Literatura *Fast-Food*: o Acessível e o Fugaz[1]

Ramon Vitor de Sousa Fernandes[2]
Shemilla Rossana de Oliveira Paiva[3]
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

Resumo

Ao agrupamento das obras produzidas em favor do lucro e do consumo rápido, geralmente associadas a uma série de outros elementos comerciais, dar-se o nome de Literatura fast-food. Inserida numa sociedade industrial – ligada à pressa e ao comodismo – essa literatura pouco densa tem encontrado a sua consagração. Através da contraposição entre idéias apocalípticas e integradas, o presente artigo propõe a análise das principais características desse produto cultural, procurando melhor compreender o fascínio exercido por ele sobre seus consumidores. Em razão de sua forte repercussão na mídia, a Literatura fast-food é aqui personificada na *Saga Crepúsculo*, da escritora americana Stephenie Meyer. Nesse sentido, serão principalmente utilizados os conceitos propostos por Umberto Eco, Walter Benjamin, Adorno e Horkheimer.

Palavras-chave

Literatura *fast-food*; *Crepúsculo*; Indústria Cultural.

Introdução

Denomina-se *Literatura fast-food* o conjunto das obras já nascidas sem grandes inovações, que bebem de fontes conhecidas e se utilizam geralmente de estereótipos repetitivos, muitas vezes, os distorcendo ou descaracterizando. É efêmera porque surge como um modismo que conseqüentemente é aderido em massa, para em seguida, sucumbir diante da próxima *sensação do momento*. É de fácil digestão, pois não traz grandes complicações de entendimento nem diálogos complexos que exijam esforço de raciocínio; tornando-se, assim, acessível a todos os níveis de classe, inclusive a massa, que compondo a maioria social, garante o sucesso de suas preferências. A dita literatura clássica, por sua vez, é a que traz de maneira intrínseca sua aura, ou seja, seu *aqui* e *agor*a como Walter Benjamim (1987) definiu tão bem. Esse tipo de literatura não almeja atingir milhões de leitores, mas ao menos um, que pare diante do objeto e abstraia a si

[1] Trabalho apresentado no IJ – Interfaces Comunicacionais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.
[2] Aluno do curso de Comunicação Social, 7º período, com habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais (FAFIC) da UERN. E-mail: ramon_vitorf@hotmail.com
[3] Aluno do curso de Comunicação Social, 7º período, com habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais (FAFIC) da UERN. E-mail: shemillarossana@hotmail.com

mesmo em nome de tal esplendor artístico. É pioneira naquilo que aborda, tornando-se atemporal e universal.

Dadas as diferenças fundamentais entre os dois tipos de literatura, faz-se necessário considerar cada uma a partir de seu valor. Inegavelmente a Literatura fast-food assume grande peso na economia global, pois tem enorme aceitação do público e conseqüentemente exorbitantes índices de venda, ocasionando um acesso a todas as classes, inclusive as menos favorecidas. A dita clássica é rica em conteúdo, traz no seu cerne a beleza de algo único, e origina um padrão que repercute através do tempo.

Os livros de auto-ajuda com suas fórmulas pré-definidas de como ser feliz seguindo quinze passos – no formato de *O Segredo* de Rhonda Byrne – ou como livrar-se de uma depressão, ilustram bem a literatura de consumo aqui abordada. O objeto central dessa análise, entretanto, se desenvolverá em torno da obra *Crepúsculo* de Stephenie Meyer, publicado originalmente em 2005. Na trama, retrata-se a história de Bella e Edward; ela uma moça recém mudada para a cidadezinha de Forks com o intuito de morar com seu pai, e ele um cara pálido que convive apenas com sua própria família. É possível, desde já, prever o desenrolar dessa história: eles se apaixonam, ela o ama, ele a vê como uma presa. Eles são antagônicos em suas idéias e não podem ficar juntos, são, portanto, o típico casal que fomenta o fascínio no público.

Um amor recíproco seguido de um grande impedimento, esse é o ponto de partida que origina o romance romântico comum, *Crepúsculo*, no entanto, traz um moço vampiro, o herói, nesse caso, personifica-se naquilo que era comumente associado ao anti-herói, como o célebre Drácula, por exemplo.

