

**A LITERATURA E A ESTÉTICA LITERÁRIA
NA ERA DA “INDÚSTRIA CULTURAL”:
UMA LEITURA DE *BUDAPESTE*, DE CHICO BUARQUE**

Ilma da Silva Rebello (UFF)

Do *flâneur*, concebido por Baudelaire, que fitava Paris sob o véu do *spleen*, ampliou-se na atualidade esse caráter de nossa participação no mundo. Criou-se uma sociedade do olhar, em que todos brilham. Assim, o mundo virou uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo se tornou uma representação, comandada pelo trinômio Moda-Publicidade-Mercadoria. De acordo com Debord (1997: 14):

[...] o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o *modelo* atual da vida dominante na sociedade.

O espetáculo não é o conjunto de imagens, mas configura-se como uma relação social entre as pessoas, mediada por imagens. A consciência espectral, prisioneira de um universo limitado pela tela do espetáculo, tem produzido uma realidade contaminada pela lógica dos sonhos. As “exposições universais”¹, acompanhadas por uma zelosa indústria de diversões, promovem a entronização da mercadoria e a idealização do valor de troca.

Essas mudanças que ocorreram na estrutura urbana, nas artes e nos meios de comunicação alteraram profundamente a nossa maneira de ver a realidade. O mundo se transformou num cenário-cinema, e os indivíduos caminham pelas grandes cidades, entre as balas perdidas e o desencantamento. A globalização tem abolido não só as fronteiras geográficas como também as comerciais e as culturais.

Com a evolução da tecnologia da informação e a expansão dos meios de comunicação eletrônicos, amplia-se uma gigantesca indústria cultural que tem difundido protótipos bem-sucedidos da identidade nacional, como empresários, artistas, jogador de futebol mu-

¹ “Exposições universais são os locais de peregrinação ao fetiche da mercadoria” (BENJAMIN, *apud*: BOLLE, 1994: 66).

lherengo etc. Estas representações têm fabricado um *hiper-real*, algo espetacular, mais interessante do que a própria realidade. É a tal sociedade do espetáculo que, segundo Virno (2003: 63), tem transformado a nossa época em uma “exposición universal”. Novas relações inter-humanas estão aí, à espera de análise. Dessa forma, a tradição literária, de que Proust foi paradigma, entra em crise.

Os meios de representação desse novo fenômeno (a literatura, as artes, dentre outros) se traduzem em contraste, os novos paradigmas são rompidos e tradições são reinventadas. Novos estilos surgem, dando ênfase à cópia, ao efêmero e ao fugaz. Nesse limiar, o público flutua em um mercado cada vez mais imprevisível e envolvente.

Este trabalho se propõe a refletir sobre a literatura e a estética literária nessa sociedade regida pelo consumo e pela imagem e a maneira como os críticos e teóricos têm discutido e/ou problematizado essa “indústria cultural”. Priorizaremos como estratégia de estudo a construção do romance *Budapeste* (2003), de Chico Buarque.

A nova dinâmica da sociedade tem produzido uma literatura *aquém e além* do rol do que é tido como canônico. Essa produção literária, em sua maioria, tem sido guiada pela lógica do mercado e o fetiche do concurso, transformando-se em “moda” e “modelo”². As novas produções se afastam das concepções da tradição crítica e instituem outras formas também dotadas de literariedade. Por conseguinte, a instituição literária não sabe se resiste ou reconhece esse processo histórico-cultural em que nos encontramos.

