

ACOMPANHAR COM INTELLECTUAIS

por

Joel Costa*

Resumo: Uma ideologia de cultura é, hoje, uma estratégia de distribuição. Quem distribui determina o que o criador tem a criar. O circuito de distribuição do produto cultural passou a condicionar a criação exclusivamente ao mercado.

Palavras-chave: Distribuição; competição; mercado.

Abstract: An ideology of culture is, today, a strategy of distribution. Who distributes determines what a creator has to create. The cultural creation is, nowadays, exclusively and tragically conditioned by the market.

Key-words: Distribution; competition; market.

Todos conhecemos a história: eram três amigos; um deles sabia ler, outro sabia escrever, e o terceiro gostava de acompanhar com intelectuais.

Esta pode ser, de algum modo, a metáfora cultural para o terceiro milénio – mas que já vem do segundo –, e tanto faz que se interprete como de um tempo em que os intelectuais gozavam de prestígio social e institucional alevantado, como, ao invés, queira dizer que o prestígio do intelectual vagueia por ruas tão amarguradas que, ao conviver com alguém de escolaridade pouco mais do que obrigatória já se pode ter a rotunda sensação de privar com um intelectual.

Ninguém me tira da cabeça que uma civilização do visível, consolidada no casamento com a tecnologia nascente, subalternizando a civilização da palavra ou do pensamento, já preparava os terrenos onde iria explodir, inevitavelmente, a cultura *light*. E nem o tema da crise económica deixou de comparecer na consciência cultural, num sublinhado a negro que arranca entre os anos 70 e 90 do século XX, estabilizando-se nas euforias do consumo, onerando-se com os primeiros vagidos da

* Autor de programas de rádio.

mundialização e o crescente e necessário enfraquecimento do Estado Providência.

As mitologias culturais mais puras deixam-se infectar pelo pensamento económico. No começo do passado decénio de 70, a crise económica e social bate às portas do pensar humanístico, irrompe, instala-se, põe e dispõe. Assenhoreia-se. Aprofunda-se. Apropria-se. Domina. E sempre na medida em que o crescimento económico abranda, empana, e sempre na medida em que a inflação resulta em pesadelo.

A cultura é a primeira das crises de toda a crise, ou não fosse todo o tipo de crise o alimento por excelência de toda a cultura, e pela razão evidentiíssima de que toda a crise é cultural. E de que toda a cultura é crítica.

Emprego/desemprego. Prosperidade/desigualdades. Policiamento/delinquência. Sossego burguês/insegurança urbana. A opinião pública tem para se entreter mais o espectáculo da vida difícil da rua e do telejornal do que o da ínclita cultura literária – a menos que o espectáculo das ruas e as manifestações *kitsch* da crise do crescimento económico passem por ser doravante a mais alta manifestação de cultura que se possa arranjar.

Tudo isto um pouco, também, porque o intelectual de esquerda perdeu preponderância. Encarou o real. Sentiu-se presa da alienação circundante. Foi renegando algumas das suas companhias antigas. Foi-se chegando a outras. E tanto se lhes chegou, e tanto se foi disfarçando para a sobrevivência, que desapareceu. Nunca mais lhe puseram a vista em cima.

A simpática figura do intelectual de esquerda, pálido, sofrido, reivindicativo, irado ou choramingão, mal empregado na vida, mal barbeado e escanzelado passa-se para as serventias do capital. Passa a fazer aquilo que, no seu ver, só os burgueses faziam: jantar – e janta bem. Adeus angústia existencial. Adeus esperança imorredoura na transformação do Homem, antes tão bem consciencializada pelo realismo socialista. Quem queira ainda, teimosamente, acompanhar com intelectuais terá de eleger os sucedâneos. O intelectual tornou-se economista. Deixou-se de inquietações metafísicas. Percebeu que o Homem não tem emenda, continua a ser o *Homo Economicus* que sempre tinha sido.

Quanta informação económico-financeira? Quantos debates, entrevistas, mesas redondas televisivas sobre economia, *déficits*, finanças públicas, taxas de juro?

E quantos e quantas sobre cultura?

Não há debate que valha a pena sobre cultura. A quem interessam as emoções estéticas e os doces calafrios poéticos com o barril de petróleo a passar dos 50 dólares e com previsão de chegar em breve aos 100?

A vida contemporânea inventou o *zapping*. Do amor e do sexo à literatura. Do cinema à saúde. Do futebol à política. Da televisão à justiça. *Zapping*. O que hoje

é verdade, amanhã é mentira. E vice versa. Tanto faz. *Zapping*. A atenção média das massas televisivas dura sete segundos.

