DIANA SORAIA GONÇALVES DOS SANTOS[1]

A CULTURA NA ERA DO PURO TRIUNFO DO ECONÓMICO UMA LEITURA DE EDUARDO LOURENÇO, O ESPLENDOR DO CAOS

Culture in the era of the economic triumph. A reading by Eduardo Lourenço - The Splendor of Chaos

Abstract: Globalization, which aims to bring everyone closer together and inhabit non-places through the experience of virtual space, has forgotten the spiritual component of interiority, silence, and time. Eduardo Lourenço points out that in this «symbolic desertification that mass culture has instituted, a single reality replaces all others as a place of emotional identification and even identity: the nation.» According to the author, this identification happens through culture, as it is the domain capable of instilling particular meanings that cement a family spirit. He says that «the blood of this communication is none other than language. Moreover, in it, and with it, the most archaic, that is, original, time of a community.»

In the age of the triumph of economic domination, where values have acquired a price tag, where we can find the cultural root that continues to give meaning to the affirmation of being Portuguese?

[1] Instituto de Filosofia da Universidade do Porto, Via Panorâmica, 4150-564 Porto, Portugal. ORCID ID: 9110-F985-FBD7, up201206463@edu.letras.up.pt.

DOI: https://doi.org/10.21747/21836892/fil41a7

Keywords: culture; identity; globalization; economy; cultural consumption.

Resumo

A mundialização, que pretende a aproximação de todos e a habitação dos não-lugares, através da vivência do espaço virtual, olvidou-se da componente espiritual, própria da interioridade, do silêncio e do tempo. Eduardo Lourenço evoca que, nesta «desertificação simbólica que a cultura de massas instituiu, uma única realidade substitui todas as outras como lugar da identificação emocional e mesmo de identidade: o da nação.» Esta identificação acontece, segundo o autor, através da cultura, por ser o domínio capaz de incutir sentidos particulares que cimentam um espírito de família. Mais indica que «o sangue desta comunicação não é outro senão a língua. E nela, e com ela, o tempo mais arcaico, quer dizer, original, de uma comunidade.»

Na era do triunfo do domínio económico, onde os valores adquiriram preço, onde se encontra, ainda, a raíz cultural que continua a dar sentido à afirmação de ser português?

Palavras-chave: cultura; identidade; mundialização; economia; consumo cultural.

Pensar em cultura na era da mundialização é um exercício, por si só, caótico ou desordenado. Ancorados à ideia transcendente, libertadora e espiritual de cultura, construída durante séculos, este domínio, assente no princípio do prazer e independente de outros domínios, tornou-se, como refere Eduardo Lourenço na obra *O Esplendor do Caos* (1998), «a expressão, por excelência sacrilizante, da existência humana»[2]. Idealmente, a cultura, como produto do intelecto, aparece como, segundo o autor, um *não-trabalho,* «desvinculada do processo económico propriamente dito»[3], não tendo preço, mas valor, incutido pelo seu simbolismo. Porém, a cultura pode materializar-se em produtos de consumo que se podem transformar em «*objetos de desejo*, pelos quais os consumidores eventuais estão dispostos a trocar o seu dinheiro, quer dizer, a essência do seu tempo economicamente útil»[4].

A era da mundialização abriu a possibilidade da transformação do artista como criador do sonho para o artista como vendedor do sonho. Esta transformação radical do estatuto sociológico e ontológico do cultural modificou a imagem daquele que produz cultura e o herói cultural dá, assim, lugar ao ícone cultural que aparece intrinsecamente ligado ao domínio económico.

Descoberta a susceptibilidade dos objetos de desejo se converterem em lucro, os Estados Unidos da América criaram condições para reestruturar o panorama cultural do mundo. Segundo Eduardo Lourenço, «é graças aos Estados Unidos que nós assistimos a uma *mundialização do cultural* que, sendo, por um lado uma banalização

[2] E. Lourenço, *O Esplendor do Caos*, 1998, p. 14.
[3] *Ibid.*, p. 15.
[4] *Ibid*.

de práticas e modelos culturais no seio de culturas até há pouco alheias a eles, é fundamentalmente a hegemonização *cultural* do planeta segundo um modelo e uma ideia do cultural de origem e prática americanas»[5].

Apesar da forte influência americana e do seu inquestionável poder económico e financeiro, as visões culturais europeias e americanas são distintas. É neste ponto que o autor introduz a ideia de 'caos', de forma a explanar o fenómeno da mundialização e a sua influência na tradição cultural.

