que é chamado por Mole de “senso de intimidade”, que pode mascarar a noção de distância entre o autor e seu leitor. Esse “senso de intimidade” é um fator fundamental se pensarmos o quanto ele é relevante na construção de um “senso de realidade” que hoje encontramos no sujeito empírico ficcionalizado do autor em redes sociais. Em outras palavras, muito do que encontramos do “autor” nas redes sociais hoje, como alguns comentários de forte teor confessional, serve para criar um “efeito de intimidade” entre ele e o leitor, útil para tentar diminuir a questão da distância e criar o “efeito de realidade” – é o autor de fato, dessacralizado, humano, que está postando sua vida e suas opiniões ali, para o leitor comum, que não leva em conta, muitas vezes, o processo de mediação que é intrínseco àquela exposição. Em especial, o ambiente virtual favorece essa confusão provocada pelo sujeito empírico ficcionalizado, porque ele sugere uma ideia de aproximação com o leitor, que pode “interagir” com o autor através de comentários em blogs ou postagens nos perfis em redes sociais. O que o leitor talvez não se dê conta, porque vive em uma sociedade caracterizada, entre outras coisas, pela busca do “real” como forma de responder à mediação, é de que “interage” não com o autor em si, mas talvez com uma personagem, que por muitas vezes relata aquilo que o público gostaria de ouvir.

Ao examinarmos a questão da ficcionalização do autor na contemporaneidade, devemos levar em consideração dois processos: o primeiro

poderia ser aquele em que o autor ficcionaliza-se por uma questão mercadológica, ou seja, para atender uma demanda de público e de mercado, conforme foi mencionado anteriormente. O segundo, apontado por Vera Lúcia Follain de Figueiredo, seria um procedimento literário, realizado por Rubem Fonseca, por exemplo, uma resposta a esse mercado, pois, afinal de contas, se o mercado pode ficcionalizar o autor para vendê-lo, por que ele próprio não o poderia fazê-lo? Ao realizar esse tipo de procedimento, o autor coloca em xeque a própria noção de verdade, situando-a como uma criação. Sendo um procedimento literário ou de mercado, ao colocar-se como personagem o autor rasura os limites pré-estabelecidos entre realidade e ficção. A partir do momento em que o autor está disposto a fazer parte do processo ficcional, seja para atender a uma demanda de mercado, seja para ironizar essa demanda, estabelecer os limites entre ficção e não ficção torna-se confuso e pouco produtivo – não há ficção e não ficção aqui. Assim configura-se o processo de duplicação da autoria. Vera Lúcia Follain de Figueiredo, em *Os crimes do texto*, demonstra como, na ficção contemporânea, Patrícia Melo na obra *Elogia da mentira*, ficcionaliza o escritor Rubens Fonseca através do protagonista José Guber. Figueiredo nos aponta de que forma, portanto, ao apropriar-se da figura de Rubem Fonseca, ficcionalizando-a, a autora pode estar se referindo, na realidade, ao próprio jogo de ficcionalização do autor pelo mercado.

A sensação de estranheza provocada pelo jogo entre a ficção dos dois autores nos faz lembrar a frase de Foucault: “O anonimato literário não nos é suportável; apenas o aceitamos a título de enigma.” Por outro lado, ao se apropriar da figura de Rubem Fonseca, evocada pelo nome do personagem José Guber, o romance de Patrícia Melo alude ao mecanismo pelo qual a mídia transforma o autor em personagem, apoderando-se de sua biografia e fazendo dele uma celebridade. A literatura assume-se, assim, como mais uma instância multiplicadora de identidades falsas: ritualiza a falsificação, mistifica o próprio mecanismo de mistificação, de tal modo que o leitor, perdido no jogo de versões e perversões, sem o apoio das certezas reconfortantes, possa refletir sobre todo esse processo. (Figueiredo, 2005, p. 63)

O autor que se ficcionaliza na mídia submete-se ao processo de descentramento da autoria, pois, com a ficcionalização, há o desdobramento da figura do escritor: ele é tanto o escritor que é o nome da obra quanto também o escritor personagem midiático, celebridade. Ele deve construir o seu discurso midiático com a mesma habilidade, no final das contas, com que constrói suas

personagens em obras ficcionais, deve seduzir aquele que o lê, seja na página impressa ou na tela do computador.