Já ninguém em seu juízo produz cultura para a intemporalidade. Se o fizer será marginalizado pelos agentes da indústria. No nosso actual imaginário, os valores da grande poesia, da cavalaria, da épica, da tragédia, grega ou isabelina, serão ainda, por algum tempo, referenciais, é certo, referenciais do ideal. E disse. Nada mais. Essas instâncias duráveis do Ser e da memória, chamem-se *Rei Lear*, *Hamlet*, *Odisseia*, *Divina Comédia*, *Lusíadas* ou *Paraíso Perdido*, são produtos. Produtos que, da condição de bens espirituais, a cada passada do tempo e da História, no *barulho e na fúria* dos dias inquinados da poluição urbana, se converteram em bens materiais.

As grandes obras da poética contemporânea serão talvez os filmes. Os *Cem Anos de Solidão* no romance? É capaz disso. Mas pouco, muito pouco mais. E mesmo os grandes filmes: a oportunidade, o orçamento e o génio de fazer *citizens kanes*, *tempos modernos*, *quimeras do ouro*, *sunset boulevares*, *dolce vitas*, *sensos*, *leopardos* ou *potemkins* também já devem ter passado à História. Há computadores. Há engenheiros. Há gestores de produção. Há génios do *marketing*. Para que precisamos de artistas criadores?

Novelas para a televisão. Usar e deitar fora. A nossa idade de ouro da cultura é a novela televisiva, ou o *talk show* de convidados que são sempre os mesmos e dizem sempre e trivialmente o mesmo. E *zapping* – o *zapping* é a causa e o efeito do *light*...

Outra coisa... – quer dizer, a mesma...

Há orquestras sinfónicas e filarmónicas americanas a fechar portas. Orquestra de São José da Califórnia, Orquestra Sinfónica de Tulsa, Orquestra Sinfónica de Colorado Springs, a Filarmónica da Flórida, a Orquestra de San António do Texas. A de Houston. Porquê? Os gestores americanos concluem com pilhas de lógica que se não aparecem *sponsors* e mecenas para as orquestras é porque elas não fazem falta nenhuma na cidade e a alternativa é desaparecerem. Simples e claro como água.

O civilizadíssimo caso de Berlim é outro bom exemplo.

Não há dinheiro que chegue para sustentar oito orquestras e três ou quatro teatros de ópera. E sem falar do teatro declamado, do bailado e das três universidades que fornecem formação artístico-musical a altíssimo nível profissional.

A cultura, em Berlim, deixou de ser prioridade das prioridades, como sempre fora desde Frederico, o Grande; como sempre foi mesmo nos modernos tempos, até à reunificação.

Antes da reunificação, com a Alemanha dividida, uma das razões da prioridade máxima aos assuntos culturais na metade da cidade que pertencia ao mundo capitalista,

era a necessidade política de ser uma espécie de montra para o Leste de tudo o que de melhor acontecia no Ocidente, da arquitectura à música. O que implicava impressionantes injeções de fundos da municipalidade e do próprio governo federal.

Reunificada Berlim, a cidade, que eram duas, voltou a ser uma e as instituições dimensionadas para duas têm que funcionar apenas numa. Excesso de cultura – o mais lamentável dos desperdícios do tempo de hoje...

E tudo aconteceu de um dia para o outro, e pela comezinha razão de terem deitado abaixo um muro.

Bom, disseram eles, é preciso mudar. Mudar para as regras do mercado, uma profunda e enjoativa realidade que fora eternamente escamoteada pela responsabilidade financeira assumida pelo Senado e pelo Estado federal numa cidade e numa actividade secularmente viciadas no princípio da subvenção.

Os responsáveis, gestores e maestros, de chapéu na mão, começaram a correr os escritórios das grandes empresas privadas e multinacionais, oferecendo os serviços das suas orquestras e pedinchando uns cobres. Já não será tão necessário produzir música do melhor nível. As orquestras berlinenses não vivem já tanto do génio musical dos seus maestros e da perícia dos seus instrumentistas – que, digo de caminho, já estão dispostos a tocar quase de borla. Os homens mais importantes das orquestras de Berlim são agora os técnicos de *marketing* e publicidade. Os maiores e mais geniais maestros passaram a ser os que têm da música uma visão actualizada, isto é, empresarial.

Eles criam, logo, eu existo, pensavam para os seus botões os mandantes culturais do velho e soberano e providencial e paternal Estado de outros tempos, enquanto os subvencionados murmuravam: *eles pagam, logo, eu sou um criador*.

Palavras do novo intendente da Filarmónica de Berlim: *eu já não vou ao concerto como um espectador normal de música: eu vou ao concerto como um prospector de mercados, um conselheiro comercial. E quero saber quem é o meu público e como reage. Podem crer que é um outro tipo de descoberta*.

