

Conclusão

Com apenas 15 anos de idade, Gustave Flaubert (1821-1880) escrevia o conto *Bibliomania*. Nele, o autor conta a história do livreiro Giácomo, um apaixonado por livros. Não o importava se fossem antigos manuscritos ou impressos. Era analfabeto, mas era “feliz em meio a toda essa ciência cujo alcance moral e valor literário mal penetrava” (p.27). Não se cansava de folheá-los, examinar suas douraduras, a capa, os tipos... Essa paixão o absorvia completamente.

Certo dia o livreiro Giácomo recebeu a notícia de que o livreiro rival em sua cidade, Baptisto, possuía um exemplar de *O Mistério de São Miguel*, talvez o único manuscrito em todo o reino que sobrou dessa obra. Giácomo passou a desejar possuí-lo e decidiu ir até o rival fazer-lhe ofertas para adquirir esse exemplar. Baptisto ouviu as propostas de Giácomo, mas não aceitou fazer negócio.

Dias depois, a livraria de Baptisto estava em chamas. Giácomo, quando fica sabendo sobre o incêndio, vai até a construção, que estava sendo consumida pelo fogo, a fim de tentar resgatar o exemplar de *O Mistério*. Consegue achá-lo em meio às labaredas e fica com o exemplar. A polícia local incrimina Giácomo como o responsável pelo incêndio. Segundo as autoridades, ele teria provocado o incidente para poder ficar com o único exemplar existente do manuscrito, que pertencia ao rival. Pelo crime que não cometeu, seria condenado à morte. No esforço para salvá-lo, seu advogado descobre que havia um outro exemplar do manuscrito, fato que poderia mudar o destino do livreiro, pois não haveria mais um motivo convincente para que fosse ele o autor do crime. Entretanto, Giácomo resolve não aceitar como verdadeira a revelação: a dor de reconhecer que seu exemplar de *O Mistério de São Miguel* não era único era maior que a de cumprir a pena e perder a vida.

Bibliomania é um conto que se apresenta como um verdadeiro hino de amor aos livros. Flaubert retrata nele como ocorria a auratização do livro

manuscrito. Caberia, então, perguntar se, hoje, quando valorizamos exemplares de livros antigos e raros que encontramos nos sebos, não nos comportamos, de certa forma, como continuadores da paixão de Giacomini. Assim também caberia indagar se este sentimento não é explorado pelo mercado editorial quando lança, nos dias atuais, edições especiais que desejam provocar no leitor um imaginário que associe o livro impresso ao artesanato, ao raro, ao autêntico. Exemplo disso é a edição especial da novela clássica de Herman Melville, *Bartleby, o escrivão*, publicada recentemente pela editora Cosac Naify. Para conseguir abrir o livro, o leitor precisa descosturar a capa, puxando para baixo uma linha vermelha que a lacra e cortar suas páginas não refiladas com uma espátula plástica que acompanha cada exemplar. O intuito é fazer o leitor interagir com o processo da produção de seu exemplar. Mesmo em publicações não customizadas, a opção por sobrecapas, alto-relevos, vernizes e ilustrações inéditas ou pitorescas tanto em capas quanto em miolos contribui para uma sacralização contemporânea do objeto livro.

O exemplo acima nos remete à questão maior – anunciada já no título deste estudo – que nos propusemos desenvolver: seria possível que o livro impresso à entrada do século XXI, permanecesse auratizado em seu consumo simbólico pela sociedade atual? Para pensar essa possibilidade de uma aura para o livro, nos baseamos no conceito de aura, tal como o desenvolvido por Walter Benjamin no texto “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica”. Nele, o teórico afirma que a aura das obras de arte, bem como de outras expressões culturais (entre elas, o livro), não resistiria à industrialização da cultura. A aura, no entender de Benjamin, só poderia ser resguardada se a obra se mantivesse em sua forma original. O que Benjamin estava querendo dizer com isso? Que os objetos perdem a autenticidade, na medida em que passavam pelo processo de mudança que todo bem da indústria cultural estava fadado a sofrer: a reprodutibilidade técnica.