Na condição de objeto, a obra de Stephenie Meyer suscita interesse e questionamento: o que motiva seus inúmeros seguidores? O que a tornou capaz de colocar a famosa série de livros *Harry Potter* em plano secundário? Por que atualmente *O Morro dos Ventos Uivantes* não é lido com a mesma intensidade que *Crepúsculo*, embora se apregoe a respeito da proximidade de seus elementos?

Crepúsculo está no auge, é *febre*, e nesses termos, quem não adere a Indústria, é posto à margem. Enquanto Literatura fast-food, possui atrativos a esse público que o consome com paixão. Entender os aspectos inerentes a essa literatura de consumo e os elementos que a consagraram perante a sociedade contemporânea são os objetivos principais dessa análise.

A Literatura *fast-food* inserida na cultura de *massa*

A literatura fast-food é o produto, a massa é o consumidor em potencial. É preciso esclarecer um ponto: a Literatura fast-food existe porque há uma demanda imensa, ou seja, um atuante mercado promissor. A cultura de massa não é produzida por ela, mas *para ela*, o que permite concluir que ela recebe bocados prontos produzidos pela classe erudita, não com o objetivo de oferecer esclarecimento e politização, mas obter lucros. Nesse estágio, é possível entrever outro importante aspecto: o termo Indústria Cultural tão difundido e criticado pelos *Frankfurtianos*.

Ao promover esse processo de transformação da cultura em produto, a Indústria Cultural atinge um nível crítico, onde além de produzir produtos para indivíduos, passa-se a produzir indivíduos para produtos.

A Indústria Cultural torna todos os elementos, por mais diferentes que devessem ser, semelhantes, pois já não existe mais pioneirismo ou originalidade. Quando Horkheimer e Adorno afirmam, embora mais detalhadamente, que a Indústria Cultural fez com que a arte passasse a representar fielmente a realidade existente fora dela, estavam dizendo que o modelo de arte está mudando, e enxergavam esse aspecto de maneira negativa. A arte não precisa objetivamente retratar a realidade presente – o que não impede que isso aconteça, mas não deve ser o seu objetivo principal.

Para a Indústria Cultural é necessário que a aura se perca em favor do valor utilitário, o que, segundo Walter Benjamin (1987, p. 170) deriva de razões sociais assim descritas em seu ensaio *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*:

> Fazer as coisas ficarem mais próximas é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através de sua reprodutibilidade. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto, de tão perto quanto possível, na imagem, ou antes, na sua cópia, na sua reprodução.

A massa, em sua necessidade incontrolável de *possuir* o objeto, é conduzida, portanto, pela Indústria ao consumo desvairado e a adoração daquilo que se encontra *desauratizado*.

Posto isso, torna-se possível analisar, na seqüência, os principais aspectos que encaminharam *Crepúsculo* a sua consagração.

Crepúsculo e a mitologia em torno do herói virtuoso

Tendo se tornado um dos mais evidentes fenômenos da Indústria Literária atual, *Crepúsculo*, da americana Stephenie Meyer, tem sido um constante alvo tanto de *apocalípticos* quanto de *integrados*; presumivelmente insatisfeitos, os apocalípticos condenam abertamente essa prática que julgam descaracterizar a arte, convertendo o erudito no banal; os integrados, por outro lado, absorvem, produzem e exaltam a dita Literatura fast-food, creditando a ela esse maior acesso, essa politização ou encontro entre a arte e a massa. Enquanto otimistas e pessimistas alimentam essa eterna discussão, as engrenagens da Indústria Cultural prosseguem arrecadando e se adequando cada vez mais às necessidades da chamada *massa*, que para o mal ou para o bem, representa hoje maioria mundial. É essa sociedade de massa que encontra em produtos literários como a *Saga Crepúsculo* seu par ideal.

A Literatura fast-food, enquanto arte de consumo rápido, desprovida de densidade e que não demanda tempo excessivo em sua apreciação, adequa-se perfeitamente a essa sociedade da pressa, das relações pouco profundas, do conforto e, sobretudo, do comodismo das informações dadas prontas e mastigadas.

