

COUTO, Mia. *E se Obama fosse africano?: e outras intervenções*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

INSPIRAÇÕES MOÇAMBICANAS

Bruno Pompeu¹

Será que o fazer científico – essa prática constante da pesquisa, esse exercício diário da reflexão, esse hábito interminável de pensar e tentar descobrir – precisa ser sisudo? Será que a produção acadêmica pode, às vezes, se dar o luxo de buscar referências, ideias, inspirações e pensamentos em fontes não tão previsíveis e tradicionalmente legitimadas, indo colher tudo isso, quem sabe, em mananciais mais de sensibilidade, de arte, de literatura e de poesia?

Um dia, em uma banca de mestrado, Lucia Santaella assertou: “isso é Peirce puro”. A eminente pesquisadora estava se referindo a uma simples frase de Mia Couto, citada pelo candidato ao título de mestre em sua dissertação. A frase era: “As ideias não nascem na cabeça das pessoas. Começam num qualquer lado, são fumos soltos, tresvairados, rodando a procura de uma devida mente” (2007: 43). Se, isolada assim, em um texto de cunho científico, a frase bem parece fazer parte de um tratado sobre a intuição, o pensamento, a cognição, o método e assuntos afins – como em Santaella mesmo (2004: 2001), ou em Descartes, por exemplo –, lida em seu contexto original ela talvez não passasse de sabedoria popular. Eis aí o grande mérito de toda a produção literária de Mia Couto: conseguir transformar a sabedoria popular – aquele conhecimento disperso por entres analfabetos, mortos, personagens e crenças – em reflexões dignas de serem comparadas a... Peirce.

Mia Couto – certamente o autor moçambicano mais importante e premiado da atualidade e talvez um dos mais relevantes da língua portuguesa como um todo nos dias de hoje – é bastante conhecido pelos seus romances, pelos seus contos e pelos seus poemas. Entretanto, seu livro mais recente – objeto desta resenha – é composto de ensaios, como faz ver a capa da edição brasileira. E talvez seja essa a razão pela qual esta sua obra possa ser considerada a mais salpicada de reflexões. E mais:

¹Doutorando em Ciências da Comunicação, pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Bolsista CAPES. Mestre pela mesma instituição. Publicitário, professor do Instituto Europeo di Design. Membro do GESC³ - Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo E-mail: brupompeu@uol.com.br.

reflexões verdadeiramente surpreendentes, sobretudo para aqueles que se dedicam aos estudos das ciências humanas, como a Comunicação, o Consumo, a Educação etc. Reflexões que fazem eco a esses autores naturalmente consagrados e legitimados no campo científico (Bourdieu 1983: 122-125) e que, portanto, por mais que não passem de literatura, lirismo e sentimentalidades, algum valor hão de ter.

Objetivamente, o livro é formado por textos que o autor preparou para palestras, para conferências, para eventos etc. Apenas o último texto do livro (e que lhe dá nome) foi escrito para ser publicado no jornal *Savana*, de Maputo. Embora, como se pode ver, os propósitos que levaram Mia à pena e ao tinteiro tenham sido os mais variados, em nenhum dos materiais resultantes se fazem ausentes a graça na escolha das palavras, a sofisticação no trajeto do pensamento, a sensibilidade na seleção dos temas e, mais importante, a profundidade e a lucidez das reflexões.

E os assuntos abordados pelo escritor são assustadoramente contemporâneos, como por exemplo, a questão da individualidade fluida e da pluralidade identitária, de que tanto se fala hoje no marketing, na publicidade, na antropologia, na moda, no design, etc. Mia Couto é breve e certo: “A verdade é que nós somos sempre, não uma, mas várias pessoas (...). O segredo é permitir que as escolhas que a vida nos impõe não nos obriguem a matar a nossa diversidade interior” (2011: 80). Ora, se não é disso que falam Massimo Canevacci (2008) e Zygmunt Bauman (2001, 2005) ao defenderem, respectivamente, o conceito de multívíduo e a liquidez das identidades no tempo contemporâneo.

O consumo – outro tema em evidência nas cimeiras acadêmicas das áreas principalmente da publicidade, do marketing e do design – acaba sendo mais um dos assuntos abordados pelas palavras tocantes (e desconcertantes) de Mia Couto. Sobre o caráter coletivo – e, portanto, simbólico, social e cultural – do consumo, vários autores já dissertaram. Néstor García Canclini (2008), Mary Douglas e Baron Isherwood (2004) e Jean Baudrillard (2008) são apenas alguns dos nomes que poderiam aqui ser citados, fazendo referência, cada qual à sua maneira e cada qual com seus preceitos teóricos, a essa característica grupal do consumo. E Mia Couto complementa: “Aquilo que somos não é o simples cumprir de um destino programado nos cromossomas, mas a realização de um ser que se constrói em trocas com os outros e com a realidade envolvente” (2011: 100). Se o consumo é, como se nota, coletivo e simbólico; e, se é justamente através dessa relação do indivíduo com o seu entorno social que se acaba moldando a sua identidade, fica evidente e poeticamente explicada

a centralidade que o consumo assume atualmente, sobretudo como elemento formador das identidades.