Em meio a esses conflitos gerados pela imposição mercadológica, o objeto literário tem se transformado em mais um produto posto em circulação, disputando espaço com as criações de Giorgio Armani ou com um novo lançamento do mercado. Diante disso, a literatura acaba tendo que disputar espaços e derrubar fronteiras, optando, na maioria das vezes, em retratar seres que vivem imersos no prazer visual e na fantasmagoria da cultura capitalista. Os parâmetros dos novos tempos têm exigido da crítica literária uma nova postura diante de conceitos fundamentais, como literatura, literariedade, câ-

² As palavras *moda* e *modelo* foram empregadas no sentido mercadológico e não no sentido de referência ou norma.

none, estética, arte, entre outros. Caso contrário, como considerá-riamos a pintura “Fonte” (1917), de Marcel Duchamp? Com essa obra, Marcel Duchamp desafiou preconceitos sobre a definição de arte. Além de Duchamp, Oswald de Andrade também causou estranhamento com o romance *Memórias Sentimentais de João Miramar*. As obras têm exposto os fenômenos sociais da época em que estão inseridas. Assim, novos conceitos vêm à tona, desafiando críticos e especialistas.

Em *Cenas da vida pós-moderna* (2004), Beatriz Sarlo se interroga sobre o lugar da arte na cultura globalizada contemporânea. Que valor ainda resta para a atividade literária nesta nossa civilização de culto dos *best sellers*? Qual valor de produção de conhecimento novo ou diferencial pode ainda ter a literatura quando os conceitos e as práticas culturais foram tomados pela fantasmática da mídia e pela lógica da lucratividade? Esses valores foram tomados pela hegemonia daquilo que Theodor Adorno (1985) um dia chamou de “indústria cultural”.

Algumas obras literárias trazem em seu conteúdo, implícita ou explicitamente, marcas desse evento em ebulição, vislumbrado pela teoria benjaminiana e por muitos artistas. Os contos “Mitse, a Barbie” (2001), de Patrícia Travassos, e “Lágrima de zircônia” (1988), de Zulmira Ribeiro Tavares, por exemplo, expõem personagens inseridas na indústria do consumo, que colocam seres como meros artefatos. A Mitse tem como filosofia “compro, logo existo” e a protagonista de “Lágrima de zircônia” se deixa levar pelo *glamour* das grandes cidades, mas reconhece que “a elegância tem seu preço”. As novas vozes narrativas expõem novos “heróis”, compatíveis com o mosaico da era dita “pós-moderna”.

A indústria cultural vende Cultura. No entanto, para vendê-la, deve seduzir e agradar o consumidor e não o fazer pensar. Nesse sentido, a Cultura é tida como lazer e entretenimento, de modo que tudo o que nas obras de arte e de pensamento significa trabalho da imaginação, da sensibilidade, da reflexão, da inteligência e da crítica não tem interesse, não “vende”.

Os cânones têm sido dispensados e os leitores são lançados em um mercado sedutor e imagético. Livros como *Harry Potter*, já adaptados para o cinema, são vendidos cada vez mais. O leitor-massa

se sente atraído pela representação do mundo como um “castelo de imagens” e a vida como um grande desempenho, buscando literaturas que se aproximam dos documentários, do cinema, da televisão e do videogame. A fragilidade e a fugacidade dos novos tempos fazem com que os leitores busquem *best sellers*, como os de Paulo Coelho, dentre outros, a fim de conseguirem lidar com as novas convenções sociais e a lógica da aparência.

Walter Benjamin (1994) analisou o modo de relação entre arte e sociedade no mundo capitalista tecnológico. De acordo com o autor, com o advento da era industrial, o *status* da arte é abalado em virtude das técnicas de reprodução. A obra se torna valiosa não apenas pela sua significação, mas também pelo seu valor no mercado. O espectador de contemplador passa a consumidor. No momento em que as massas começam a consumir o objeto artístico, o autor se torna um produtor assim como um operário. Deste modo, a arte não pode mais ser tratada como era antes. A questão, portanto, não está na reprodução e, sim, na modalidade de reproduzir em série, tornando complicada a distinção entre original e cópia. O sentido de autêntico e de singularidade do objeto artístico se dessacraliza, perdendo o valor de culto e ganhando “infinitos *lugares* e *contextos* da sua reprodução” (SANTIAGO, 2004: 114-5).

