

O esvaziamento do sujeito e o processo de modernização em um conto de Caio Fernando Abreu

Ana Paula Teixeira Porto *
Universidade Federal de Santa Maria

Resumo:

Este trabalho apresenta um estudo sobre o esvaziamento do sujeito e o processo de modernização no conto *A Margarida Enlatada*, de Caio Fernando Abreu. Este texto procura destacar traços característicos dos personagens, demonstrando um desequilíbrio de valores afetivos e materiais que comprovam um esvaziamento dos sujeitos engajados no processo de modernização. Também são ressaltados os objetivos e estratégias da indústria cultural que se refletem na caracterização e nas ações dos personagens, visando a enfatizar estes aspectos, acentuados com o processo de modernização no século XX, que acabam interferindo no processo de constituição dos sujeitos.

Ao ler contos de Caio Fernando Abreu, percebe-se que eles representam imagens cotidianas da sociedade. Ações, fatos e acontecimentos relatados denunciam, de forma direta e indireta, processos marcantes da vida social, que transformaram profundamente os hábitos de pessoas envolvidas nestes processos. Entre um desses processos que modelaram a vida de indivíduos, destaca-se a modernização, fenômeno marcante da sociedade do século XX.

Através da construção de personagens e enredo, Caio Fernando Abreu apresenta algumas imagens da modernização, observadas no conto *A Margarida Enlatada*, publicado em 1975, no livro *O Ovo Apunhalado*. Este conto ilustra, através do relato do narrador onisciente, algumas características marcantes da modernização e suas consequências para as relações sociais.

Em *A Margarida Enlatada*, a narrativa é construída com poucos personagens, que têm suas ações descritas através da fala do narrador. O conto não se detém na caracterização dos personagens, construindo a narrativa de modo que o leitor tenha que traçar uma conexão dos fatos apresentados para que consiga caracterizar os personagens do texto, que são anônimos.

A Margarida Enlatada relata a busca de sucesso financeiro de um homem. Este, durante seu trajeto para o trabalho, pára perto de um canteiro de margaridas, colhe uma e a leva no bolso. De repente, em meio às suas tarefas, o protagonista do conto tem a idéia de comercializar margaridas enlatadas. A partir deste momento, o personagem começa a se envolver inteiramente neste objetivo: chama os publicitários para fazer o slogan da campanha, manda preparar novas terras para o plantio de margaridas, ordena seus funcionários para comprar todos os pacotes de sementes do mercado, resolve importar sementes de variados tipos dessa flor, organiza a equipe especializada para desenvolver este trabalho, contrata novos funcionários, demite outros,

* Aluna do Curso de Letras da Universidade Federal de Santa Maria, bolsista FIPE-UFSM do Projeto Integrado Literatura e Autoritarismo, coordenado pelo Prof. Dr. Jaime Ginzburg.

compra gráficas para imprimir os cartazes, manda as fábricas acelerarem a produção de latas. Todas estas atividades são desenvolvidas durante um dia, porque o protagonista tem a preocupação de não perder tempo, chegando a não almoçar e ficar durante a noite trabalhando no projeto.

O personagem, após o lançamento da campanha, sorri com o sucesso de sua idéia, pois toda a população começa a comprar alucinadamente o seu produto, o que faz “rios de dinheiro” correrem “pelas folhas de pagamento” (Abreu, 1975:141).

Cabe destacar que, durante a campanha para propagar as margaridas enlatadas e o sucesso com as vendas do produto, o personagem central preocupa-se em aproveitar todo o tempo e em acelerar a produtividade para alcançar seus objetivos e, quando está no auge da fama, separa-se de sua mulher para relacionar-se com atrizes famosas.