Nesse sentido, a já mencionada obra de Stephenie Meyer conquistou o gosto popular através de uma premissa aparentemente bastante simples: vinda do clima ensolarado da Califórnia, Isabella Swan chega às terras geladas da pequena cidade de Forks com um misto de insegurança e insatisfação, procurando refúgio na casa do pai, homem discreto e de poucas palavras. A relação pouco íntima com o pai e a estranheza e hostilidade do novo ambiente escolar somente acentuam a sua natureza já introvertida. Até que toda a composição do ideal proposta pelo imaginário feminino se personifica na figura de Edward Cullen, protagonista masculino da trama, que de tão perfeito moral e fisicamente, transforma-se, de imediato, no objeto da obsessão de Isabella. Edward representa o elemento sobrenatural e misterioso que procura circundar *Crepúsculo* de um clima próprio da literatura gótica, uma vez que ele, posteriormente, revela-se um *vampiro*, criatura já mitificada pela produção artística mundial. Em favor dessa paixão doentia, Isabella se aprofunda cada vez mais nesse obscuro universo de vampiros e lobisomens que sobreviveram ao tempo e habitam o século XXI.

Como já mencionado, a Literatura fast-food, aqui representada pela obra *Crepúsculo*, é fruto de uma demanda social, fruto de uma sociedade de indivíduos atormentados pelo fracasso, pelo complexo de inferioridade, uma sociedade de grandes

multidões, onde a expressão do individual é desencorajada. A fim de suprir as necessidades desse público, a Indústria Cultural encoraja o que Umberto Eco, em seu *Apocalípticos e Integrados* (2008), chamou de *O mito do Superman*, o herói provido de poderes sobre-humanos, voando, literalmente, acima da mediocridade, destacando-se do homem ordinário. O Superman, munido de seus dons ilimitados, personifica, segundo Eco, os anseios – alimentados, porém jamais satisfeitos – desse público.

É possível entrever em *Crepúsculo* a manifestação de tais características na construção do personagem Edward Cullen, o imortal, exuberante e rico protagonista da trama. Dotado de um instinto de proteção e de poderes sobrenaturais, segue o modelo proposto ao ser idealizado, ao sobressair-se ao adolescente comum. Umberto Eco (2008, p.247) define o Superman como "*belo, humilde, bom e serviçal: sua vida é dedicada contra as forças do mal...",* descrições facilmente associáveis a figura de Edward. Narrado em primeira pessoa por sua protagonista feminina, *Crepúsculo* não economiza nas hipérboles ao descrever os atributos incomuns do vampiro, o que acentua a contigüidade entre ele e Superman:

> Na luz do sol, Edward era chocante. [...] Ele se deitou completamente imóvel na relva, a camiseta aberta no peito incandescente e escultural, os braços nus cintilando. [...] Uma estátua perfeita, entalhada em alguma pedra desconhecida, lisa como mármore, cintilante como cristal. [...] A campina, tão espetacular para mim no início, empalidecia perto de sua *magnificência*. (MEYER, 2008, p. 207-208, grifo nosso).

A descrição exagerada, ocasionada pelo fascínio que o ser sobrenatural exerce sobre a personagem Isabella, demonstra com maior clareza a proximidade entre Edward e o *mito* abordado por Eco. Tal qual o Superman, Edward é bonito, humilde e procura defender o mundo – *seu mundo*, no caso, Isabella – contra as forças do mal – geralmente, representadas pelos seus próprios instintos assassinos.

No entanto, há entre esses dois personagens, o vampiro e o super-herói, um fundamental contraste no que diz respeito ao público-alvo. Enquanto o Superman procura atingir o público através da empatia com o próprio personagem central – o espectador comum que se reflete em Clark Kent, indivíduo trivial e desengonçado capaz de se transformar no *homem mais forte do mundo* – em *Crepúsculo*, o processo de empatia ocorre através da personagem feminina Isabella, uma vez que seu público se

constitui, majoritariamente, de meninas adolescentes. Nesse sentido, Edward representa a descoberta do primeiro amor ideal, anseio das adolescentes consumidores da *Saga*.