De acordo com o pensamento de Eduardo Lourenço, a tradição cultural europeia confere «uma força e uma carga de irracionalidade, espontaneamente negativa e inaceitável»[6] ao conceito de caos, vendo na cultura o papel de construção de ordem humana. Por outro lado, a ideia cultural americana sugere uma *caoticidade* inerente do espetáculo e da rápida mutação da sociedade, questionando valores tradicionais. A cultura aparece, assim, como «uma fronteira em perpétuo deslocamento»[7], associando a ideia de caos à ideia de diversidade e, por esse motivo, a força e a carga incutida ao caos difere das sociedades europeia e americana.

Do lado europeu, suportada pela ideia de cultura como produto do intelecto, pertencente a um domínio superior e como fator de unificação e identidade, facilmente se concluiria que o papel da cultura na Europa é mais elevado e mais próximo de um ideal transcendente que o papel da cultura na América influenciando, por isso, a sociedade de uma forma mais profunda, nobre e preferível.

Porém, pensemos no papel da cultura na América, saídos do nosso universo.

O autor do *Esplendor do Caos* refere que, nos Estados Unidos, o estatuto mais alto do cultural «não passa pelo exercício interminável de *desconstrução*, ou de rejeição da mitologia fundadora da sociedade onde emerge, mas por uma reiteração do seu modelo de comunidade, que determina o seu agir pelo esforço e em função do futuro. O sucesso, a adequação pragmática dos meios aos fins, é a norma de todas as acções, reais ou simbólicas, e a ideia de uma "cultura" que escapasse a essa finalidade (…) é estranha à função, ao papel, ao destino, do cultural numa ética americana. (…) A essência do *cultural* é o rendimento»[8].

Perante a novidade de uma sociedade tecnologicamente evoluída e em constante evolução, a cultura americana adquiriu uma função niveladora, derrubando a hierarquia erudita. A América não perdeu a cultura outrora herdada, porém alterou os seus códigos. A nova fase da mundialização transformou «o *cultural* como um *bem* de rendimento praticamente infinito, o *cultural* como *objecto de apropriação*, em termos de mercadoria, através da nova função que os *multimedia* lhe conferiram»[9].

[5] Lourenço, *ob. cit.,* p. 18.
[6] *Ibid.*, p. 19.
[7] *Ibid.*, p. 20.
[8] *Ibid.*, p. 21.
[9] *Ibid.*, p. 22.

Num mundo freneticamente dominado pelo sistema económico, onde o fim último é a obtenção de lucro, os atores sociais posicionam-se nesse sentido, imbuídos de um espírito de sobrevivência, e adaptam-se ao movimento social, utilizando as ferramentas que têm ao seu dispor para criar valor. Este valor passa necessariamente pelo valor económico e o criador de cultura transforma a sua obra num produto tão comerciável quanto apelativo, alimentando o desejo do consumidor e tornando-se numa indústria empregadora. Tal como Eduardo Lourenço refere, «o cultural, paradoxo supremo, é mais do que o ópio do povo e quem é o seu sujeito, a título económico, a título de proprietário do *imaginário* com um poder de sedução sem igual, é virtualmente o senhor do mundo»[10].

Assim, a *culturalização* é um fenómeno de massas capaz de alcançar todos e de expressar a diversidade e diferentes expressões culturais em espetáculos planetários, não obstante de as tornar «todas, sem excepção (…) [n]um subproduto da máquina infernal, ou divina, de converter em dinheiro as expressões mais "espirituais" da inteligência e da imaginação humanas»[11].

O cultural, ao aparecer sob a forma de espetáculo, comporta diversas vertentes externas e se o fim último é a obtenção de lucro, importa, mais do que a obra, o seu consumo, resultante da sua compra. A publicidade adquire um papel fundamental para a facilitação da concretização do processo de compra/venda e o que outrora era tido como intocável é agora banalizado como o exemplo da «música de Wagner para um Mercedes ou um Van Gogh para "legitimar" Toshiba»[12].

O poder económico generalizou a cultura e, apesar de vermos expressões culturais em toda a parte, isso não significa que estamos perante a cultura. Eduardo Lourenço alerta para «a total desideologização do signo cultural até à sua provocante perversão: por exemplo, Che Guevara para ilustrar o sucesso mítico do *jeans* ou a muralha da China para servir de pano de fundo às *performances* da Renault»[13].