O sucesso da campanha do produto é tão grande que torna o personagem central em “uma espécie de guru tropical” (Abreu, 1975:142), um famoso homem da mídia, que frequenta programas de TV para dar depoimentos sobre seu sucesso com as margaridas enlatadas. Só que este sucesso é temporário porque logo surge uma campanha publicitária de avencas e, então, as avencas passam a ser a mania dos consumidores, o que não impediu o protagonista de obter grandes lucros com o seu negócio. No final do conto, o protagonista, ao caminhar “a pé pelo aterro, as mãos para trás, rugas na testa” (Abreu, 1975:143), encontra sua ex-esposa, com quem dialoga sobre a nova mania do mercado, a avenca.

Em *A Margarida Enlatada*, como em grande parte dos contos de *O Ovo Apunhalado*, os personagens são construídos sem identidade própria. Eles não têm nome, idade e perfil definidos, dando a idéia de que a individualidade e a personalização dos seres humanos já não têm importância, uma vez que outros aspectos são ressaltados.

Rosenfeld (1969:97), fazendo reflexões sobre o romance moderno, destaca que na arte moderna “se exprime uma nova visão do homem e da realidade, ou melhor, a tentativa de redefinir a situação do homem e do indivíduo, tentativa que se revela no próprio esforço de assimilar, na estrutura da obra-de-arte (e não apenas na temática), a precariedade da posição do indivíduo no mundo moderno.” Neste sentido, o conto de Caio Fernando Abreu é uma representação do indivíduo da sociedade brasileira moderna a que Rosenfeld se refere. No conto, o protagonista é o exemplo da “precariedade” humana, pois nele se refletem, predominantemente, os traços básicos de uma cultura capitalista, preocupada somente com lucros, sucesso e bens materiais.

Além da despersonalização, destacam-se outros aspectos marcantes trazidos com a modernização. Entre eles, ressaltam-se: “o índice de suicídios na Suécia, o asfalto invadindo áreas verdes, a solidão, a dor, a poluição, a loucura e aquelas coisas sujas, perigosas e coloridas a que chamavam *jovens*” (Abreu, 1975:139). Através desse fragmento, que enumera vários fatos lidos pelo protagonista, observam-se conseqüências negativas deste processo, uma vez que esta enumeração de fatos aponta para problemas graves enfrentados pela sociedade e acentuados a partir da modernização.

A solidão remete também para um individualismo e uma carência de relações afetivas entre indivíduos, seja na família seja no trabalho. O personagem central do

conto mostra-se preocupado em não desperdiçar tempo, em ganhar dinheiro, em aumentar as vendas no comércio, comprovando um desprestígio de relacionamentos afetivos. Isso também se associa à idéia de que a modernização trouxe outros objetivos, na maioria relacionados a “valores” econômicos, resultando em pouca importância dada ao convívio social entre indivíduos.

Aliada à solidão, ressaltava-se outra situação negativa vivida pelas pessoas: a tensão. O protagonista do conto chega a esquecer de dar atenção à sua esposa, devido à sua preocupação com a venda de margaridas enlatadas. Este fato evidencia uma obsessão por possuir dinheiro e lucro, destacando as metas econômico-financeiras e desprestigiando relacionamentos afetivos: “Chamou imediatamente um dos publicitários para bolar um slogan e esqueceu de almoçar (...) e conseguiu organizar em poucos minutos toda uma equipe altamente especializada (...) o tempo todo tinha consciência da importância do jogo exausto afundou noite adentro sem atender aos telefonemas da mulher” (Abreu, 1975:139). A busca obsessiva por seu ideal leva o personagem a se privar dos relacionamentos familiares e a uma tensão surgida pela sua profunda concentração no trabalho.

O uso de advérbio “*imediatamente*”, no fragmento anterior, aliado à recorrência de “*não podia perder tempo*”, ilustram o cotidiano de um homem engajado no processo de modernização, pois este processo exige ações rápidas, busca de lucros, sucessos e vendas, não cedendo espaço para outras metas que não visem a lucro ou a crescimento econômico.