A *bíblia pauperum* foi um dos primeiros livros reproduzidos em larga escala por Gutenberg, e, para os teóricos de Frankfurt (dentre eles, Benjamin), um exemplo preliminar do que, séculos mais tarde, se tornaria corrente na indústria cultural: “a adequação do gosto e da linguagem às capacidades receptivas da média”. Esta adaptação dos objetos culturais à média dos gostos

surgia devido à necessidade de construção de bens que pudessem vir a ser consumidos pelas massas. E foi somente inserido neste contexto da estandardização dos produtos da cultura que apareceu com vigor o livro impresso como meio de comunicação da modernidade.

Tínhamos, então, um impasse: ou concordávamos com as premissas benjaminianas, e não seguiríamos adiante, uma vez que ao livro não lhe seria permitido possuir aura, ou compreendíamos os temores de Benjamin em relação ao momento em que vivia: de ceticismo em relação ao futuro da cultura – que estava, pouco a pouco, sendo entregue aos empresários do entretenimento e às ditaduras estatais, como foi no caso da Alemanha de Hitler, a U.R.S.S. de Stalin ou o Brasil de Getúlio Vargas – e que esta situação o impossibilitava de, por exemplo, pensar em aura nos produtos da indústria cultural.

Decidimo-nos pela segunda hipótese: a da possibilidade de estudar os resquícios de aura no livro impresso e de que maneira este objeto poderia herdar a aura que seu antecessor manuscrito detinha. Esta aura existiria em função da relação simbólica que a sociedade atual mantém com os livros. Embora não mais atrelada à autenticidade de um exemplar único, a aura persistiria em função do valor de culto que ainda se atribui ao livro. O valor de culto de uma obra, para Benjamin, era uma das características intrínsecas ao objeto aurático:

As mais antigas obras de arte surgiram a serviço de um ritual, inicialmente mágico, e depois religioso. O que é de importância decisiva é que esse modo de ser aurático da obra de arte nunca se destaca completamente de sua função ritual: o valor único da obra de arte “autêntica” tem sempre um fundamento teológico. (...) Com a reprodutibilidade técnica, a obra de arte se emancipa, pela primeira vez na história, de sua existência parasitária, destacando-se do ritual (Benjamin, 1985, p.171).

Ao contrário da premissa benjaminiana, a reprodutibilidade técnica, no caso do livro impresso, não o destaca de sua função ritual. O valor de culto do livro permanece e está evidenciado nos símbolos e rituais que relacionamos diretamente com o objeto, isto é, quando o livro é Livro Sagrado, que se apresenta como a Palavra de Deus impressa, ou no livro iluminista como a Enciclopédia, símbolo de aquisição de conhecimento, de detenção do saber pelo homem moderno.

O que dizer, por exemplo, das coleções pessoais de livros? O que faz um indivíduo montar a sua biblioteca, mesmo possuindo TV, internet, rádio e cinema ao seu alcance? Por que, durante todas as nossas vidas, colecionamos livros, mesmo que não tenhamos tempo para ler todos eles? Por que cuidamos deles com tanto esmero? A biblioteca se apresenta, portanto, como o espaço de culto desse bem que, mesmo sendo um produto industrial, é apropriado como obra intelectual individual, e, portanto, de uma certa forma, única. A biblioteca particular aparece como um símbolo de distinção por parte do seu proprietário.

Programas de televisão não possuem valor de culto. Muito raramente quando despertam um pouco mais nosso interesse são gravados em fitas-cassete. Mas mesmo assim voltamos a apagá-los, e outras atrações televisivas são “gravadas por cima”. O rádio e a TV muitas vezes compõem o som e a imagem ambiente do nosso cotidiano, e o fato de estarem tão presentes em nossas vidas constitui uma das razões pelas quais não são auratizados. Ouvimos rádio nos táxis, ante-salas de consultórios médicos, assistimos à TV em bares com amigos, nas lojas de eletrodomésticos dos *shoppings*. Hoje em dia, é comum encontrar instalados rádios e TVs até em cozinhas ou banheiros. A própria internet, pela variedade de tecnologias e utilidades a ela associadas, é consumida de maneira muito diversa. Uns até buscam informação por meio dela, mas na maioria dos casos a associamos com diversão ou com um meio para aproximar pessoas e lugares distantes. O livro, ao contrário, ainda está associado à intimidade, à vida privada dos indivíduos.