E palavras de Andreas Moritz, director da Sinfónica de Berlim: *Se nas próximas semanas não encontrarmos um major partner segundo o modelo norte-americano, a Orquestra Sinfónica de Berlim desaparecerá para sempre*. E disse mais, nem se importava de inserir o logotipo de uma empresa qualquer no *site* da Sinfónica de Berlim. Estará disposto a ir ainda mais longe: os músicos da Sinfónica poderiam mesmo subir ao palco com casacas de várias cores, segundo o gosto ou as cores da empresa que os patrocinasse.

De cedência em cedência até ao *light* mais imbecil.

Mas aqui temos a incontornável questão do Estado...

Doravante, o destino da instituição Estado é ser um Estado mínimo.

É de tremer quando ouvimos falar em modernização do país, do Estado. Essa fórmula significa primeiro que nada, e necessariamente, um estrangulamento cultural.

Os estados perderam toda a força de se oporem aos mercados. Perderam a vontade de o fazer, antes de mais. E também deram de mão aos meios para tal. Limitaram-se a consagrar as directivas de política económica que lhes são ditadas pelos organismos económicos à escala mundial. Os políticos favoreceram nas últimas décadas a liberdade de circulação de capitais, a voga das privatizações e a transferência de centros de decisão – mesmo no tocante à saúde pública, à educação, ao ambiente e à cultura – da esfera governamental e do interesse do público em geral para as mãos do capital privado e internacionalizado. São os dirigentes das empresas privadas e de raio de acção mundial que comandam a economia das democracias através da imposição das medidas políticas convenientes. E se lhes comandam a economia, deixemo-nos de romantismos, é porque lhes determinam igualmente a cultura.

Talvez seja pela razão de o Estado estar a mudar de natureza que os governos e as oposições apresentam crescentemente ao nosso voto políticos de uma extracção intelectual pouco menos que básica, tão comezinha que nem dá vontade nenhuma de acompanhar com eles – mesmo que nunca lhes falte companhia. É por estarem assim as coisas ao nível do Estado que os debates eleitorais e parlamentares têm o rasteiro nível cultural que hoje têm.

Acompanhar com intelectuais, digo eu. Mas será que hoje há intelectuais com quem valha a pena acompanhar?

Um escritor é hoje mais um vendedor de livros do que um artista criador.

E lembro-me do Sartre. Vem a Lisboa logo a seguir ao 25 de Abril a ver se pode ou não abençoar o que lhe diziam ser a revolução dos cravos. Não sei se pôde. Mas os intelectuais deste tempo, bem ao contrário dos do passado, já nem têm uma qualquer revolução para apadrinhar. Os intelectuais deste nosso tempo procuram um emprego. Até pode ser um tachito provisório de secretários de Estado, ou, vá lá, de director geral de qualquer coisa – que escusa mesmo de ser cultural.

Os intelectuais já não arriscam a margem.

Por falar em livros e em escritores... não posso deixar de trazer à colação uma experiência pessoal. Em certa altura da minha vida desempenhei funções de assessor no gabinete político de um Secretário de Estado da Cultura. Tinha por então sido posta em voga uma campanha de dinamização do livro e do incentivo à leitura. Assisti por acaso – e sem que tivesse algo a ver com o assunto – a algumas reuniões dos srs. professores e professoras, admito que de Português, admito que de Literatura,

que lideravam a iniciativa, e, nessas condições, ouvi gravíssimas conversas, percebi a sombra dos sobrolhos cultos, apreciei o fosco dos semblantes, o perfume das pesporrências, a solenidade telúrica das expressões, a chateza homérica dos silêncios profundos e sentidos, e confesso que tudo isso só por uma unha negra não me fez desistir de ler mais algum livro em dias de vida, não me fez reconsiderar o prazer das mil aventuras que até esses dias eu tinha vivido com os livros.

Dava-me a ideia de que não, de que eu não tinha verdadeiramente lido nada em toda a vida, que não tinha tido o prazer de Dostoievski, de Stendhal, do Eça, do Camilo, do Durrell, do Pessoa, do Faulkner. Todas as gratíssimas sensações até então por mim experimentadas ao ler pareceram-me naquele momento tão alto de cavilação professoral qualquer coisa de pecaminoso. Ou não devíamos ter lido os mesmos livros. Teriam eles lido e amado, ao contrário de mim, a verdadeira literatura, e a verdadeira e legítima literatura deles tê-los-ia chateado de tal jeito que lhes tinha deixado na alma uma amargura chorosa irremediável e tinha feito deles professores daquilo que na verdade abominavam? E eu? Eu não devia ter lido outra coisa em Oscar Wilde, José Rodrigues Miguéis, Vargas Llosa, Jorge Luis Borges, Shakespeare, Agatha Christie, Tolstoi ou Hemingway senão literatura de cordel, literatura *light*. E foi depois do que ouvi nessas reuniões professorais que, por uma ou duas semanas, comecei a achar o livro um objecto realmente obsoleto, tristemente indefeso, que se compra e se pode deitar fora depois de lidas duas ou três páginas.