Diante desta constatação, o alívio e o descanso só fazem sentido quando se consegue planejar e executar estratégias eficazes para obter lucro ou ainda quando se tem certeza de que o tempo não foi desperdiçado: “tudo pronto voltou pelo meio do aterro as margaridas fantasmagóricas reluzindo em branco entre o verde do aterro a cabeça quase estourando de prazer e a sensação nítida clara definida de não ter perdido tempo. Dormiu.” (Abreu, 1975:140)

O protagonista, ao concluir as estratégias para campanha publicitária e para a venda de margaridas enlatadas, foi observar o resultado de seu trabalho. O slogan da campanha *Ponha uma margarida na sua fossa* não era compreendido pelas pessoas da cidade, pois “Ninguém entendia direito. Dívidas. Suposições: um filme *underground*, uma campanha antitóxicos, um livro pop. Ninguém entendia direito, mas ele e sua equipe sabiam.” (Abreu, 1975:140)

Apesar da incompreensão sobre a campanha divulgada pelos cartazes, a população aderiu à publicidade das margaridas enlatadas: “Procura desvairada de margaridas pelas praças. Não eram encontradas. Havia desaparecido misteriosamente dos parques, lojas de flores, jardins particulares. Todos queriam margaridas. (...) As prateleiras dos supermercados amanheceram repletas do novo produto. As pessoas faziam filas na caixa, nas portas. Compravam, compravam.” (p. 141)

O fato de as pessoas comprarem o produto mesmo sem saber do que se trata remete para uma adesão aos apelos da indústria cultural, “um tipo de cultura que integra e homogeneiza os seus consumidores” (Lisboa, 2000:1). Adorno (1994:93) destaca que a indústria cultural faz de seu consumidor “não um rei”, mas “seu objeto”, visando a “vender mercadorias culturais que, de qualquer forma, devem ser absorvi-

das.” Nesse processo, então, a indústria cultural lança produtos, moda, modelos de comportamento, que são incorporados pelo povo, ocasionando um assemelhamento e uma manipulação de indivíduos, seja quanto aos valores, seja quanto às atitudes, uma vez que as idéias da indústria cultural “são aceitas sem objeção, sem análise, renunciando à dialética mesmo quando elas não pertencem substancialmente a nenhum daqueles que estão sob a sua influência.” (Adorno, 1994:97)

Conforme Lisboa (2000:1), “esse processo de homogeneização do comportamento faz com que os indivíduos, aos poucos, percam sua identidade, passando a se identificar com aquilo que é global”. Este aspecto ressaltado por Lisboa está representado em *A Margarida Enlatada*, uma vez que, logo após o lançamento de “margaridas enlatadas”, todas as pessoas vão à busca deste produto, comprando tanto que chegam a esvaziar os postos de venda. Dessa forma, percebe-se uma alienação, um desejo coletivo pelo mesmo produto, ou seja, todas as pessoas são induzidas a ter os mesmos gostos e comportamentos, tornando-se seres semelhantes, sem opiniões próprias, o que comprova a influência dessa cultura que acaba determinando padrões de comportamento e incentivando modismos.

O fato de as margaridas enlatadas perderem espaço para outro produto lançado no mercado, a avenca, e as pessoas correrem novamente para comprar avencas ilustra que a massa, a quem se dirige a indústria cultural, realmente adere aos modismos e aos padrões de comportamento estabelecidos por esta indústria. No conto, este aspecto se comprova através do seguinte fragmento:

“Até que um dia, abrindo uma revista, viu o anúncio:

*Margarida já era, amizade.
Saca esta transa:
O barato é avenca.*

Não demorou muito para que tudo desmoronasse. A margarida foi desmoralizada. Tripudiada. Desprestigiada. (...) O quente era a avenca.”
(Abreu, 1975:142)

Através deste trecho, pode-se inferir que os consumidores não chegam a refletir sobre o que vêem nos anúncios. As pessoas vão às lojas e compram os produtos, apesar de não saberem qual é a sua utilidade e qual é a relevância ou a necessidade de levar determinado produto para casa. Estes consumidores ainda se mostram ingênuos, pois não têm consciência que são alvos da indústria cultural, que está preocupada somente com a comercialização, a expansão da indústria e o crescimento dos lucros, sem importar-se até mesmo com a qualidade e utilidade dos produtos que anuncia. É nesse sentido que Adorno (1994:93) comenta sobre as estratégias da indústria cultural:

“As mercadorias culturais da indústria se orientam, como disseram Brecht e Suhrkam há já trinta anos, segundo o princípio de sua comercialização

e não segundo seu próprio conteúdo e configuração adequada. Toda a prática da indústria cultural transfere, sem mais, a motivação do lucro às criações espirituais.”