Nesse limiar, as obras literárias contemporâneas, guiadas pelos rituais de consumo, apresentam limites que se revelam escorregadios e que anunciam mudanças de modelos tanto no ponto de vista semântico quanto do ponto de vista estruturador da linguagem. Assim, na atualidade, o que ainda confere a uma obra valor estético?

O conceito de literatura passou por diversas transformações ao longo dos tempos. A reflexão estética contemporânea tenta a todo instante formular novos parâmetros, em virtude das novas produções. Essas produções literárias se modificam com a mesma velocidade com que os valores e os paradigmas têm se transformado. O que se constata é a impossibilidade de um sentido pleno de qualquer conceitualização concernente às Artes e às Ciências Sociais.

Vítor Manuel, em *Teoria da literatura* (1990), discute os conceitos de literatura e literariedade. O autor menciona que a literatura não se constitui numa herança, mas “apresenta-se [...] como um ininterrupto processo histórico de produção de novos textos” (p. 14). Du-

rante muito tempo, o conceito da literatura foi muito contraditório, pois acreditava-se na inviabilidade de se estabelecer algo referencial. O autor expõe a problemática de tentar enquadrar obras literárias produzidas durante muitos séculos:

Torna-se extremamente difícil, senão impossível, estabelecer um conceito de literatura rigorosamente delimitado intensional e extensionalmente que apresente validade pancrônica e universal e por isso mesmo é cientificamente desaconselhável impor dogmaticamente à heterogeneidade das obras literárias produzidas durante cerca de vinte cinco séculos [...] (p. 30).

Vítor Manuel (*op. cit.*, p. 33) expressa que a obra literária só adquire valor como objeto estético quando for lida por um leitor, que em conformidade de certos conhecimentos, lhe faz tal atribuição. A crítica literária, composta por acadêmicos, especialistas, escritores e professores, acaba selecionando e hierarquizando à luz de Virgílio, Camões, Shakespeare, dentre outros, considerando tudo o que está *aquém* de “subliteratura”. A crítica, portanto, está sempre procurando um “Quixote”.

Para Kant (*apud* EAGLETON, 1993: 72), o julgamento estético é subjetivo, pois “declarar que você é sublime não é identificar para mim alguma propriedade em você, mas relatar um sentimento que se passa em mim”. Todavia, para o autor esse julgamento é *desinteressado*. Essa questão é, sem dúvida, problemática, pois muitos críticos literários são “comprados” por editoras a fim de produzirem resenhas nem um pouco *desinteressadas*.

Vítor Manuel (*op. cit.*, p. 37) constata a necessidade de um alargamento do conceito de literatura, mas não propriamente uma conceitualização radicalmente nova. Não é pelo fato de um determinado livro apresentar um léxico característico dos estratos sociais mais baixos que tal texto deixa de ser considerado literário. O autor cita como exemplo as tragédias de Racine, os romances de Faulkner ou de Jorge Amado.

Nesse sentido, devemos entender que as obras atuais, submetidas a uma lógica do mercado, instituem outras formas dotadas de literariedade. Assim, nota-se que as premissas que nortearam a consideração acerca das obras de José de Alencar, Machado de Assis, Guimarães Rosa, Graciliano Ramos, João Cabral de Melo Neto, dentre outros, têm sofrido um alargamento em função do processo histó-

rico-cultural atual. Muitas narrativas e poemas tidos como “menores” já têm sido incluídos nas ementas dos cursos universitários. Os romances do português Francisco José Viegas estão inseridos numa produção intensamente industrial, mas, apesar da técnica mercadológica, apresentam algo além das regras ditadas pelo consumismo avassalador. Helena (2004: 184) menciona que não basta apenas narrar conteúdos, informar detalhes e nem tampouco descrever o cenho encarcerador da sociedade dita pós-moderna, se isso não vier acompanhado de uma consciência crítica “das formas do narrar e da reflexão artística como propiciadora de uma ampliação do potencial não só de conhecimento, mas de criação que transcenda o mero relato, sem vetar a ficção e sua carga transformadora e formadora”. Portanto, o importante não é o valor de exposição e, sim, a capacidade de gerar “leituras-respostas-resgates” (SANTIAGO, 2004: 121).

