

# Consumo define produção cultural

MATTHEW SHIRTS

19 JAN 1997

Quando me pediram para escrever sobre o futuro da cultura no Brasil em 1997 com a opção de esticar a análise até o fim do mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso, confesso que gelei. E lembrei daquela piada sobre o físico, o biólogo e o economista, perdidos numa ilha deserta no meio do Oceano Pacífico. Famintos, acabam tendo a sorte de encontrar uma lata de feijão na praia. Mas há um problema: estão sem abridor.

— É simples — diz o físico. — Basta alguém subir naquela árvore ali e jogar a lata num ângulo X que ela se abrirá ao atingir o chão.

— Tá louco? — retruca o economista. — Vai esparramar feijão para tudo quanto é lado.

— Então vamos ferver a lata — responde o biólogo.

— A pressão forçará a tampa.

— E teremos o mesmo problema — insiste o economista. — Feijão voando pelo ar.

Depois de algum tempo, marcado por um silêncio profundo e melancólico, o economista se anima de repente e exclama:

— Eureka! Cavalheiros, encontrei um plano!

— Diga logo — gritam o outros dois.

— Bem, em primeiro lugar, vamos presumir um abridor...

**Produtos de massa** — Ao fazer a futurologia da cultura brasileira, me sinto um pouco no papel do economista da piada. Mas como ninguém sabe mesmo do dia de amanhã, vamos "presumir" a continuidade do Plano Real e, com ela, a incorporação de setores da população cada vez mais amplos na economia do mercado.

Estou chutando com os dois pés, mas um dos resultados da continuidade do plano econômico na área da cultura seria a ex-

pansão do número de produtos de massa. Ou seja, na música, vamos ouvir mais Tchan, tchan, tchan, tchan e mais Chitãozinho e Xororó, imagino, ou manifestações semelhantes. Poderá haver também uma explosão de letras de humor na linha do Falcão e dos falecidos Mamonas Assassinos; desde que os intérpretes consigam renovar o subgênero e ser realmente engraçados. Sem falar de músicos populares de outra linha, tal como Chico Science e Carlinhos Brown, que poderão consolidar o sucesso. Na dança, não tenho idéia do que possam

inventar depois da garrafa. Trata-se, sem dúvida, de uma tarefa para mentes mais férteis que a minha.

Na literatura deveremos ver mais guias, biografias, esoterismo e cada vez menos

experimentalismo. Para atingir a lista dos mais vendidos, um livro terá de ser de uma leitura mais ou menos amena. Pode até abordar assuntos sérios, como a filosofia ou personagens históricos, desde que o faça de maneira sedutora.

**Americanização** — Não tenho dúvidas, ainda, de que a cultura infantil e adolescente ganhará espaço em 1997 e depois. Parques de diversão serão um dos grandes temas dos próximos anos aqui no Brasil. A fast-food, de McDonald's a Arby's a Kentucky Fried Chicken a Pizza Hut e dezenas de outras marcas, estarão cada vez mais presentes com seus sabores, noções de tempo e prazer, cheiros e visuais característicos. Assim como os shopping centers, viagens a Miami e Orlando e a própria cultura do consumo, apreendida desde muito cedo pelas crianças brasileiras, hoje em dia.

Com estes exemplos não pretendo afirmar que faltarão estudos universitários mais densos, ro-

mances importantes, filmes, música, danças ou outras manifestações culturais refinadas. Estou simplesmente tentando dizer que a sua maneira, bem à sua maneira, aliás, o Brasil está se americanizando — e a uma velocidade cada vez maior.

Ou, em outras palavras, o mercado capitalista de consumo de massas parece estar mais desenvolvido e certamente está mais presente na vida do brasileiro de alguns anos para cá. E isto lembra os Estados Unidos: um país de imigrantes e vastas camadas sociais menos afortunadas que, para o bem ou para o mal, conseguiu industrializar a sua cultura e torná-la acessível às massas ao longo deste século.

Algo semelhante acontece atualmente no Brasil, é o que me parece, pelo menos. Com o agravante histórico de que, a esta altura, a cultura americana já está industrializada e tomou claras feições imperialistas.

Não se preocupe: ninguém vai ter de jogar beisebol, pelo menos se não quiser. As tradições brasileiras bem enraizadas, como o futebol, a música e o carnaval, deverão ganhar ainda mais destaque com o desenvolvimento de um mercado de massas. Talvez seja necessário agüentar umas bandas de rock de segunda categoria tocando antes dos jogos do Paulistão. E até — quem sabe? — uns pára-quedistas caindo no meio do campo durante o intervalo. Mas o futebol, em si, deverá ficar mais forte e não mais fraco.

Tudo isso é especulação em estado quase puro. Mas tenho a nítida sensação de que não vai faltar rodeio e Sula Miranda nos próximos anos. Se a elite brasileira quiser preservar o mesmo vigor na cultura refinada do País, seja no cinema, nas artes plásticas, no balé em universidades de qualidade, vai ter de investir.

■ Matthew Shirts é historiador e brasileiro