Releio o Prof. Jean Baudrillard: *o homem-consumidor considera-se obrigado a gozar, é uma empresa de prazer e satisfação, determinado a ser feliz; amoroso, adulator/adulado, sedutor/seduzido, participante, eufórico e dinâmico.*

Claro: a fruição é um dever de cidadania. Quem não frui passivamente ou é parvo ou tem ideias incorrectas. O homem contemporâneo não pode reflectir. Porque não pode esperar. Porque não pode esquecer. E porque não pode recordar. Alguém, com implacável insistência, o lembrará de que tem o direito – o dever! – da superficialidade: gozar, ser feliz. De resto, esse lembrete constante é uma das obrigações da televisão. E da mesma forma no plano da competitividade e da ambição: todo o homem que se contente com o que tem é um associial. É preciso cuidado com ele.

Berthold Brecht insurgia-se contra o teatro burguês, digestivo. Contrapunha-lhe o teatro didáctico, distanciado e comprometido, interventivo sobre a realidade social, empenhado, denunciante de injustiças, solidário com os oprimidos. Foi moda por algum tempo. Hoje, fora do círculo estreito dos especialistas, quem o prefere a um vistoso *musical* da Broadway?

O *musical* da Broadway é melhor do que um Brecht solidário com os oprimidos? Depende. Mas também é verdade que já não há oprimidos: um simples empréstimo

bancário resolve depressa essa questão, opressiva mas menor. Todavia, do ponto de vista *light* da cultura, evidentemente que sim: o *musical* da Broadway é incomparavelmente melhor do que o melhor Brecht. Dá muito mais dinheiro a ganhar; não pede dinheiros ao Estado.

Seja como for, o mal não está no *musical* da Broadway nem no Brecht. A questão principal está no consumidor. O problema está no público. Mas se é sempre o público pagante o destinatário e a última instância de justiça cultural de uma obra de arte, para evitarmos o *light* na cultura haverá que mudar de público, mudar um público que é tão descartável como a própria cultura que o educou...

Se a competitividade já foi um meio para obter um desiderato, hoje em dia, cuidado, ela já é um fim em si mesma. Ela e o conceito cultural que exprime. É objectivo de padrões. É finalidade de Estado. É obrigação imprescritível do indivíduo. É itinerário obrigatório da criação cultural.

Governo que queira conquistar ou manter o fogo sagrado da confiança dos investidores estrangeiros deve esquecer – e depressa – as políticas sociais e/ou culturais. É que governo não o quer nos nossos dias?

Políticas sociais? Políticas culturais? São coisas que saem caro. Saem caro e não resultam a breve prazo numa sociedade que se orienta para os resultados, onde só os resultados interessam. Quais são os resultados da cultura? Um resultado é algo de palpável, visível, com consequências imediatas, não? Olhem para o futebol, é um bom exemplo: bem ou mal que o joguem, pouco importa, há sempre um resultado, há um que ganha e outro que perde. É disto que o público gosta. É este o melhor pratinho que se pode dar ao mercado.

Porém, a ordem competitiva, imediatamente produtiva e rentável, liberal, da vida, é-nos apresentada como uma ordem natural das coisas. Não é de hoje. Adam Smith. Quem conhece? Quem leu?

Adam Smith foi, no sec. XVIII, o grande teórico da realidade que, nós, os cultos, estamos neste momento – e alguns muito dolorosamente – a viver e a sofrer. Adam Smith postulou então a eternidade irrecusável do capitalismo, porque na natureza humana persistiria sempre a propensão para trocar umas coisas por outras, comprar, vender. Adam Smith disse que não era do bom coração do padeiro, do homem do talho ou do carvoeiro que nós esperavamos o nosso jantar. Era mais do empenho que o carneiro, o padeiro e o carvoeiro punham na defesa dos seus próprios interesses. Não é à humanidade desses que recorremos para almoçar ou jantar, mas ao seu amor-próprio. O que estaria então em causa não seriam as nossas mais absolutas necessidades, mas sim o lucro deles.

O Homem seria, pois, na concepção de Adam Smith, um animal económico, permanentemente metido a cálculos quanto ao seu lucro. Quanto aos seus resultados, já se vê...

Haverá uma cultura de Estado liberal, como a houve do Estado fascista, ou socialista?

Talvez. Ou antes: eu acho que sim. É mesmo disso que estamos neste encontro a falar. A cultura do Estado liberal é a cultura *light*. Ponto final.

Cultura de Estado liberal? Como é possível eu deitar cá para fora uma enormidade dessas? Cultura de Estado em regime de neo-liberalismo é a cultura que há... não havendo, a cultura que há, parecendo que não. Obviamente. Não há uma política para ela.

Pode haver cultura sem uma política que lhe seja própria?

Pode. A cultura liberal.