As novas obras têm transmitido valores diversos, oferecendo-nos outros sentidos subjacentes à produção literária. Não podemos ignorar o valor de culto e o valor de troca dos novos tempos. Lugarinho (2005) esclarece que se introduzirmos o mercado no sistema literário, “encontraríamos o grau de aceitabilidade de uma obra aliado à sua capacidade de permanência”³. Além disso, poderíamos verificar o motivo de tal permanência e/ou esquecimento. Essa questão se verifica no romance *Budapeste*, de Chico Buarque, como veremos a diante. Todavia, não podemos considerar a literatura como mero entretenimento, pois estaremos deixando de lado o seu verdadeiro valor e a sua função. O que não podemos ignorar é o diálogo da literatura com outras artes e outras linguagens, como o cinema, a Internet, a música, dentre outras. O nosso cotidiano está imerso nessa “indústria cultural”.

Em meio a essa lógica, alguns escritores têm apresentado uma literatura que, apesar de submetida à lógica atual, é de boa qualidade. Outros, no entanto, não estão interessados em cânone e querem apenas ter seus livros publicados, traduzidos e adaptados para o cinema e a televisão, tentando abarcar um mercado de consumidores ávidos

³ Ensaio “Valor de culto, valor de troca: algumas reflexões intempestivas sobre literatura e mercado na contemporaneidade”, apresentado pelo Professor Dr. Mário Lugarinho no III Seminário Nação-Invenção: Literatura e Intelectuais, realizado nos dias 23, 24 e 25 de novembro de 2005, no Instituto de Letras da UFF. O ensaio fará parte de um livro organizado pela Professora Dr^a Lucia Helena, provavelmente a ser publicado em 2006.

por assuntos *light*. As livrarias, por sua vez, parecem um supermercado, apresentando desde as mais finas iguarias até os mais simples legumes.

Vivemos em meio a uma industrialização da arte e da própria literatura, que acabaram se transformando em meios de capital. Assim, torna-se necessário tirar esse lugar do mito e tentar ver a literatura de uma outra forma. Isso não quer dizer que colocaremos todos os livros literários publicados dentro de um mesmo “saco”, mas é preciso entender que a literatura se modifica no decorrer do processo histórico, alterando algumas premissas da tradição crítica. Cervantes, Flaubert, Eça de Queirós, Fernando Pessoa, Machado de Assis, entre outros, foram magníficos e continuam até hoje como modelos. Contudo, por que não considerar também os escritores atuais, que embora não estejam no patamar de Camões, são capazes de produzir uma literatura de boa qualidade, como Bernardo Carvalho, Mia Couto, João Gilberto Noll e tantos outros? O que não podemos é dizer que os livros de auto-ajuda e algumas biografias de personalidades da mídia são obras literárias. Não podemos perder a nossa capacidade de julgamento estético. A arte e a literatura ainda são os únicos lugares capazes de produzir uma diferença, num mundo que cada vez mais se industrializa. Segundo Eagleton (1997: 329), “em um mundo ‘dividido e fragmentado’, ainda é possível incorporar um senso de valor universal; e nos quais, em um mundo sordidamente material, ainda se pode vislumbrar um raro lampejo de transcendência”.

