

INDÚSTRIA CULTURAL E LITERATURA INFANTIL

*Maria da Conceição Carvalho*¹

**Revisão da posição de teóricos contemporâneos
sobre o modo de produção dos objetos culturais, com
enfoque especial no livro de literatura infanto-juvenil.**

1 Introdução

As importantes modificações na estrutura do setor de produção, circulação e consumo de livros e outros produtos culturais a que assistimos, sobretudo nas últimas décadas, se processam no interior de contradições inerentes à atuação da indústria cultural enquanto processo de modernização.

A tentativa de se construir um discurso teórico para o gênero literatura infantil e juvenil deve enveredar também por essa trilha, levando em consideração os mesmos componentes:

como é produzida
como circula
em que contexto é lida. (9:59)

Entretanto, se o segundo e o terceiro recortes têm sido objeto, no Brasil, de um número razoável de pesquisas, sobretudo acadêmicas, são raros os estudos que levam em consideração as condições concretas da produção literária nacional dirigida a crianças e jovens.

1 Professora do Departamento de Biblioteconomia da Universidade Federal do Espírito Santo

No presente artigo, nosso objetivo é retomar as discussões de teóricos da indústria cultural sobre as implicações do modo de produção no modo de ser dos objetos culturais, ponto de partida para uma análise mais específica sobre uma fatia da produção do livro de literatura infanto-juvenil brasileiro, desenvolvida em outro estudo.²

2 O modo de produção dos objetos culturais: a ótica dos teóricos

Desde as reflexões de BENJAMIM (2) sobre as técnicas de reprodução da obra de arte e as consequências sociais e políticas desse progresso tecnológico, consideradas como a primeira grande teoria materialista da arte, muitas têm sido as formulações teóricas sobre a indústria cultural, analisando-se a forma de ser e de funcionar da arte e da cultura pós-auráticas.

Sabemos que para BENJAMIN a perda da "aura" da obra de arte, isto é, seu status de raridade enquanto objeto individualizado e único diante do progresso das técnicas de reprodução em série, é um processo que, embora inevitável, comporta aspectos positivos na medida em que cria novos padrões de percepção estética e possibilita um relacionamento das massas com as novas formas de bens culturais. Ao contrário de ADORNO E HORKHEIMER citados por ROUANET (11), que aceitaram in totum o diagnóstico sombrio de Weber sobre processos de modernização, BENJAMIM aceita sem dificuldade a inovação tecnológica. Para ele, é o capitalismo que aprisiona o homem numa "gaiola de aço" não a técnica em si mesma. Há, em BENJAMIN, vestígios de um messianismo técnico, de uma crença nos efeitos emancipatórios da técnica que poderá atuar, no seio da sociedade como instrumento eficaz da renovação das estruturas.

ADORNO (1:287) discute criticamente essa postura de BENJAMIN, que considera otimista, alertando para o que chama de integração de consumidores, que a indústria cultural, (termo cunhado por ele e HORKHEIMER, num ensaio anterior), pretende alcançar, a partir do alto, de um plano sistemático tornado possível graças ao estágio atual do desenvolvimento tecnológico e à concentra-

2 Este artigo, com algumas modificações, faz parte da dissertação apresentada ao Mestrado em Ciência da Informação da Escola de Biblioteconomia da UFMG, intitulada "O mercado e o sonho: Lê e Miguilim, duas propostas de editoração do livro infantil e juvenil".

ção econômica e administrativa nos diferentes ramos dessa mesma indústria. Na perspectiva da integração deliberada das diferentes categorias de público alvo, a indústria cultural, pensa ADORNO (1:287), força a união da arte superior e da arte popular, com prejuízo para ambas, uma vez que a primeira perde em seriedade pela especulação sobre o efeito e a segunda perde o elemento resistente e natural por força do controle social que passa a ser exercido sobre ela.

Para ADORNO (1), o fato realmente novo da indústria cultural é o valor do efeito. "O primado imediato e confesso do efeito" (1:288) seria, nos seus produtos mais típicos, calculado com precisão pelo poder econômico e administrativo em favor da preservação das estruturas vigentes.