Poderíamos, então, pensar que esta banalização cultural, apesar de nos afastar de uma ideia de modernismo, teria um papel importante de democratização e abertura da possibilidade do sonho a todos os indivíduos, porém revela-se como um produto económico que encara os cidadãos como possíveis consumidores, iludindo com uma aparente felicidade de um mundo plástico, criado com um fim claro.

Segundo Eduardo Lourenço, neste processo económico «qualquer mancha indelével não permite aos excluídos dele, ou por ele excluídos, aceder senão como escravos inconscientes da droga com que são inoculados àquele estatuto humano que foi sonhado sob o emblema e a utopia libertadora da cultura. Num tempo que, como todos os outros, só pode ser vivido como nostalgia, a cultura converteu-se na

[10] Lourenço, *ob. cit.,* p. 22.
[11] *Ibid.*, p. 23.
[12] *Ibid.*
[13] *Ibid.*

sua própria utopia. É assim que ela pseudovive na era da mundialização»[14].

Com a profunda alteração e homogeneização do modo e padrões de vida sociais do mundo, provocados pela mundialização, urge refletir sobre o que ainda distingue os povos. Haverá ainda diferença identitária ou transformámo-nos num super continente de modelo único? Seremos estrangeiros na nossa própria casa? Teremos ainda um lugar para chamar de "casa" ou perdemo-lo ao adquirir o estatuto de "cidadão do mundo"? A unificação tornar-nos-á maiores ou esvazia-nos de sentido? Terá o indivíduo perdido a sua própria individualidade?

A este respeito, Eduardo Lourenço toca num ponto que se considera fundamental - a humanidade ou aparência de humanidade. Estaremos perante uma construção artificial de humanidade que nos faz acreditar que a humanidade é, afinal, o que não é? O autor refere que «tudo se passa como se esta espécie de irresistível *universalidade*, pelo seu grau de abstracção e de realidade sem *sujeito próprio*, mau grado o consumo de ídolos que fornecem a esse superego mundial uma aparência de humanidade (…), com total rasura de ícones político-mediáticos, não fosse objecto de *apropriação* vivida, quer a nível pessoal, quer colectivo»[15].

Esta ausência de valor verdadeiramente humanístico, que se estende por todas as áreas e instituições, provoca uma perda de identificação e, de acordo com a análise de Eduardo Lourenço, não há vontade de contrariar esse caminho, pois «nenhum super-Estado (depois do fim de Ialta), nenhuma superinstituição - Nações Unidas ou Unesco -, (…) é objecto de qualquer investimento afectivo, emocional, onde os homens se reconheçam. A esse título, não só em termos geo-políticos tradicionais, mas conflitivos, numa perspectiva ideológica ou religiosa, a humanidade está sem futuro e sem horizonte»[16].

A mundialização, que pretende a aproximação de todos e a habitação dos não-lugares, através da vivência do espaço virtual, olvidou-se da componente espiritual, própria da interioridade e daquilo que nos é próximo. Eduardo Lourenço evoca que, nesta «desertificação simbólica que a cultura de massas instituiu, uma única realidade substitui todas as outras como *lugar da identificação* emocional e mesmo de identidade: o da *nação*»[17]. Esta identificação acontece, segundo o autor, através da cultura, por ser o domínio capaz de incutir sentidos particulares que cimentam um espírito de família. Mais indica que «o sangue desta comunicação não é outro senão a *língua*. E nela, e com ela, o tempo mais arcaico, quer dizer, original, de uma comunidade. À universalidade abstrata ou pouco integradora da *world culture* opõe-se, como refúgio, sinal distintivo, o espaço simbólico, imediatamente assumido, da cultura "tribal", que pode ser a da nação, ou mesmo de um continente, se como

[14] Lourenço, *ob. cit.,* pp. 23-24.
[15] *Ibid.*, p. 26.
[16] *Ibid.*
[17] *Ibid.*, p. 27.

realidades supra e interpessoais são percebidas e apaixonadamente vividas»[18].

A língua, para além de um meio comunicacional, carrega a essência de uma comunidade, a sua história, o seu conhecimento, as suas tradições e práticas sociais, a sua espiritualidade e o seu simbolismo. A língua é a seiva cultural de uma comunidade e é a cultura que identifica e atribui sentido aos povos, conferindo-lhes um sentimento de pertença, de reconhecimento e de humanismo. O homem necessita de se sentir integrado, parte integrante de uma ordem que não lhe é alheia nem estranha, de forma a perceber o sentido da sua existência nas raízes que o prendem.