> De fato, Clark Kent personifica, de modo bastante típico, o leitor médio torturado e desprezado pelos seus semelhantes; através de um óbvio processo de identificação, um *accountant* qualquer de uma cidade americana qualquer, nutre secretamente a esperança de que um dia, das vestes de sua atual personalidade, possa florir um super-homem capaz de resgatar anos de mediocridade. (ECO, 2008, p. 248, grifo do autor).

O vampiro depois de Drácula

De um modo geral, a literatura classificada como *gótica*, pode ser identificada por sua estreita relação com o terror, com o medo e com o sobrenatural. É a narrativa da aflição e do mistério, que desafia a razão do leitor a partir de acontecimentos extraordinários. Sua temática é comumente ligada ao mal, à morte, à loucura e muita vezes também ao sexo – especialmente a perversão sexual. Dentre as mais consagradas obras do gênero, está a do escritor irlandês Bram Stoker, *Drácula* (1897), de longe, o mais conhecido e influente mito *vampiresco* da literatura ocidental. *Crepúsculo*, enquanto proposta do amor sobrenatural idealizado na figura do vampiro, resgata e atende, portanto, ao modelo narrativo aqui sugerido, reaproveitando um mito – não concebido por Stoker, mas, inegavelmente consagrado por ele – na construção de sua trama e, especialmente, de seu personagem masculino principal.

Nesses termos, torna-se possível estabelecer relação entre a figura do vampiro contemporâneo, aqui personificada nas personagens de Meyer, e o dito vampiro *clássico*, geralmente associado ao Drácula de Stoker. O papel do monstro trágico e assombroso, ligado a doença e a corrupção do caráter humano encarnado em Drácula, contrapõe-se evidentemente a idéia do herói valoroso, protetor e submisso representando por Edward Cullen. Dentre os inúmeros aspectos que os diferem, pode-se destacar a divergência na abordagem da temática erótica, como um dos mais relevantes elementos à análise da dinâmica da Indústria Cultural.

Tradicionalmente, o mito do vampiro esteve sempre associado ao prazer sexual, à figura do ser revestido de uma sensualidade marcante e a uma existência pontuada

pela realização de seus desejos sanguinários e carnais. Da literatura clássica de Lord Byron à contemporânea de Anne Rice, o vampiro é profano, sexualmente possessivo e sádico. Em *Drácula*, a conotação sexual fica por conta principalmente das insinuações pouco ortodoxas contidas nas cartas da personagem Lucy e através da sensualidade e depravação inerentes a imagem do próprio vampiro principal. Lucy, enquanto moça vitoriana rebelde ao recato, propícia à apreciação do sexo oposto, encontra em Drácula a realização de seus desejos obscuros. *Crepúsculo*, no entanto, rompe com essa tradição sexualmente ativa, ao destinar-se, como já dito, a um público mais jovem, entre crianças e adolescentes. A fim de melhor se adequar a receptividade do já mencionado público, o monstro depravado converte-se no *príncipe encantado* – sensual, porém cavalheiro, respeitador e respeitável.

A Indústria Cultural, nesse sentido, exalta o que Umberto Eco (2008, p. 12) chamou de *"adequação do gosto e da linguagem às capacidades receptivas da média"*. Priorizando o lucro, a Literatura fast-food se adapta, demolindo todas as resistências de seus consumidores. Para os apocalípticos, o vampiro valoroso e gentil bem aceito pelos adolescentes é a pura desconstrução do mito clássico, deturpação do erudito; os integrados, entretanto, julgam bem-vindo tudo que promova a chamada *politização da massa*.

Linha de produção

Constatada a existência da demanda, da receptividade do público-alvo, as engrenagens da Indústria, na figura das editoras, passam a se interessar pelo modelo da história de amor vinculada ao sobrenatural proposta por Stephenie Meyer. A partir de então, torna-se possível atentar para a repetição dessa estrutura num número cada vez maior de produtos literários. A série *House of night* (2008) de P.C e Cristina Cast ou *Os imortais* (2009) de Alyson Noël podem ser apontados como exemplos evidentes dessa redundância temática. A fim de melhor compreender essa linha de produção que se convencionou oferecer aos jovens, faz-se necessário analisar um dos mais recentes produtos no gênero: *Sussurro* (2010) da americana Becca Fitzpatrick.