No limiar dos conflitos gerados pela era mercadológica, com a criação de obras como meros fetiches, Chico Buarque apresenta uma literatura, em *Budapeste*, que problematiza a identidade autoral, a identidade cultural, o anonimato e a fama. O romance, que já frequentou a lista dos mais vendidos, tornou-se literatura obrigatória na contemporaneidade. Será que se a obra não fosse escrita por Chico Buarque teria feito tanto sucesso? Para o mercado, Chico Buarque é uma grife. Não existe o romance *Budapeste* e, sim, um produto Chico Buarque de Holanda. Nessa “indústria cultural”, a marca e o nome têm sido estratégias importantes. Apesar disso, acredito que a resposta da pergunta anterior é sim, pois embora a obra esteja voltada para o mercado, o escritor, com seu projeto estético, conseguiu ir além de uma simples literatura comercializável, levantando questões e problematizando os espaços e os sujeito ficcionais.

O escritor, em *Budapeste*, elege como tema central a *persona* do *ghost writer*. O protagonista, escritor por encomenda, demonstra no trabalho literário de *O ginógrafo* a problemática dos rituais de consumo e o espaço concedido pela mídia aos lançamentos de livros de personalidades. Assim, José Costa, ao escrever por outros, apresenta as condições de produção e recepção giradas em torno da “indústria cultural” com a marcante aceitabilidade das biografias. Além disso, desencadeia um engenhoso questionamento sobre realidade e aparência, verdade e impostura, irrelevância e transcendência dentro de uma cultura consumista, onde todos buscam a glória e a fama a qualquer preço.

O ginógrafo, cujo título traduz uma das peculiaridades do empresário biografado, que escreve no corpo das mulheres com quem se deita, narra as peripécias amorosas de um alemão. Este termina ironicamente consagrado como autor da obra, um *best seller*, com “sucessivas reedições [...] perspectiva de vendas para o exterior e eventual adaptação para o cinema” (HOLANDA, 2003: 89). Nesse sentido, converte-se num verdadeiro e irônico fenômeno da indústria cultural e editorial do país. Talvez se o romance tivesse estampado na capa o nome do *ghost writer* não teria feito tanto sucesso. Ao passar por uma livraria, José Costa constata o sucesso do livro:

Além de expostos de longo a longo na vitrine, havia uma pilha deles no balcão. As pessoas entravam, passavam a mão num exemplar e se acertavam no caixa, quando não iam diretamente ao caixa como quem compra cigarros: me vê um Ginógrafo. Outros se chegavam, davam uma olhada nas estantes, apuravam o preço dos importados, bordejavam a bancada com os lançamentos recentes, acabavam topando a pilha sobre o balcão; está saindo à beça, dizia o livreiro, ou, até o Natal bate os cem mil, e essa espécie de recomendação era tiro e queda, mais um Ginógrafo embrulhado para presente. Postado no centro da pequena livraria, num pedaço de tarde perdi a conta dos *fregueses* que saíram com meu livro. Passaram por mim sem me olhar, esbarravam em mim sem imaginar quem eu fosse, e aquilo me enchia de uma vaidade que havia muito tempo eu não sentia [*grifo nosso*] (HOLANDA, 2003: 93).

De leitores passamos a fregueses, como bem notou José Costa. Jameson (2001: 86) expõe “o retorno do belo e do decorativo no lugar do antigo sublime moderno, o abandono da arte e da procura pelo absoluto e pela verdade e sua re-definição como fonte de puro prazer e gratificação”. Os livros parecem ter retrocedido àquele antigo papel culinário que possuía antes do domínio do sublime. Novos

estereótipos são lançados à espera de novas reflexões.

Em seu último retorno ao Rio, o protagonista de *Budapeste* pensa avistar o livro *O ginógrafo* através do reflexo da vidraça de uma livraria, mas quando percebe se tratar de outro livro constata a lógica de mercado, voltada sempre para o momento e a lucratividade:

[...] andando pelo comércio de Copacabana, avistei uma livraria com a vitrine coberta de livros cor de mostarda. Aproximei-me, e talvez o reflexo do sol na vidraça falseasse as cores, pois os livros derivavam para um tom de ocre com letras verdes. Mais um pouco, e já era quase nítido o título *O Ginógrafo*, em letras góticas lilás nas capas do livro cor de canela. Mas quando cheguei à livraria, o livro era azul-marinho e se chamava *O Naufrágio* (HOLANDA, 2003: 159-160).