Juntamente com a modernização, cresce o capitalismo, tendência político-econômica que privilegia a obtenção de lucros e dinheiro e que se estende à conduta, às ações e aos objetivos dos homens. A preocupação mais forte torna-se, então, em arrecadar lucros, principal finalidade das atitudes dos indivíduos. O protagonista de *A Margarida Enlatada* é um típico exemplo de indivíduo engajado nesta tendência, pois almeja e busca o tempo todo conseguir lucro e sucesso com seu plano. Ao concretizar este sonho, o personagem sente-se contente, pois sua conta bancária está “recheada” de dinheiro: “Rios de dinheiro corriam pelas folhas de pagamento. Ele sorria.” (Abreu, 1975:141). Por este fragmento percebe-se que o prazer e os momentos de felicidade realizam-se na medida em que se tem sucesso nos negócios, lucros, crescimento econômico.

São estes princípios que caracterizam a modernização, processo que conduz as pessoas à busca de dinheiro, sucesso, produção, urbanização. Para Habermas (s/d:14) o conceito de modernização refere-se a:

“um feixe de processos cumulativos que se reforçam mutuamente: à formação de capital e mobilização de recursos, ao desenvolvimento das forças produtivas e ao aumento da produtividade do trabalho, ao estabelecimento de poderes políticos centralizados e à formação de identidades nacionais, à expansão de direitos de participação política, de formas urbanas de vida e de formação escolar formal, refere-se à secularização de valores e normas, etc”.

Nesta perspectiva, a modernização também traz a necessidade de expansão da indústria, das vendas, da produtividade. Além do lucro, é necessário aumentar as relações comerciais para a produtividade crescer e a economia se desenvolver, metas acentuadas com o desenvolvimento do processo de modernização. Um comentário do narrador do conto apresenta um dos traços marcantes da modernização destacados por Habermas: “Em seguida começaram as negociações para a exportação: a indústria expandiu-se de maneira incrível”.(Abreu, 1975:142)

O fato de o personagem central separar-se de sua esposa “para ter casos com atrizes em evidência” (Abreu, 1975:142) denota a desvalorização de relações afetivas e da família, o que comprova uma desestruturação da instituição familiar, prestigiada tradicionalmente. Pode-se dizer que a modernização trouxe uma excessiva procura por sucesso e desenvolvimento econômico, acarretando em desprestígio de sentimentos afetivos e de relações familiares.

Além disso, torna-se evidente que um futuro feliz está garantido pela aquisição de bens materiais e pela estabilidade financeira, não pela estruturação familiar e afetiva. Mais uma vez, ressalta-se que objetivos e bens materiais são valorizados em detrimento de outras metas, principalmente as que se referem aos sentimentos amorosos e à constituição familiar. *A Margarida Enlatada* aborda este aspecto através do

relato do narrador, ao se referir ao futuro do protagonista após o sucesso e o declínio das margaridas enlatadas : “Ele já havia assegurado o seu futuro, comprara sítios, apartamentos, fazendas, tinha depósitos bancários na Suíça.” (Abreu, 1975:142)

O fato de o protagonista não reparar as margaridas durante o trajeto para a indústria e somente percebê-las quando teve a idéia de comercializá-las, somado ao fato de as margaridas não o comoverem “porque não o comoviam levezas” (Abreu, 1975:138), demonstra a indiferença do personagem perante objetos delicados que, de alguma forma, simbolizam os sentimentos. Metaforicamente, a falta de atenção do personagem às margaridas é um indício de sua frieza diante das relações afetivas.