Na obra de Fitzpatrick, ao invés de vampiros virtuosos, o elemento sobrenatural fica a cargo do anjo caído Patch, que previsivelmente, tal qual Edward, é a personificação de todos os desejos reprimidos da adolescente comum. Norah Grey, por sua vez, compondo o estereótipo da menina desprovida de destaque, torna-se, tal qual

Isabella Swan, objeto da empatia de seu público-alvo. A mais trivial das humanas e o mais singular dos sobre-humanos, naturalmente, se apaixonam e se debatem em favor desse amor proibido. A premissa simples e inegavelmente semelhante à de *Crepúsculo* tem cumprido seu papel na obtenção de lucros; a leva de leitores iniciados por Stephenie Meyer se encantou por mais essa história do amor idealizado que jamais sucumbe diante das dificuldades.

Tributo à cultura de massa ou depravação do erudito, diria o mais paranóico dos apocalípticos em resposta aos integrados que festejam a disseminação cada vez mais acentuada, entre os jovens, do romance romântico sobrenatural.

Literatura fast-food e produtos associados

Na condição de produto, a Literatura fast-food está geralmente ligada a uma série de outros elementos comerciais como quadrinhos, revistas, pôsteres e, sobretudo, adaptações cinematográficas. São geralmente livros concebidos no intuito de se transformarem filmes, o que, diriam os apocalípticos, descaracteriza a mídia livro em prol de sua adaptação. Enquanto isso, os integrados inerentes à Indústria, encorajam essa prática que, segundo eles, visa expandir ainda mais o acesso à informação.

Com seu primeiro volume adaptado para o cinema em 2008, a *Saga Crepúsculo* tornou-se imediatamente sucesso de público, lotando as salas de cinema ao redor do mundo e – em reação a isso – acentuando a circulação da já bem vendida obra original. A publicidade em torno do filme é, portanto, publicidade em torno do livro e dos demais produtos associados. *Crepúsculo* torna-se nesse sentido uma *marca*, um sistema de produtos relacionados, onde as demais *mercadorias* tendem a sobressair-se ao livro, o objeto original. Em seu aqui já mencionado ensaio *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, Walter Benjamin (1987, p. 180) descreve o interesse comercial dessa Indústria nos seguintes termos: "*A arte contemporânea será tanto mais eficaz quanto mais se orientar em função da reprodutibilidade e, portanto, quanto menos colocar em seu centro a obra original.*"

Assim, é possível concluir que a arte contemporânea em seu caráter comercial torna-se inegavelmente dependente da publicidade, da mesma forma que o produto industrial comum.

Um romance adolescente

Crepúsculo tem dividido opiniões, suscitando paixões e deboches.

Tendo como objetivo discutir a cerca da Indústria Cultural, literatura dita erudita, Literatura fast-food, cultura de massa e etc., é de extrema importância não tornar essa análise tendenciosa. A aqui já mencionada questão do público-alvo deve ser retomada, portanto, a fim de melhor esclarecer esse debate de dois pólos: apaixonados e debochados. Como já dito, *Crepúsculo* destina-se aos adolescentes – com apelo mais fortemente feminino.

A publicidade em torno desse produto e dos demais associados, no entanto, desejando vendê-los a toda a gama de consumidores potenciais, reveste a obra de Meyer de atrativos a todos os públicos. *Crepúsculo* é, nesse sentido, vendido como uma *obra-prima* provida de fascínio generalizado, quando na verdade, encontra-se intencionalmente abastecido de elementos próprios à juventude, procurando, especificamente, convencê-la.

Na adolescência, onde sentimentos até então desconhecidos começam a aflorar, *Crepúsculo* é aderido como uma proposta de novas possibilidades. Assim, o amor romântico idealizado traduz os desejos reprimidos de seus consumidores.