E se não há no âmbito liberal de um governo uma política de cultura é no sentido do dirigismo, da imposição estética que marcou os culturais intervencionismos de Estado em fascismo, nazismo ou comunismo. A cultura de Estado liberal é a cultura da inércia cultural desse mesmo Estado. Uma não-política. Uma não-cultura. Todavia cultural.

E olhemos uma vez mais para o nosso umbigo e observemos o estado da nossa realidade cultural a que os homens políticos continuam a não deitar mãos verdadeiras e enérgicas.

Percebemos sem grande esforço, se bem atentarmos, que os assuntos culturais que os ministérios da especialidade gerem, não passam de fogachos de ocasião, ou de terreiro exibicional de vultos indefectíveis, clientes dos diversos partidos, e que por terem sido sucessivamente clientes de um e de outro dos partidos mais encontradiços no poder, acabaram por nem ter mesmo da cultura uma espessura convicta, ideológica ou moral. A cultura portuguesa pode ser um pântano de conluios ínvios, uma arena de gladiadores por pequenos interesses ou uma santa casa dadivosa de esmoladas de sobrevivência sem contrapartidas.

Os nossos artistas? Oh! São óptimos! São inefáveis. Não põem problemas. Não acontece nada – ou pouco de importante acontece, e nem obras-primas de curto fôlego se arranjam assim de pé para a mão. Mas tudo está bem. Ninguém se bate por nada, por um projecto, uma pequena ideia. O que é preciso é uma linguagem hermética, académica, técnica, esotérica, intimidante... e uma boa protecção do alto. Um subsídio. Uma candeia acesa no ministério. É o que é preciso. Para fazer o quê, de bom e de bonito? Logo se vê. Para já, do que precisamos é de aguentar o tacinho, o subsídiuzinho.

A nossa política de cultura é espaço pequeno de *jongleries* jurídico-administrativas e de uma espécie de *baccarat* de modelos gestionários. Onde é que o Estado demo-liberal pode intervir menos nas questiúnculas desses chatos da cultura que não nos largam a labita? Será como empresa pública, como fundação, como sociedade anónima, como instituto público? Modelos à compita a ver qual o que consegue gastar menos dinheiro com os assuntos culturais.

A cultura continua a não ser para a mentalidade governante em Portugal uma área estratégica. Os nossos governos fingem não ter percebido – ou isso não passa pela cabeça dos interesses que eles representam – que as causas do atraso português – que tende de dia para dia a aprofundar-se – são muito, muitíssimo (se calhar totalmente) de ordem cultural.

Mas também, um povo culto, civilizado, com bons níveis educacionais e culturais formaria uma muito respeitável opinião pública. Opinião pública que não se comoveria com o discurso de mediocridade dos nossos donos e senhores – ou mesmo de alguns intelectuais que sabem ou só ler ou só escrever e com quem nos vemos obrigados a acompanhar.

Para que o discurso do optimismo passe bem, e dê dividendos eleitorais, claro, é melhor que sejamos todos tolos e que por sermos tolos e ignorantes não façamos uma opinião pública capaz. E talvez por aí se compreenda porque é tão risível o investimento na cultura dos nossos governos. É que a cultura e as ideias desmascaram mais depressa as elites da mediocridade auto-satisfeitíssima e tiram toda a vontade de acompanhar com esses intelectuais.

Cultura? Educação? Pff... basta dizer que só 6% da nossa população escolar chega à universidade, que só 12% chega ao secundário e que ainda temos um milhão de analfabetos, 9% da população – a maior percentagem da União Europeia. Sim, senhoras e senhores, uma área em que somos competitivos, o analfabetismo... ora essa!

O Estado não tem que ter ideologia. Logo, o Estado não tem que ser (não deve ser) uma instância estética de arbitragem. Esse papel pertence ao mercado. Em neo-liberalismo será a bilheteira a declarar a validade ou não de cada proposta cultural. O Estado lava daí as mãos. E se tiver que, supletivamente, subsidiar alguma coisa, seguirá o caminho mais fácil, o caminho da quantidade mostrado pelos indicadores mais óbvios, os resultados: quem vendeu mais?, quem teve mais lucros de bilheteira?, quem conseguiu chamar mais espectadores, quanto vendeu a edição desse intelectual? Foi este e foi aquele. Vendeu tanto. Deu-nos tanto a ganhar – ou foi o que nos fez perder menos. Pois bem, esse é um bom intelectual e será a esse e àquele e ao outro que o Estado acorrerá, subsidiará, seguindo, como não pode deixar de o fazer, a lógica capitalista do dinheiro que puxa dinheiro, dos ricos que, muito naturalmente, vão ficando cada vez mais ricos, enquanto, concomitante e muitíssimo naturalmente também, os pobres podem ir ficando cada vez mais pobres. E além de tudo o mais porque o que atraíu multidões, o que mais vendeu, apresenta melhores perspectivas eleitorais para o partido que, de momento, sendo governo, tutela a cultura, assume uma política de cultura, ainda que julgue não o fazer, ou ainda que não o queira fazer.