Não devemos esquecer, no entanto, que a reorganização tecnológica e industrial da produção em escala transnacional e a aquisição das editoras locais, pelos grandes grupos econômicos multilingües estrangeiros, estão tornando o livro um produto cada vez mais inserido no contexto da globalização. A produção de cada país corre o risco de ficar subordinada à “programação de uma política de *bestsellerização*” (Canclini, 2003, p.142-143). Recentemente um novo gerente do grupo Bertelsmann provocou muitas críticas ao declarar que não publicaria mais livro com vendas inferiores aos cinco mil exemplares por ano. Esta aproximação maior do livro com o mercado retiraria parte do seu prestígio como produto cultural e promoveria uma redefinição do espaço do bem de consumo livro dentro da prática do capitalismo.

O livro impresso, portanto, é, por um lado, fetichizado como os demais produtos no mercado pelo seu valor de exposição (uma vez que a mercadoria fetichizada só possui valor de exposição, nas prateleiras e vitrines, em concorrência com os demais produtos, e é deste valor que se define parte de seu preço no mercado), mas, por outro lado, continua a possuir valor de culto, que o faz aurático. *O livro impresso é um bem da indústria cultural que ainda cumpre uma função ritual e que, portanto, continua aurático.*

Para que chegássemos a estas conclusões, a pesquisa se desenvolveu em três etapas. Em um primeiro momento, retomou as origens do livro, apontando o avanço das técnicas de escrita, assim como o processo de alfabetização, como fatos fundamentais que culminariam com a opção pelo livro como um dos principais meios de registrar, armazenar e transmitir por inúmeras gerações o conhecimento humano. A sua auratização pela sociedade estava inicialmente associada aos poderes que eram atribuídos à escrita e à sacralização do Livro Sagrado (a Palavra de Deus), a Bíblia.

A segunda etapa do estudo se debruçou sobre a construção da “sociedade do livro” a partir da invenção de Gutenberg, quando esta se tornou o veículo, por excelência, do registro e da difusão cultural na sociedade ocidental. O livro passaria a ser não apenas objeto capaz de armazenar informações, mas sujeito das transformações sociais que ocorrem simultaneamente à multiplicação dos escritos pela tipografia. A aura do livro moderno está presente, portanto, na capacidade deste objeto de ser portador do conhecimento e por meio dele cultuar-se a razão.

O terceiro momento desta dissertação consistiu numa reflexão sobre a auratização do livro e as especificidades do mercado editorial, na contemporaneidade, chamando-se a atenção para a permanência de práticas rituais, como, por exemplo, as noites de autógrafos. Analisamos também a tensão que se estabelece entre o culto do livro, presente na publicidade, no jornalismo cultural e nas campanhas oficiais, e a tendência para a sua equiparação aos demais produtos da cultura de massa. Por outro lado, assinalamos que, ao contrário do que se esperava, a revolução comunicacional em curso não decretou a morte do livro, sendo que a internet – um dos principais expoentes dessa nova fase da Comunicação –, tem se alimentado da aura desse objeto da indústria cultural, através de suas livrarias virtuais e de seus sites literários.

Mudanças rápidas no comportamento e nas atividades que os indivíduos desempenham cotidianamente continuam a ocorrer, mas não abalaram o prestígio da cultura livresca, embora possam ter contribuído para a diminuição do consumo de livros. O valor de culto do livro, e, portanto, sua aura, está evidenciado justamente nessa permanência da importância e desses símbolos que atribuímos ao objeto livro.

Finalizamos este estudo com uma previsão derridiana. Para o filósofo, o livro impresso – com a reestruturação da cultura e do saber (em curso por meio da revolução comunicacional) – na medida de sua rarefação na sociedade tenderá a ser mais auratizado e fetichizado: “Esse fetichismo sacralizará, re-sacralizará o livro, a aura da cultura ou do culto livresco, o corpo do livro e o corpo habituado ao livro, ao tempo, à temporalidade e ao espaçamento do livro, a compleição do amor do livro que se encontrará re- e supervalorizado” (Derrida, 2004, p.33).