Ora, nada mais "típico" dentro desse valor calculado do efeito do que a literatura infantil e juvenil, marcada desde as origens, no contexto da Revolução Industrial européia, pelo compromisso educativo e pelo esforço de adaptação a seu público que, enquanto faixa etária diferenciada, com interesses próprios, nascia naquele momento.

Ao adaptar seus produtos ao consumo de um público virtual, pensa ADORNO (1:289), e em larga medida determinar aquele consumo, a indústria cultural faz com que as produções do espírito deixem de ser "*também*" mercadoria para o ser integralmente. Nesse sentido as situações concretas da produção têm profundas implicações no modo de ser dos bens culturais. E as evidências (marcas) dessa relação estão muito claras no campo da produção de livros infantis e juvenis.

3 Literatura infanto-juvenil: as marcas do gênero

De fato, a literatura criada para a criança e o jovem, via de regra, não responde a uma necessidade genuína de expressão do autor, traço natural da literatura dirigida ao adulto. Resulta, sim, em algo fabricado a partir de certos pré-requisitos mercadológicos e que tem refletido, em cada época, o projeto político de sociedades que forjam para si um ideal de infância e a esta destinam produtos culturais de concepção utilitária. "Organizar, captar, seduzir, fazer a cabeça de jovens e pequeninos" era, por exemplo, o objetivo da máquina de propaganda do nazismo, contra o qual BENJAMIN (3:13) responde com os seus textos sobre cultura da criança, onde insere reflexões sobre os "velhos livros infantis" e os brinquedos. Também em favor da infância, "futuro da nação", conforme desenhada no projeto desen-

volvimentista dos governos militares, o Brasil da década de 70 vai assistir ao "boom" da literatura infantil.

Em que varie o peso do Estado sobre os produtos culturais, o que parece não mudar na lógica da economia de mercado é que as massas destinatárias da mercadoria cultural não passam de "um elemento secundário, um elemento de cálculo, um acessório de maquinaria" (1:288). A elas a indústria cultural oferece a satisfação confortável de que o mundo está em ordem; aos consumidores são apresentados conflitos que eles devem confundir com os seus para que, na aparência apenas, os resolva. ECO (6) vai referir-se a esse aspecto como estruturas de consolação, aspecto que pode ser exemplificado fartamente na atual produção de literatura juvenil brasileira. "Identificação com o leitor é o grande segredo para vender livros", afirma um autor do gênero (10), enquanto as editoras encomendam histórias sobre tudo o que supostamente interessa ao jovem: namoro, sexo, família, corrupção e AIDS. O depoimento de uma jovem de 15 anos, no mesmo artigo, é significativo: "Não espero qualidade literária de todos os autores que leio. Não penso em nada quando tenho um livro na minha frente. Leio no tranco." (10)

Tanto no âmbito da produção como no da divulgação a indústria cultural desempenharia, portanto, o papel específico de "sedução das massas" para o consumo automatizado e obsessivo de bens culturais, transformados em mercadoria.

BOURDIEU (4) aponta as formas de falso reconhecimento ou erros de identificação a que são levadas as massas através do consumo de obras "adaptadas". Tais obras guardam referências calculadas à obra erudita original, predispondo e autorizando os consumidores a tomar a cópia pelo original e o falso pelo autêntico, vivendo, desse modo, a ilusão de que são consumidores de bens culturais "legítimos".

Assim, realizando em bases explícitas as operações que fazem de seu produto uma imitação de uma arte anterior, autêntica e única, usando recursos de simplificação e facilitação, para atingir um público mais extenso, a indústria cultural não é cultura, uma vez que está subordinada à lógica da circulação de mercadorias, mais do que à sua própria, e nem indústria, porque tem mais a ver com a circulação do que com a produção. (5).

Seria equivocado pensar, adverte ADORNO, citado em FREITAG (7:67), que o consumo de produtos culturais massificados é o degrau que prepara e precede o acesso à cultura. Segundo esse raci-

ocínio, não será a leitura de obras adaptadas e diluídas, como parecem crer muitos produtores e animadores culturais, que levará a criança e o jovem a buscar a boa literatura. "Quero que esses garotos se divirtam enquanto lêem o que escrevi. Preparo o jovem para um salto maior na literatura", acredita um outro autor da atualidade (10).