Jean Baudrillard (*apud* SANTIAGO, 2002: 114) aponta que no mundo moderno “os objetos existem para a morte”. Busca-se a otimização do grau de eficiência do objeto “com vistas à economia das forças naturais e da bolsa do consumidor” (p. 123). Assim, já não faz mais sentido adquirir um filme produzido há dez anos atrás.

No escritório onde trabalha, o narrador-protagonista de *Budapeste*, José Costa, se vê reproduzido por vários jovens, por determinação de seu sócio que visa terceirizar seus serviços, reduplicando sua imagem, sua escrita e o seu estilo. Não há mais o autêntico, o singular e o único, como foi anunciado por Benjamin (1994). O personagem se dá conta do valor de troca e da filosofia do “reproduzível” e do “substituível” da sociedade contemporânea:

Álvaro adestrava o rapaz para escrever não à maneira dos outros, mas à minha maneira de escrever pelos outros, o que me pareceu equivocados. Porque minha mão seria sempre minha mão, quem escrevia por outros eram como luvas minhas, da mesma forma que o ator se transveste em mil personagens, para poder ser mil vezes ele mesmo (HOLANDA, 2003: 23).

Não parece descabido dizer que o *ghost writer* José Costa traz um mal-estar diante do nome, da linguagem e do mundo, que se estende do escritor ao personagem. O mesmo mal-estar que tem incomodado os escritores diante da lógica da indústria cultural.

Chico Buarque utiliza muita ironia ao abordar os congressos de escritores anônimos de que José Costa participa. Neles, os *ghost writers* reunidos disputam vaidades, trocam acusações e discutem os problemas da categoria. O narrador os descreve como uma “convenção de alcoólatras anônimos que padecessem não de alcoolismo, mas

do anonimato” (HOLANDA, 2003: 20). A sátira da celebridade a qualquer preço demonstra a irrelevância do pensamento contemporâneo em prol de uma literatura de consumo.

No livro *A cultura do dinheiro* (2001), Jameson reúne uma seleção de ensaios sobre a cultura em um mundo globalizado. Escrito do ponto de vista materialista, o autor tenta mostrar as conexões entre a cultura e a economia num tempo de mercantilização avassaladora. De acordo com Jameson (2001: 22), a produção das mercadorias se tornou um fenômeno cultural, “no qual se compram os produtos tanto por sua imagem quanto por seu uso imediato”. Assim, a imagem que os outros fazem dos produtos passou a influenciar a nossa decisão de compra. O crítico nos alerta não só para a mercantilização da estética, da arte e da literatura, como também das idéias, das emoções e até da vida privada, com “a transformação do cultural em econômico e do econômico em cultural” (p. 50).

O romance *Budapeste*, de Chico Buarque, brinda-nos com questões marcantes atualmente, como o mercado, o consumo e a ética regida pelo dinheiro que nos equiparou a todos pela pior das igualdades: o valor de troca.

O romance de Chico Buarque não se compara às obras de Cervantes, Camões, Flaubert, Machado de Assis, dentre outros, mas apresenta outras possibilidades dotadas de literariedade. Não podemos estudar as obras contemporâneas à luz do passado. As produções literárias, artísticas e musicais tendem a receber interferências dos fenômenos sociais. Portanto, é necessário refletir sobre as transformações dos novos tempos e revisar os conceitos fundamentais, como literatura, literariedade, dentre outros, como já foi mencionado. A literatura atual não se refere mais a uma autoridade ou tradição e visa à novidade, à originalidade e à invenção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do cenário explicitado, constatamos que uma lógica mercadológica regula e paira sobre o sistema literário. Este, por sua vez, segue novos parâmetros e é submetido à dinâmica de um novo modo de contemplar a subjetividade e a identidade. A instituição literária, no entanto, que sempre tentou encontrar novos “Quixotes”, já começa a dar sinais de uma revisão de seus conceitos fundamentais.

