

VILÉM FLUSSER

A consumidora.

Um dos chavões que poluem a atmosfera mental e ameaçam sufocar os nos-
sos intelectos é a expressão "sociedade de consumo". Como tôdo chavão, este
também encobre a realidade que procura captar, e cria, simultaneamente, a i-
lusão de tê-la revelado. De modo que ao dizermos "sociedade de consumo", es-
tamos dando provas da nossa lucidez quanto ao contexto no qual estamos enqua-
drados, (somos pra frente), e simultaneamente estamos sendo dispensados do es-
forço penoso de realmente pensar as profundas e violentas modificações que es-
tão ocorrendo na circunstância que nos cerca. Esta dupla vantagem de chavão
explica a explosão demográfica de tais expressões na sociedade das palavras.
Mas urge um certo controle de natalidade linguística, se o nosso interesse
fôr orientar-nos na circunstância, e não desconversar ela. No caso da expres-
são "sociedade de consumo", por exemplo, teria sido melhor se nunca tivesse
nascido.

Não se pretende negar, com tais afirmativas, que o consumo efetiva-
mente representa um problema central da atualidade. Apenas parece a uma ob-
servação mais emancipada de chavões que o problema de consumo é exatamente
oposto de sugerido pela expressão "sociedade de consumo". O que tal obser-
vação constatará não será apenas o fato óbvio que a geração atual consome mais
que as precedentes, e que gasta mais tempo em tal empresa, mas também e out-
ro fato que a geração atual não é capaz de consumir uma parte considerável
dos produtos, (materiais e ideais), que sobre ela se precipitam, e que é
este segundo fato que representa o verdadeiro problema do consumo. De modo
que uma expressão mais adequada à captação da situação seria "sociedade im-
potente para o consumo". É preciso manter isto em mente quando se quer ten-
tar compreender pelo menos algumas das modificações revolucionárias que estão,
perante os nossos olhos atônitos, reformulando o papel da mulher na socie-
dade. A saber: aquelas modificações revolucionárias que dizem respeito à mul-
her enquanto "a consumidora".

A história da humanidade serve, no caso, apenas para confundir-nos.
Prova que a história ensina apenas que nada ensina. Porque ao longe do seu
curso, desde o paleolítico até a segunda guerra, os bens produzidos nunca
conseguiram suprir a avides da demanda, e eram portanto consumidos prática-
mente todos. Os poucos bens guardados e não consumidos imediatamente exi-
giam que se freie a avides de consumo, (por exemplo pela virtude burguesa
da poupança, imposta, obviamente, não tanto sobre os próprios burgueses, mas
sobre os dominados por eles, fato que explica porque tantos burgueses irati-
cavam tal virtude). Em tal situação o problema da impetência para o consu-
mo nem sequer surgiu, e um artigo de fé tacitamente nutrido por todos, (e
ainda atualmente abrigado por muitos, a despeito da evidência contrária), re-
zava: a capacidade consumidora humana é sempre maior que sua capacidade pro-
dutora.

Em consequência a história da humanidade nos oferece o seguinte mede-

VILÉM FLUSSER

le da cultura, atualmente inaplicável: a cultura é um organismo que devora a natureza, (produzindo bens), excreta natureza, (consumindo bens), e que cresce, (poupande). Produzir significa arrancar pedaços à natureza, e dar-lhes valor e forma. Consumir significa gastar valores e formas e devolver os pedaços desvalorizados e desinformados à natureza. Poupar significa armazenar valores e formas. A cultura é pois armazen crescente de valores e formas. Engajar-se em cultura significa engejar-se em valores e formas, e centra e sem-valor e a tendência desinformada da natureza, significa portante engajar-se na dignidade humana, (no "bem" e no "bele"). E a meta do processo todo, (da qual a história se aproxima assintoticamente), é um estágio no qual toda natureza foi transformada em cultura, foi valorizada, informada, isto é: humanizada.

O modelo esboçado é atualmente inaplicável, porque atualmente existem ilhas crescentes na cultura, (principalmente nos Estados Unidos e na Europa Ocidental), nas quais a evidência é aproximadamente esta: A circunstância humana nessas ilhas está repleta de produtos, (sejam eles "duráveis" ou "perecíveis", da distinção esta muito relativa). Estes produtos formam um labirinto de movimentos e hemens. Parcialmente ocupados na tarefa de produzir mais produtos. Parcialmente na tarefa de transportar os produtos de um lugar no labirinto para um outro. Parcialmente, (sempre mais desesperadamente), na tarefa de consumir os produtos e fazê-los desaparecer do ambiente. Parcialmente na tarefa sempre mais difícil de encontrar-se mutuamente e dar-se as mãos a despeito dos produtos que interferem e obstruem os caminhos de homem para homem. E parcialmente na tarefa de encontrar um caminho que conduza para fora de labirinto, (quicá rume à natureza que desapareceu no além do horizonte). E em todos os cantos do labirinto está se amontoando lixo, isto é: produtos mal consumidos e jogados "fora". E é este lixo que merece uma atenção mais apurada, porque tende a ser a parte mais determinante da condição humana.

O lixo que está inundando a cultura na forma de produtos mal digeridos e vomitados, (produtos materiais e ideais), não apenas atrapalha os passos dos homens que perambulam no labirinto, corta as palmas dos seus pés com seus cacos, infecta com seus bactérios de podridão os seus pulmões e suas mentes, mas ainda atrai os homens com sua moleza informe de lodo. Uma parte da geração mais nova revolve-se no lixo, tomada de uma "nostalgia de Lybue" reminescente da sanidade da natureza de romantismo. (Tomam eles, por engano ontológico, o lixo por natureza). Contra tal inundação o sistema de canalização e esgotos instalado por nossos antepassados vitorianos nada pode. Porque não se trata de inundação catastrófica devida à falha de sistema, (como o foi o nazismo). Trata-se, pelo contrário, de infiltração constante e endêmica, devida à impotência da capacidade consumidora humana em acompanhar a sua capacidade produtora. Para compreender-se isto, é preciso aprofundar-se um pouco no problema do consumo.