Apesar de ciente da especificidade desse público, a mídia proclama *Crepúsculo* num discurso enganoso, o maior responsável pela formação de consumidores insatisfeitos e debochados.

Visão apocalíptica *versus* integrada

Eis a questão: entender *Crepúsculo* como uma iniciação a cultura que se diz erudita ou um comodismo à própria Literatura fast-food?

Como já exaustivamente discutido, apocalípticos e integrados, perfeitamente opostos, responderiam de maneiras absolutamente distintas a esse questionamento. Sobre os primeiros, Umberto Eco (2008, p. 9, grifo do autor), ironicamente, menciona:

> No fundo, o apocalíptico *consola* o leitor porque lhe permite entrever, sob o derrocar da catástrofe, a existência de uma comunidade de "super-homens", capazes de se elevarem, nem que seja apenas através da recusa, acima da banalidade média.

Diante desses que se dizem tão superiores, os segundos, os integrados, se agarram como a uma tábua de salvação ao argumento de que *Crepúsculo*, apesar da ínfima densidade, apresenta-se como iniciação a obras mais complexas. A Literatura fast-food, nesse sentido, se encontraria na condição de degrau primário – de dificuldade reduzida – diante de futuras preferências mais, por assim dizer, *eruditas*.

Durante a narrativa do primeiro volume da *Saga*, a personagem principal, Isabella Swan, faz referência a três famosos clássicos britânicos: *O Morro dos Ventos Uivantes*, de Emily Brontë, e as duas principais obras de Jane Austen *Orgulho e Preconceito* e *Razão e Sensibilidade*.

Para os integrados, a adição dessas referências ao livro de consumo, é um claro incentivo por parte da autora em favor dessas obras de conteúdo mais denso. Em outras palavras *Crepúsculo* é entendido enquanto facilitador ou propulsor cultural.

Já os apocalípticos, eternamente insatisfeitos, alegam que esses jovens permanecerão inertes, presos ao fast-food, sempre aguardando a próxima sensação momentânea, e rebatem o argumento integrado ao observar que *Crepúsculo* enquanto iniciação às literaturas mais densas, não precisaria se seguir dos demais livros da série – *Lua Nova*, *Eclipse* e *Amanhecer* – que possuem o mesmo nível de profundidade e apelo comercial.

Considerações finais

Facilmente digeríveis e desprovidas de profundidade de conteúdo, as obras que representam a já descrita Literatura fast-food, alimentam um número cada vez mais significativo de consumidores que recebem satisfeitos e cômodos esses produtos tão industriais e *desauratizados*. Sob as críticas dos apocalípticos e o louvor dos integrados, essas obras de consumo – aqui encarnadas na *Saga Crepúsculo* de Stephenie Meyer – se reproduzem em favor do lucro e da glória da Indústria Cultural.

Observadas suas características, pode-se afirmar, por fim, que essa literatura de consumo tem encontrado na sociedade contemporânea, demanda e receptividade a sua consagração. Provida de elementos facilmente identificáveis ao processo de empatia e de uma publicidade marcante, a obra de Stephenie Meyer tem se disseminado e, assim, assumido uma constância de sua linha de produção, que segue desde as adaptações cinematográficas aos livros mais recentes que aderiram ao seu modelo do amor romântico idealizado no sobrenatural.

Referências

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

CARPEAUX, Otto Maria. **História da literatura ocidental**. Rio de Janeiro: O Cruzeiro, 1959.

DRACCON, Raphael. ***Vapires Rulez*, ou por que Pokémon pode explicar o sucesso de Crepúsculo**. Disponível em: <http://www.sedentario.org/colunas/cavernas-e-dragoes/vampires-rulez-ou-por-que-pokemon-pode-explicar-o-sucesso-de-crepusculo-20432>. Acesso em: 13 de Dezembro de 2010.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

FITZPATRICK, Becca. **Sussurro**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2009.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

MEYER, Stephenie. **Crepúsculo**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008.

STOKER, Bram. **Drácula**. São Paulo: Martin Claret, 2005.