A autoria contemporânea é marcada, portanto, pela necessidade de presença contínua. Presença do nome, presença da imagem. O autor 24 horas vai além dos processos de ficcionalização tradicionais, com a utilização do suporte impresso (livro): ele usa a tela do computador também como espaço de ficcionalização, transformando-a no palco plano onde encena o *seu* personagem principal, ele mesmo, enquanto autor - suas opiniões, suas ideias, suas palavras, seu nome. Seu nome o divulga incessantemente no espaço virtual, projetando-o para fora dele, seu nome de autor 24 horas venderá o livro. Enquanto autor 24 horas, não poderá ficar muito tempo longe da internet e dos dispositivos que a ela se conectam: smartphones, laptops, netbooks. O autor 24 horas está para além do Moleskine – sua interação é mediada por teclas e superfícies sensíveis ao toque. O autor 24 horas é também o seu perfil no *Twitter* e no *Facebook*, com divulgação do que acontece no *mainstream* literário, pensamentos sobre a vida, confissões sobre a rotina e os amigos, comentários sobre política e futebol, sobre a vida – de maneira desorganizada, caótica, sem linearidade, como a própria caracterização do ato de navegação na internet. Para encontrá-los, basta um simples digitar no *Google*, e ali estará o autor 24 horas ao seu dispor, ao toque de uma tecla, tão longe do leitor, e estranhamente tão íntimo dele, que pode quase visualizar sua rotina. O autor, do qual o leitor se despediria quando fechasse o livro, reaparece perenemente na tela, e a cada dia se renova dentro dela, em ato de *continuação*, apesar de qualquer fim declarado no final da última página escrita. O autor contemporâneo, ao aceitar sua condição de presença contínua, de uma certa forma, luta contra esse esquecimento que é a última linha de um texto: talvez ele também escreva para não morrer, tal qual Sherazade em *As mil e uma noites*.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor et ali. **Teoria da cultura de massa**. Comentários e seleção de Luiz Costa Lima. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

AGAMBEN, Giorgio. **Profanações**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

BARROS, Manoel de. **Memórias inventadas – a infância**. São Paulo: Ed. Planeta, 2003.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e cultura**. Tradução Sérgio Paulo Rouanet. 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet. – reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2003.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. Trad. de Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: Editora UNESP, 1998.

Inscrever a apagar – cultura escrita e literatura. Trad. Luzmara Curcino Ferreira. São Paulo: Ed. UNESP, 2007.

COMPAGNON, Antoine. **O demônio da teoria**. Tradução de Cleonice Paes Barreto Mourão, Consuelo Fontes Santiago. 2 ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010

COSTA, Cristiane. **Pena de aluguel – Escritores Jornalistas no Brasil. 1904/2004**. São Paulo: Companhia das Letras. 2005.

CUENCA, João Paulo. **O único final feliz para uma história de amor é um acidente**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. Tradução Sandra Castello Branco. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Narrativas Migrantes: literatura, roteiro e cinema**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-RIO: 7 Letras, 2010.

Os crimes do texto. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

FOUCAULT, Michel. **O que é um autor?** In. Ditos e escritos, volume 3. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

JAMESON, Fredric. **Pós Modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio**. 2 ed. São Paulo: Ática, 2004.

- LEJEUNE, Phillip. **O pacto autobiográfico**. Belo Horizonte: ED. UFMG, 2008.
- LÈVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993
- Cibercultura**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2010.
- O que é o virtual?** Rio de Janeiro: Ed. 34, 2011.
- LYOTARD, Jean-François. **A condição Pós-Moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2011.
- MACLUHAN, Marshal. **A galáxia de Gutenberg**. Tradução de Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional, Editora da USP, 1972.
- MOLE, Tom. **Byron's Romantic Celebrity. Industrial Culture and the Hermeneutic of Intimacy**. Nova Iorque: Palgram Macmillian, 2007.
- MORAES, Denis de. (org.) **Sociedade midiaticizada**. Traduções de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lúcio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- MORAN, Joe. **Star authors: literary celebrity in America**. Londres: Pluto Press, 2000.
- OLIVEIRA, Nelson de. **Geração 90: manuscritos de computador**. São Paulo: Boitempo, 2001.
- SÁ, Sérgio Araújo de. **A reinvenção do escritor – literatura e mass media**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
- SLADE, Francisco. **Para notar a ausencia de um desconhecido – blogs e validação do discurso do autor**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.
- SÜSSEKIND, Flora. **Cinematógrafo de letras: literatura, técnica e modernização no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação em massa**. 6 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- VIEGAS, Ana Cláudia. **Escritas Contemporâneas: Literatura, internet e a “invenção” de si**. In. Caderno de Letras da UFF n 32. Niterói , p. 61-72, 2007.
- ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção e leitura**. Tradução Jerusa Pires Ferreira e Suely Fenerich. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