Prova disso é a inclusão de obras até então consideradas “menores” no contexto da comunidade acadêmica. Apesar disso, ainda se faz necessário uma pesquisa e um estudo aprofundado da literatura e sua imersão no capitalismo moderno.

Vimos que alguns escritores têm se empenhado em levantar questões no âmbito da criação literária, problematizando as novas concepções do mercado editorial. *Budapeste*, por exemplo, apesar da “marca” Chico Buarque, apresenta uma literatura que procura repensar não apenas a sociedade contemporânea, mas a própria representação do objeto literário numa era pautada no “paradigma da saturação” (PEIXOTO, 1996) dos valores e também das marcas identitárias. Marx e Engels (*apud* HELENA, 1999: 125) já diziam: “tudo o que era sólido e permanente esvai-se na fumaça, tudo o que era sagrado se dessacraliza, e os homens são enfim forçados a lançar um olhar lúcido sobre suas condições de existência e seus contatos recíprocos”. Nesse sentido, as produções artísticas e literárias têm tentado responder ao desafio dos novos tempos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. **In:** ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985, p. 113-156.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. **In:** —. *Magia e técnica, arte e política*. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 165-196. (Obras Escolhidas, v.1).

BOLLE, Willi. *Fisignomia da metrópole moderna*: representação da história em Walter Benjamin. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1994.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

EAGLETON, Terry. O imaginário kantiano. **In:** —. *A ideologia da estética*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993, p. 55-77.

———. *Teoria da literatura*: uma introdução. Tradução de Walten-sir Dutra. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

HELENA, Lucia. O equilíbrio instável dos fantasmas: espectros e identidades. **In:** JOBIM, José Luís (org.). *Literatura e identidades*. Rio de Janeiro: J.L.J.S. Fonseca, 1999, p. 125-144.

———. Uma sociedade do olhar: reflexões sobre a ficção brasileira. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, n.º 23. Brasília, janeiro/junho de 2004, p. 179-190.

HOLANDA, Chico Buarque de. *Budapeste*. 2ª ed. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.

JAMESON, Fredric. *A cultura do dinheiro*: ensaios sobre a globalização. 3ª ed. Tradução de Maria Elisa Cevalco e Marcos César de Paula Soares. Petrópolis: Vozes, 2001.

LUGARINHO, Mário. Valor de culto, valor de troca: algumas reflexões intempestivas sobre literatura e mercado na contemporaneidade. **In:** *III Seminário Nação-Invenção*: Literatura e Intelectuais, realiza-

do nos dias 23, 24 e 25 de novembro de 2005, no Instituto de Letras da UFF.

PEIXOTO, Nelson Brissac. *Paisagens urbanas*. São Paulo: SENAC: Marca D'Água, 1996.

SANTIAGO, Silviano. "Literatura e cultura de massa". **In:** —. *O cosmopolitismo do pobre: crítica literária e crítica cultural*. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Tradução de Sérgio Alcides. 3ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

SILVA, Vítor Manuel de Aguiar e. Os conceitos de literatura e literariedade. **In:** —. *Teoria da literatura*. 8ª ed. Coimbra: Almedina, 1990, p. 1-42.

TAVARES, Zulmira Ribeiro. Lágrima de zircônia. **In:** —. *O mandril*. São Paulo: Brasiliense, 1988, p. 67-8.

TRAVASSOS, Patrícia. Mitse, a Barbie. **In:** —. *Esse sexo é feminino*. São Paulo: O Nome da Rosa: Símbolo, 2001, p. 58-60.

VIRNO, Paolo. El fenómeno del *déjà vu* y el fin de la História. **In:** —. *El recuerdo del presente: ensaio sobre el tiempo histórico*. Buenos Aires: Paidós, 2003, p. 11-64.