Uma política de cultura em regime de livre mercado é um contrasenso.

Na pureza mais branca dos princípios não se vê como um governo liberal, que não é entidade estética nem pretende exercer dirigismos ideológico-culturais, possa ter uma política de cultura. Daí que os nossos condutores do gosto sejam, por mais que nos custe, a nós, intelectuais, com quem já poucos querem acompanhar, a CARAS ou a Nova Gente, ou a Quinta das Celebridades – atentemos, senhoras e senhores, nos índices de audiência da Quinta das Celebridades e deitemos contas à nossa triste vidinha de cultos e refinadíssimos intelectuais –, e acompanhar por acompanhar com intelectuais, pensa o povo, que seja com o Zé Castelo Branco, sem descurar evidentemente um estudo sério da metafísica de Cinha Jardim. E não vendo também razão que impeça que as memórias de Lili Caneças sejam, dentro de poucos meses, o mais incontestável *best seller* da nossa vida literária.

Acompanhar com intelectuais...

O intelectual destes dias, o intelectual liberal que se preze, já foi de esquerda, os tempos eram outros; já estive do lado dos oprimidos, dos humilhados e ofendidos (no tempo em que os havia, ou que era rendoso escrever sobre eles); o intelectual destes dias já em tempos se compaginou com os trabalhadores; ou antes: nunca estive, nunca se compaginou coisíssima nenhuma; o que ele sempre estive, e está, é do lado dos progressistas, e se há 30 ou 40 anos lhe disseram que ser progressista era abraçar a causa do trabalho e dos proletários, ele abraçou-a; mas se agora lhe dizem que não pode haver outro progresso humano e social para lá da santidade do mercado, e se o mercado é área de manobra privilegiada do patronato, ele abraça a causa do patronato, onde é que está o problema?

O progresso do mundo e do homem é um valor em irreparável mutação – está-se mesmo a ver. E se o intelectual não se adapta aos tempos, aos valores e aos homens que lhe pagam o jantar, lá está, perde estatuto e regalias, quer dizer, não janta.

Aos intelectuais da nova ordem do mundo compete consagrar ideologicamente o pensamento único – já toda a gente falou nisto. E o pensamento único (e progressista) destes tempos de democracia e progresso, todos o sabemos, não é comunismo nem fascismo. É o mercado, quer-se dizer, é o dinheiro.

O intelectual correcto e bem pensante deste início de milénio deve estar em bom contacto com as grandes fontes do pensamento ocidental. Como? Os gregos? Não. É melhor o Banco Mundial. O FMI. Essas são as fontes do pensamento único. A OMC. A OCDE. Até porque estas fontes de pensamento financiam as universidades e as academias onde precisamente esse pensamento único é ensinado.

E cada um dá o que pode. Cada um tem a sua missão. O capital mundializado

dá os grandes meios de comunicação, os intelectuais dão as ideias para lhes meter lá dentro – ideias que evidentemente não lhes custam muito a parir, uma vez que já estão formatadas num mundo em que passou a ser perigoso inventar ideias novas, ou porque já as não há, ou porque nesse mundo novo só há uma ideia nova de séculos: o mercado; e a consequente competição; e o consequente consumo; e os consequentes clientes.

Ah! O Nada, aquele nadinha filosófico que fez as delícias da nossa angústia existencial de há 40 anos – alguém ainda se lembra? – deixou de existir. Não há lugar para a angústia existencial. A vida é curta demais para se ganhar dinheiro e para se consumir. A vida é curta para todo o consumo que se espera de nós.

Aliás... tanta coisa com a cultura *light*... e ainda me custa a compreender em que é que cada um de nós aqui, hoje, está a falar quando fala de cultura e em que beco sem saída nos metemos – e metemos o mundo – com toda a nossa exigência esteticizante, com a especiosidade do nosso requinte intelectual, com o nosso supino bom gosto. Mas para isso não há tempo...

Cultura *light*. Mas que queriam V.Exas como alternativa a uma cultura *light*? Gorduras? Toxicidade? Tabagismo noctívago? Absintos literários? Picanhas poéticas? Alucinogéneos da alma? *Whiskies* pensantes? Colesterol bailarino? Chocolates hiper-realistas? Alcoolismos de museu? Tudo quanto faz mal à saúde? *Stress* espiritual? Drogas pesadas? Sinfonias de *chuto* e sonatinas de *cavalo* directamente para a nossa espicaçada veia cultural?