Ao contrário, reflete ainda ADORNO (7:69), o pequeno ou nenhum valor estético desses produtos, consumidos no interior de um sistema educacional com baixo nível de qualidade, pode deturpar irremediavelmente a sensibilidade do indivíduo, bloqueando definitivamente os canais de percepção da verdadeira arte e da educação autêntica. Marcelo PAIVA (10), jovem autor brasileiro, parece concordar com o pensador alemão ao se revoltar contra a obrigatoriedade da leitura de autores "vagabundos" nas escolas. "Por quê não dão James Joyce para o estudante ler? Todo o mercado criado por essas editoras é falso", imagina ele, embora se saiba que sua própria obra sofre essa mesma ressalva por parte da crítica literária.

4 Literatura infantil e juvenil: para escapar à massificação

É interessante notar que apesar da visão acentuadamente pessimista quanto à dimensão massificada da arte reproduzida em série, conduzindo à caracterização da arte como radicalmente oposta à indústria cultural, ADORNO vislumbra, ainda assim, uma via de salvação para a cultura. A refletir sobre o que chama teoria da semi-educação³, a educação deturpada, massificada, transformada em fonte de lucro, irmã gêmea e reaseguradora da indústria cultural, sugere que a única possibilidade de se evitar a tempo o bloqueio das mentes seria se "precocemente combatido, reforçando-se, na criança ainda pequena, a reflexão crítica e preservando-se para o adulto, um tempo e espaço vazio para refletir em suas horas de lazer". Contudo, como observa FREITAG (7:68), ele não explicita como isso poderia se dar concretamente nas condições dadas pelas sociedades capitalistas.

A seu turno FREITAG (7) analisando até que ponto as reflexões teóricas dos filósofos da Escola de Frankfurt se aplicariam às condições específicas da sociedade brasileira, aponta alguns caminhos para se escapar à ação negativa da indústria cultural que, segundo

3 ADORNO, T. A. *Theorie der Halbbildung*. 1972., apud FREITAG, B. *Educação para todos e indústria cultural*. São Paulo: Autores Associados, 1987. p. 66.

ela, seria mais virulenta em países do capitalismo periférico, pelo despreparo das massas. Segundo essa autora, na luta contra a massificação é preciso: promover a qualificação do ensino e a valorização do professor; elevar o nível cultural e intelectual dos programas de rádio, TV e da imprensa e do *movimento editorial em especial* (o grifo é nosso), intensamente consumidos por uma clientela escolarizada ou não. (7:80)

FREITAG (7:183) quer acreditar, como BENJAMIN, “em um potencial, até mesmo revolucionário, inerente à lógica da indústria cultural, capaz de promover a cultura e a educação popular”.

Se, usando os meios de que dispõe, a indústria cultural se comprometer com a qualidade do produto que lança, poderá se constituir, pensa a autora citada (7:85), em “agente poderoso da definição de novos padrões, do novo caráter de obra cultural, do trabalho educacional”. Pensando especificamente no produto livro e no público infantil e juvenil brasileiro cabe aqui citar o editor SMITH, Jr. (12:25) quando diz que “livros que jovens possam ler com prazer e proveito próprio são necessários em todo país, mas, em nenhum lugar, tão desesperadamente, quanto em um país em desenvolvimento”. As histórias fascinantes da mais elevada literatura mundial, a bela poesia e as ilustrações de qualidade têm, com certeza, influência positiva no processo de formação da criança. E, mesmo que um balanço crítico da nossa produção de livros para crianças e jovens revele uma maioria de obras que já nascem comprometidas com as leis do mercado, em detrimento da qualidade artística e literária, ainda assim é possível acreditar que reside na própria organização interna da indústria cultural a capacidade de auto-reflexão e redefinição de sua atuação e de seus objetivos no contexto da sociedade moderna, inclusive criando um consumidor mais crítico.

FREITAG (7:85) argumenta com exemplos como a BBC, de Londres e o jornal “Le Monde”, de Paris, que, “pelo menos no contexto em que atuam, dão uma contribuição inestimável para a elevação do nível cultural geral /.../”.

Quanto à editoração de livros infantis e juvenis no Brasil, o panorama mais atual aponta para a predominância e o fortalecimento das editoras mais afeitas à linha de produtos “comerciais” que atendem aos interesses mais óbvios e efêmeros do público, em detrimento das editoras de fato comprometidas com a qualidade intrínseca do produto e preocupadas em contribuir para a formação do gosto literário das novas gerações.