Pode-se dizer que Caio Fernando Abreu, através dos atos do personagem principal, destacando fatos negativos vindos com a modernização, como destruição da natureza e a poluição, não era muito favorável ao processo. No conto, não há nenhuma marca que comprove aspectos positivos trazidos com a modernização. A imagem que se constrói do protagonista, através de suas ações descritas pelo narrador, aponta para a existência de um sujeito totalmente engajado nos valores que sustentam o processo de modernização, influenciado pelos interesses do capitalismo. Disso observa-se que Caio Fernando Abreu, através do protagonista do conto, construiu um arquétipo do homem da sociedade moderna, um ser profundamente preocupado com formação de capital, lucros, e desprovido de qualquer sentimento afetivo. Essa relação desproporcional entre valores econômicos e afetivos acaba caracterizando, de acordo com o conto, o ser humano do século XX: solitário e ganancioso.

Através do conto, percebe-se também que a modernização trouxe o anseio de não se desperdiçar tempo, fato explorado no conto. E para enfatizar esse aspecto da sociedade moderna, pode-se afirmar que o autor construiu um parágrafo com esta mesma perspectiva. O terceiro parágrafo, que descreve a ação do protagonista desde a chamada dos publicitários para arquitetar o slogan da campanha até estar tudo pronto para a venda do produto, é construído praticamente sem pontuação. O ponto final aparece somente na última frase quando o personagem central dorme, depois que todo seu plano estava construído. Pode-se inferir que a utilização deste recurso formal foi usada ironicamente pelo autor para representar, através da narração contínua, sufocante, sem pausa, a vida do homem durante a modernização. É como se o trabalho fosse tão intenso que não houvesse tempo nem para falar com calma e pausas adequadas.

Em seu estudo sobre a origem do drama barroco alemão, Walter Benjamin afirma que uma obra literária deve articular sua forma ao tema que aborda, não havendo disparidade entre forma e conteúdo. Se observar *A Margarida Enlatada*, segundo essa perspectiva de Benjamin, pode-se constatar que Caio Fernando Abreu construiu um texto coerente entre sua estrutura formal e o tema explorado. A utilização de orações coordenadas, períodos simples e ausência de pontuação em um parágrafo central remetem para uma abordagem da modernização de acordo com os traços deste processo. Este se caracteriza por ações rápidas, procura por sucesso e crescimento econômico, aproveitamento do tempo, aspectos que estão representados através do tema e da estrutura formal do conto, de maneira que o leitor tenha que reconhecer essa estratégia do autor para interpretar o texto.

Por fim, cabe ressaltar que, assim como a modernização traz em sua estrutura a predominância de interesses econômico-financeiros em detrimento de valores afetivos, os sujeitos envolvidos neste processo também trazem em sua constituição um esvaziamento de sentimentos afetivos em contraste com a supervalorização da formação de capital e do aumento da produtividade do trabalho. Os indivíduos envolvidos neste contexto apresentam um reflexo das características do processo de modernização, demonstrando a influência dessa cultura, que é essencialmente capitalista, na formação de indivíduos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Caio Fernando (1975). A Margarida Enlatada. *O ovo apunhalado*. Porto Alegre, Globo e Instituto Estadual do Livro, pp. 138-143.
- ADORNO, Theodor (1994). A indústria cultural. In: Gabriel Cohn (org.). *Theodor Adorno. Sociologia*. São Paulo, Ática, pp. 62-99.
- BENJAMIN, Walter (1989). *Origem do drama barroco alemão*. São Paulo, Brasiliense.
- HAERMAS, Jürgen (s/d). A consciência de época da modernidade e a sua necessidade de autocertificação. *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa, Publicações Dom Quixote, pp. 13-32.
- LISBOA, Simone Marília. A Indústria da Cultura. In: <http://www.zaz.com.br/pensarte/opiniao/industrialcultural.html>
- ROSENFELD, Anatol (1969). Reflexões sobre o romance moderno. *Texto/Contexto*. São Paulo, Editora Perspectiva, pp. 75-97.