Quem, de alguma maneira, se preocupa com ou estuda a formação do jovem terceiro-mundista (seja ele moçambicano, brasileiro ou mexicano), deve já ter se deparado com questões que digam respeito à sua alfabetização (tão precária quanto necessária; tão combatida quanto tão pouco discutida), às suas necessidades de aquisição de conhecimento (às vezes esquecidas, por ele mesmo ou pelos seus responsáveis), ao que lhe aguarda o futuro. Pois que a Mia Couto isso parece também tocar em fundo. Daí que ele dispare: “ter uma língua assim, apenas por metade, é um outro modo de viver calado” (2011: 66) e faça pensar nas consequências mais graves que podem residir no analfabetismo, na incapacidade que o jovem vem apresentando de se expressar verbalmente, nesse cenário tétrico das línguas mal faladas e mal escritas, que se diluem em um linguajar que não é nada que não o resultado da ignorância, do atraso e da incapacidade de pensar.

Só que deixar de pensar não é só não saber manejar com destreza a língua – é também deixar de ser crítico. E um dos aspectos que mais devem atemorizar aqueles que lidam com o ensino superior – da publicidade, por exemplo, para que se fique em campo mais próximo – é a transformação do ensino superior em meros estágios de formação técnica. Estágios em que se buscam muito menos o olhar atento ao contexto que nos rodeia e a capacidade reflexiva do futuro profissional do que um aprender-fazer reprodutivo, sem criatividade, sem inovação, sem nada que não seja cópia e, portanto, estagnação. Mia Couto completa:

Mais do que uma geração tecnicamente capaz, nós necessitamos de uma geração capaz de questionar a técnica. Uma juventude capaz de repensar o país e o mundo. Mais do que gente preparada para dar respostas, necessitamos de capacidade para fazer perguntas. (2011: 44)

Quem vive no ambiente acadêmico da publicidade, por exemplo; quem tem por rotina o contexto da sala de aula dos cursos de publicidade (e de tantos outros, certamente) sabe do embate que diariamente se estabelece entre as disciplinas teóricas e as práticas, quase sempre levando larga vantagem essas últimas (GOMES, 2005: 123). Mia Couto, então, adverte:

A Universidade deve ser um centro de debate, uma fábrica de cidadania activa, uma forja de inquietações solidárias e de rebeldia construtiva. Não podemos treinar jovens profissionais de sucesso num oceano de miséria. A Universidade não pode aceitar ser produtora da injustiça e da desigualdade. Estamos lidando com jovens e

com aquilo que deve ser um pensamento jovem, fértil e produtivo. Esse pensamento não se encomenda, não nasce sozinho. Nasce do debate, da pesquisa inovadora, da informação aberta e atenta ao que de melhor está surgindo. (2011: 44-45)

Ao professor, então, restam o desafio, a responsabilidade e as angústias que naturalmente vêm. E o mesmo autor que aponta as necessidades futuras, fazendo pousar nos ombros docentes uma carga que a um só tempo maltrata, arqueia, orgulha e emociona, é aquele que reconhece o presente. E consola:

A escola é um meio para querermos o que não temos. A vida, pois, ensina-nos a termos aquilo que não queremos. Entre a escola e a vida resta-nos sermos verdadeiros e confessar aos mais jovens que nós também não sabemos e que nós, professores e pais, também estamos à procura de respostas (2011: 56).

Não é que o texto de Mia Couto possa substituir ou mesmo fazer frente aos autores rigorosamente acadêmicos. Claro que não. Aos autores-pesquisadores, todo o respeito. Mas não se pode deixar de considerar a hipótese de um pensamento que se esforce para conciliar o rigor do método, a rigidez da pesquisa científica, a profundidade das investigações mais sérias com a sensibilidade da poesia, com o lírico da arte, com o comovente da literatura. Afinal, como diz Mia Couto: “poesia e ciência são entidades que não se podem confundir, mas podem e devem deitar-se na mesma cama” (2011: 60). Lucia Santaella também acha.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- _____. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática, 1983.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 7. Ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.
- CANEVACCI, Massimo. *Fetichismos visuais: corpos erópticos e metrópole comunicacional*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.
- COUTO, Mia. *E se Obama fosse africano?: e outras intervenções*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- _____. *Terra sonâmbula*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. 3. Ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

GOMES, Neusa Demartini. A comunicação publicitária no Brasil: mercado, ensino e pesquisa. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (et al.) (orgs.). *Pensamento comunicacional brasileiro*. São Paulo: Intercom, 2005.

SANTAELLA, Lucia. *O método anticartesiano de C. S. Peirce*. São Paulo: UNESP, 2004.

_____. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hecker, 2001.