Literatura *light*, cuidados médicos *light*, cinema *light*, pintura *light*, corpos *light*, música *light*, crédito bancário *light*, manteiga *light*, *coca cola light*, iogurte *light*, segurança social *light*. De que cultura estamos a falar? A vida é nova e é *light*, senhoras e senhores da cultura! É tudo tem de dar dinheiro a ganhar a alguém. Bom dinheiro. E a saúde está à frente de tudo – e quem a quiser que a pague, é bem verdade. As leituras neo-realistas, ou mesmo simbolistas, parnasianas, abjeccionistas, ou existencialistas, que consumíamos faz agora 40 anos só nos davam preocupação de vida e nos incentivavam ao vício... do fumar, do beber, do conversar, do conviver, do pensar. Mas que coisa! Sejamos... com franqueza!, sejamos intelectuais com quem se possa acompanhar, isto é, anoréticos, vazios, saudáveis, fato e gravata, a tresandar a ginásio, silenciosos, naturistas, cheirosos, nudistas, indiferentes, de análises impolutas, de hálito fresco, correcta orientação sexual e boas cores...

Hedonismo, individualismo, desconstracção intelectual, mercado... de que cultura estamos a falar?

Haverá ou não que chamar à responsabilidade histórica aqueles intelectuais, doutores, professores, bacharéis e agentes culturais com quem em tempos acompanhámos, e que por falta de imaginação, humor e dons de comunicabilidade complexificaram toda a sintaxe das artes e fizeram da cultura verdadeira, séria, uma chumbada

de tal calibre que acabaram por repelir para bem longe largas faixas de público cheio de apetite cultural que logo a seguir se rendeu à cultura *light*?

As senhoras e os senhores o saberão melhor do que eu, mas parto do princípio de que a cultura dita *light* seja a adaptação que se faz das formas e dos eventos da cultura *tout court* às delicadas ignorâncias, às mais salutares indiferenças do público, ou, por consequência, à circunstância histórica dos consumidores culturais da actualidade.

O tempo, e o modo, andaram muito depressa nas últimas décadas do mundo. O mundo já não quer saber de intelectuais. O mundo já nem quer acompanhar com intelectuais, tipos complicados, de hálito sobrecarregado e cheios de azia. O augúrio de Platão (os governantes serem filósofos e os filósofos a governarem) havia de ser bonito num mundo configurado como está hoje. Esse augúrio de Platão não se cumpriu e a anedota mudou. Eram três amigos, um sabia subtraír, outro sabia dividir, e o terceiro gostava de acompanhar com gestores. Porque talvez seja essa a nova poética dos tempos.

Mas o intelectual pode subir ainda um degrau na imparável ascensão que os tempos lhe propiciam: eram três amigos; um deles sabia somar, outro sabia multiplicar e o terceiro gostava de acompanhar com patrões, ou, mais modernamente, com empresários – de sucesso! Este último patamar é que significará para o intelectual, ou para quem com ele queira acompanhar, viver devidamente o seu tempo, o tempo da empresa, o tempo do privado, o tempo da competitividade, da agilização dos meios, o tempo da empresarialização. Se é assim no futebol, porque não há-de ser na cultura.

Antigamente eram os fruidores, os destinatários, os narratários, enfim... que, *tant bien que mal*, às vezes com esforço e estudo, acediam à cultura, e sem que a cultura cedesse um milímetro das suas exigências. Hoje é a cultura que corteja o mercado e a ele se adapta e a ele desce, e só se dignifica e ilustra se consegue milhões de leitores, milhões de espectadores, milhões de visitantes. A cultura ou é um tópico da quantidade ou não é.

Ponto capital da cultura *light* do ano que passou toda a gente sabe qual foi: o *Código Da Vinci*. Toda a gente o leu. Talvez nem todos confessem que o leram. Mas compraram-no – o que é diferente de o lerem –, e compraram-no milhões e milhões por esse mundo fora. Eu li. Leu-o a *manicure* do meu prédio. Leu-o a senhora viúva que me lava as camisas. Leram-no as azougadas empregadas da clínica dentária onde eu gasto – uma delas até me disse que tinha sido o melhor livro que lera em dias de vida: quantos e quais livros terá ela lido nos curtos dias da sua vida é que eu não sei... mas claro que calculo...

Percebi que, literariamente, o *Código Da Vinci* não era grande espingarda.

Mas a velocidade da escrita era alucinante. A trama tinha momentos de verosimilhança muito difícil, é certo, mas os cenários eram bonitos e cosmopolitas. Todas as personagens eram gente de bom ar, gente que tinha de seu. O final era irrisório: afinal tudo não tinha passado de um sonho.

O *Código da Vinci*? Pois. Literariamente não presta. Mas vendeu milhões. Deu muito dinheiro a ganhar a muita gente. Foi um exemplo de cultura para a competitividade. *Harry Potters e senhores dos anéis*, não os li, mas também venderam milhões, também foram competitivos, sustentaram autores, editores, distribuidores, intermediários, produtores, cumpriram o seu papel na sociedade, inscreveram-se na poética da economia. Competiram. Renderam.