Mas, o fato mesmo de sobreviverem no cenário cultural do país editores que respeitam a criança e amam a literatura permite-nos, definitivamente, concordar com FREITAG (7:85) quando pensa que “a tese de ADORNO nem sempre precisa dar certo e de que BENJAMIN, admitindo a dialética interna da indústria cultural, acabava tendo razão: a indústria cultural pode seduzir e perverter as massas, mas também pode contribuir para superar a sua ignorância, ajudando-as a libertar-se de seus opressores internos e externos”.

5 Conclusão

Tendo suas origens em circunstâncias sócio-culturais e políticas específicas da Europa do século XVIII, em especial as profundas transformações na estrutura familiar e a implantação da escolarização obrigatória, pode-se afirmar que, mesmo em outros contextos, “o gênero literatura infantil e juvenil parece definir-se pela internalização das circunstâncias de sua produção e consumo que passam a constituir o seu modo de ser”. (9).

Na flagrante contradição de um gênero marcado historicamente pelo compromisso com o valor do efeito e as potencialidades transgressoras que o texto literário pode abrir à criança, mesmo antes que ela saiba ler, a moderna produção de literatura infantil e juvenil procura a sua legitimidade, oscilando entre o livro massificado, medíocre e epidérmico e o produto cultural enquanto obra de arte.

É certo, entretanto, que as reflexões que fazem os teóricos citados sobre a natureza dos objetos culturais permitem avistar na produção literária dirigida ao público jovem, aliada a outras instâncias, condições de resistência à ação massificadora da indústria cultural. Sem pretender desmerecer o peso de fatores estruturais como a taxa de analfabetismo e o baixo poder aquisitivo da população brasileira, e a má qualidade da Escola, que atuam como facilitadores para o trabalho de persuasão da indústria massificadora, não se pode deixar de pensar, com esperança, num público maior, muito maior de crianças e jovens no país que poderão moldar sua formação em obras que valorizam o estético e respeitam a sensibilidade e a inteligência do leitor se assim o quiser a indústria editorial, à partir das possibilidades técnicas de que dispõe.

Na era da realidade virtual e da interatividade, continua lícito pensar que tanto quanto os outros meios eletrônicos de comunicação, a função básica da literatura infanto-juvenil é ampliar o campo imagi-

nativo do leitor e a multiplicação de suas imagens. (8).

E, parodiando o cineasta alemão Win WENDERS (13), permitimo-nos ainda afirmar que a beleza de um bom livro de literatura está na interação mágica e solitária entre o leitor e a ação que se desenrola através de cada página. E isto, a indústria cultural, com sua potência niveladora, não conseguiu ainda destruir.

Cultural industry and literature for children and young people

General review of contemporary theory on the mode of production of cultural objects with special emphasis on the literature for children and adolescents

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, G. (Org). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Nacional, 1977.
- 2 BENJAMIN, W. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, da Costa (Org). *Teoria da cultura de massa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- 3 -----. *Reflexões: a criança, o brinquedo, a educação*. São Paulo: Summus, 1984.
- 4 BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1982. p. 99-181: O mercado de bens simbólicos.
- 5 COHN, G. (Org). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Nacional, 1977.
- 6 ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- 7 FREITAG, B. *Educação para todos e indústria cultural*. In: POLÍTICA educacional e indústria cultural. São Paulo: Cortez, 1987.
- 8 JESUALDO. *A literatura infantil*. São Paulo: Cultrix, 1978.
- 9 LAJOLO, M. No reino do livro infantil. In: ZILBERMAN, R. (Org). *Os preferidos do público: os gêneros da literatura de massa*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- 10 PARA gostar de ler. *Isto é*, São Paulo, n. 1237, 18 jun. 1993.
- 11 ROUANET, S. Porque o moderno envelhece? A concepção de modernidade em Weber e Benjamin. *Folha de São Paulo*, 12 jul. 1992. p. 6.
- 12 SMITH, Jr., D. C. *Guia para editoração de livros*. Recife: Ed. Universidade da UFPE. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1990.
- 13 WENDERS, W. A tevê é mentirosa. Entrevista concedida a P. Moon. *Isto é*, São Paulo, n. 1274, mar. 1994.