ŽIŽEK, Slavoj. **Bem-vindo ao deserto do real!** Tradução Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.

Sites Consultados:

Blog do autor Paulo Scott – disponível para consulta em: <http://pauloscott.wordpress.com/>

Blog do autor Daniel Galera – disponível para consulta em <http://ranchocarne.org/>

Blog do autor Santiago Nazarian <http://santiagonazarian.blogspot.com.br/>

Blog da Companhia das Letras – disponível para consulta em <http://www.blogdacia.com.br/>

Blogs do projeto *Amores Expressos*:

Bernardo Carvalho <http://blogdobernardocarvalho.blogspot.com.br/>

Chico Mattoso <http://blogdochicomattoso.blogspot.com.br/>

Daniel Galera <http://blogdodanielgalera.blogspot.com.br/>

João Paulo Cuenca <http://blogdocuenca.blogspot.com.br/>

Joca Reiners Terron <http://blogdojocateron.blogspot.com.br/>

Lourenço Mutarelli <http://blogdolourencomutarelli.blogspot.com.br/>

Luiz Ruffato <http://blogdoluizruffato.blogspot.com.br/>

Paulo Scott <http://blogdopauloscott.blogspot.com.br/>

Sérgio Sant'Anna <http://blogdosergiosantanna.blogspot.com.br/>

Correspondência entre o Daniel Galera e André Conti – disponível para consulta no blog do Instituto Moreira Salles, <http://www.blogdoims.com.br/ims/cachorrinhos-voadores/>

Coluna de Joca Reiners Terron – disponível para consulta em <http://www.blogdacompanhia.com.br/category/colunistas/joca-reiners-terron/>

Depoimentos de Fernando Bonassi e Marçal Aquino – disponível para consulta no site Web Writers Brasil somente até o dia 29/11/2012.

Documentários sobre os autores de *Amores Expressos* – disponível para consulta em: http://www.youtube.com/results?search_query=amores+expressos&oq=amores+expressos&gs_l=youtube.12..015.684.2296.0.6813.10.4.0.5.5.0.522.1568.0j1j4-2j1.4.0...0.0...1ac.1.S_C0UC2tEzw

Facebook do autor Antonio Xerxenesky – disponível em <https://www.facebook.com/xerxenesky>

Facebook do autor João Paulo Cuenca – disponível em <https://www.facebook.com/jpcuenca>

Facebook do autor Santiago Nazarian – disponível em <https://www.facebook.com/santiagonazarian>

Facebook do autor Vinicius Jatobá – disponível em <https://www.facebook.com/vinicius.jatoba.7>

Reportagem de Cadão Volpato para a *Folha de São Paulo*, apresentando a coleção *Amores Expressos* – disponível para consulta em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1703200707.htm>

Resposta de Marcelo Mirisolla ao texto de Cadão Volpato, sobre a coleção *Amores Expressos* – disponível para consulta em <http://www.cronopios.com.br/site/critica.asp?id=2276>

Trailer do livro *Cachalote*, Daniel Galera – disponível para acesso em: <http://www.youtube.com/watch?v=4UcJrQ1bUrk>

Trailer do livro *Leite derramado*, Chico Buarque – disponível para acesso em: <http://www.youtube.com/watch?v=tkaxXXKVI&list=PL29CB372685309B01>

Twitter do autor Daniel Galera – disponível em <https://twitter.com/ranchocarne>

Twitter do autor João Paulo Cuenca – disponível em <https://twitter.com/jpcuenca>

Twitter do autor Joca Reiners Terron – disponível em <https://twitter.com/jocaterron>

Twitter do autor Marcelino Freire – disponível em <https://twitter.com/MarcelinoFreire>

Twitter do autor Paulo Scott – disponível em <https://twitter.com/elrodris>