Os livros escritos por vedetas da televisão (porventura momentos ilustres de cultura *light*) abarrotam nos escaparates, e nesses escaparates ombreiam, sem distinções elitistas, com Goethe, Rilke, Eduardo Lourenço, John Le Carré, António Vieira, Gore Vidal, Agustina Bessa Luis. O consumidor (não, eu não disse *leitor*) chega, quer oferecer um livro ao cunhado que faz anos e, entre Júlia Pinheiro, Garcia Marquez, António Sala, Nabokov ou as memórias de Marco Paulo, escolhe Júlia Pinheiro ou Marco Paulo, porque se eles estão ao lado de Nabokov devem ser tão bons escritores como esse respeitável senhor de sonoridade eslava de quem nunca ouviram falar, e entre dois produtos de valor semelhante escolhe-se o que se conhece.

E nesta conformidade das coisas da cultura literária, José Rodrigues dos Santos, Herman José, Jorge Gabriel ou Manuel Luis Goucha, com o devido respeito, podem bater por KO em vendas o mais pintado dos prémios Nobel, e qualquer badalado nome de mulher mais *habitué* às festas do *jet set* da linha de Cascais pode dar um capote a... Truman Capote, por exemplo. E se o batem em vendas é porque são melhores do que ele.

E dito isto, e no final das contas: a maior das insignificâncias literárias, picturais, teatrais, cinematográficas ou musicais, com boa promoção e massacrante publicidade pode tornar-se uma obra-prima.

Por quanto tempo?

Talvez por muito pouco tempo, mas enquanto o pau vai e vem...

Passado esse pouco tempo, e tirando o seu autor, talvez mais ninguém se lembre de que tal obra-prima existiu. *Zapping!* Já aí vêm novas obras-primas do mesmo tipo. Competitividade.

E estamos nisto.

Competitividade. Imagem. Imagem. E à imagem liga-se a distribuição. No cinema, nos livros, no pensamento, como nos vinhos e provavelmente nas batatas, nos lanifícios e nos cimentos.

A estratégia da distribuição permitiu-se alterar a substância do produto. A imagem é elemento capital do painel de armamento da distribuição. Ser aparentemente

másculo, jovem, alto, moreno, simpático e de olhos verdes, ou de cabelo rapado, deliberadamente amaneirado, delicadíssimo e de brincos nas orelhas, ou ser rapariga enxuta de carnes e bem penteada... e sobretudo aparecer na televisão, pode não garantir o génio nem a eternidade de uma obra, mas ajuda no imediato a vendê-la. Que é o que é preciso. A imagem ajuda a distribuir pensamento, seja ele qual for. Pouco importa a criação. É preciso divulgar, não para desenvolver o conhecimento, mas para ganhar dinheiro – muito.

Quem distribuir determina o que o criador tem a criar. O criador está a subalternizar-se. O circuito de distribuição do produto passou a condicionar a criação desse produto ao mercado que a lógica da distribuição faz existir. A criação artístico-cultural é uma indústria – também não é de agora, eu sei, mas agora é mais. A criação artística será aquilo que a distribuição quiser distribuir. Uma ideologia de cultura é hoje uma ideologia de distribuição. E distribuir é *standardizar*, igualizar, arregimentar, anular o indivíduo aligeirando-lhe a mão e a palavra. O criador tem toda a vantagem em criar qualquer coisa de parecido... com outra coisa qualquer, com o que outros criadores estão a criar por esse mundo fora e que o distribuidor já conseguiu impor como sendo aquilo que o consumidor gosta – e, mais do que gosta: compra (mesmo que não goste) da Islândia ao Japão, das Canárias à Costa do Marfim, de Penamacor a Nova York.

Mas isto é o diagnóstico, é aquilo com que sempre os nossos actuais *maîtres á penser*, os economistas, embirram. E com razão. Os diagnósticos estão todos feitos. Queremos soluções e remédios para a maleita que os nossos diagnósticos tão brilhantemente descrevem.

E para tanto seremos obrigados, no mínimo, nós, os cultos, aliados às forças armadas e militarizadas que nos quiserem acompanhar, a cumprir uma pequena formalidade: fazer uma revolução. Global, económica, política, quer dizer, cultural.

É aqui que bate o ponto. É aqui que entra em cena a universidade para mudar o estado das coisas. E quem diz a universidade também não erra se disser a escola C+S da Brandoa. E o papel da universidade e da escola C+S da Brandoa é fulcral para essa mudança. E desde logo na tomada de certas medidas, de certas iniciativas, eventualmente inéditas.

Que medidas, perguntarão V. Exas...

Ora aí está! Era mesmo aí que eu queria chegar. Que medidas? Pois bem...

Não faço a mais pequena ideia.