Para Eduardo Lourenço, «na atual desordem mundial, esta redescoberta do nacional e da nação, apesar dos perigos chauvinistas que fizeram do século XX um século de horrores, pode ter uma função positiva»[19], afirmando que o final deste século terminou sem imagem alguma, escondendo a «miséria, real ou simbólica, no seio materno do inconsciente colectivo»[20], considerando que «o da nação é ainda o menos tenebroso»[21].

Poderemos questionar a citação referente a um século sem imagem, recordando que foi escrita no ano de 1998, com a avalanche de imagens que já se verificava e que chegava através da televisão. O autor, a este propósito, abordava a presença de um regime de absoluto bombardeamento informativo, castrador do direito ao silêncio do indivíduo, tendo como objeto um dispositivo de luz permanente, a televisão, onde a noite deixou de existir, com o objetivo retórico de seduzir através da imagem, em função mercantil, criando, assim, uma rentabilidade mediática.

A massificação deste consumo imagético, segundo Lourenço, universalizou o modelo cultural americano através de «um código *inocentemente universal* aos códigos das nossas tradições e ritos culturais próprios»[22], simplificando-os.

Somos, então, consumidores de imagens, mas estaremos suficientemente aptos para interpretar e descodificar o seu sentido mercantil ou seremos, inconscientemente, servos do mercado? Haverá, ainda, espaço e tempo para o silêncio?

Nos dias de hoje, multiplicaram-se os dispositivos através dos quais as imagens nos invadem. À televisão, somam-se computadores, *smartphones, tablets*, ecrãs por toda a parte. A vida depende já de uma conexão ao mundo concretizada através de uma tela com acesso à internet. Se nos anos noventa era notório um consumo universal de matriz americano, hoje, essa matriz consolidou-se. Não só através do incontestável poder das imagens, mas também através da linguagem. Fazem parte do nosso quotidiano, e cada vez mais, expressões americanas que acabam por integrar o nosso dicionário. Este modo de vida universal verifica-se também com a

[18] Lourenço, *ob. cit.,* p. 27.
[19] *Ibid.*, p. 29.
[20] *Ibid.*
[21] *Ibid.*
[22] *Ibid.*, p. 38.

multiculturalidade, presente na maioria das cidades, que dissolveu, aparentemente, as características nacionais dos lugares, transformando-os em lugares comuns, com práticas e hábitos universais, sem fronteiras, abertos e conectados ao mundo. Nas maiores cidades do nosso país, a língua inglesa é commumente ouvida, o comércio e os serviços são explorados, também, por estrangeiros que nos fazem, por momentos, esquecer que estamos em Portugal. As cidades uniformizaram-se, os consumos também.

Onde se encontra, então, a raiz cultural que continua a dar sentido à afirmação de *ser português*? Atrevemo-nos a dizer que a cultura se encontra no silêncio, na fuga deste quotidiano que nos atropela a existência, com a pressão do tempo, da aparência, da expectativa e do dinheiro. A cultura é o "desligar de ecrã" a que Eduardo Lourenço se referia, é a pedagogia dos signos, a bagagem que nos permite descodificar o mundo e questionar os seus propósitos, a libertação da subserviência de um mundo que gira em torno do lucro. Talvez seja na cultura que se encontre, mesmo que por instantes, a liberdade à qual o mundo livre nos privou.

Num mundo onde a noção de tempo se alterou, por não conseguirmos ser tão rentáveis quanto o mercado esperaria, conseguirá o Homem libertar-se das amarras do estado *online, d*e vigília permanente, e ter coragem para viver o ócio? Haverá, nesta pressa constante, tempo para o tempo de qualidade?

Os novos tempos trazem-nos essa esperança. Emerge uma perceção de que o tempo de vida não poderá ser exclusivamente gasto a produzir e, com isso, uma valorização e vontade para usufruir da vida pessoal e familiar. Numa era onde a inteligência artificial nos ameaça, importa distinguirmo-nos pelo traço que melhor nos caracteriza - a humanidade - e ser humano é ser, necessariamente, um ser cultural.

Quando o mundo parece querer robotizar-nos ou substituir os nossos atos criativos, o Homem encontrará, como resistência, a sua elevação espiritual. Será essa, quiçá, a nossa salvação.

Referências bibliográficas

Augé, M., *Não-Lugares Introdução a uma antropologia da sobremodernidade*, 3ª ed., Letra Livre, Lisboa 2022.

Debord, G., *A sociedade do espectáculo*, trad. Francisco Monteiro, Antígona Editores Refractários, Lisboa 2021.

Lourenço, E., *O Esplendor do Caos*, Gradiva, Lisboa 1998.