VILÉM FLUSSER

Consumir, no modelo sugerido pela história, significa gastar valores e formas dos produtos, e devolvê-los à natureza. A ideia que fundamenta tal concepção do consumo é esta: A natureza não tem valor, e tende, pelo segundo princípio da termodinâmica, para desinformar-se. A cultura impõe valores e formas, e opõe-se portanto à natureza. E o produto consumido perdeu valor e forma, e voltou portanto a ser natureza. O erro, atualmente óbvio desta ideia fundamental é este: Não é que a natureza não tenha valor, (seja "wertles"), mas ela é isenta de valor, (é "wertfrei"), e como tal desafia a valoração humana. Assim, como desafio, ela é o futuro da cultura. Mas o produto consumido não é isento de valor, ("wertfrei"), senão é desvalorizado, ("entwertet"), e como tal atesta a efemeridade da valoração humana. Assim, como atestado, ele é o passado da cultura. Portanto não pode ser confundido com natureza, e não foi devolvido. E não é o caso que a natureza seja inerte, mas desinformante, e como tal desafia a criatividade de humana. Mas o produto consumido não é desinformante, é desinformado, e como tal problematiza a criatividade humana. Não é natureza. Em suma: a natureza não é como deve ser, e portanto provoca a cultura, (a qual procura fazer com que a natureza seja como deve ser). E o produto consumido é como não deve ser, e portanto põe em questão a cultura, (a qual, ao consumir produtos, não fez com que a natureza seja como deve ser, mas, pelo contrário, fez com que aquilo que não deve ser seja). O produto consumido não é natureza, é lixo. Isto é: antinatureza e também anticultura. Na sua antinaturalidade o lixo se parece com a cultura, e na sua anticulturalidade ele se parece com a natureza, mas não se confunde com nenhum dos dois reinos. De forma que consumir não significa devolver algo à natureza, mas estabelecer um terceiro reino da realidade: o reino do lixo. A impetência humana para o consumo pode, portanto, ser assim formulada: embora o homem seja capaz de valorar e informar a natureza, ele é incapaz de armazenar permanentemente os valores e as formas, e também incapaz de eliminar definitivamente os valores e as formas gastos. Se quisermos chamar a natureza "futuro", a cultura "presente" e o lixo "passado", a impetência humana para o consumo pode ser reformulada existencialmente: o homem é capaz de apresentar o futuro, mas incapaz de manter o presente presente, e também incapaz de assumir o passado como futuro.

Estas considerações, impostas pela observação da cena atual, sugerem um modelo da cultura radicalmente diferente do primeiro. A cultura é um canal que transforma natureza em lixo. Ela o faz produzindo bens e transferindo-os pelo consumo em males. Produzir significa opor-se à tendência inicial desinformante da natureza, e consumir significa opor-se à tendência informante da criatividade. A cultura enquanto armazém de valores é um epícuo entrópico, e serve para acelerá-lo. Engajar-se em cultura significa

WILEM FLUSSER

Engenharia e tarefa auto-destrutiva. É a meta do processo tódo, (da qual a natureza se aproxima rapidamente), é um estágio no qual tóda natureza foi desnaturalizada e deshumanizada). Não há co-
nformada em lixo, (isto é; desnaturalizada e deshumanizada). Não há co-
no escapar a tal medida maniqueísta para quem observa as ilhas ditas "des-
envolvidas" na cultura da atualidade, (e as quais são as metas do resto da
cultura da atualidade).

Para ser, no entanto, o impacto do problema do consumo em tóda a
sua irreversibilidade, é preciso considerar rapidamente um outro aspecto seu.
O lixo é o passado da cultura, como a natureza é o seu futuro, e a idade
da cultura pode ser calculada pela relação "natureza:lixo". Mas o lixo é
o passado recalçado, fato este que explica ter ele surgido à tona apenas
recentemente, quando a cultura entrou em idade avançada, (senilidade, pós-
história, plenitude dos tempos). Com efeito, a cultura tem dois passados:
uma ténue camada superficial de valores e formas armazenadas, e as grossas
camadas recalçadas e subjacentes do lixo. A ténue camada é o passado assu-
mido, (isto é; guardado na memória, portanto sempre apresentável e disponí-
vel). É este o passado histórico no sentido restrito do termo. As grossas
camadas são o passado recusado, jogado fóra, aparentemente eliminado e supe-
rado, (isto é; esquecido e portanto não apresentável). É este o passado con-
sumido da cultura. O fato, atualmente óbvio, de que tal passado consumido, co-
mora não apresentável por nós, passa a apresentar-se espontaneamente, co-
me que sorrateiramente e subrepticiamente, prova existencialmente a nossa
impotência para o consumo. De forma que atualmente o consumido e espontâ-
neamente apresentado nos condiciona muito mais que o armazenado e delibera-
damente apresentado. Somos muito mais condicionados por carcasas de auto-
móveis jogados fóra, por radioatividade atmosférica de energias gastas, por
comportamentos tribais há muito recalçados, por nacionalismos e ideologias
recentemente consumidos, que por geladeiras, ares condicionados, universi-
dades e nações unidas. Já que o passado recalçado e consumido nos condi-
ona muito mais que o passado histórico e apresentável, estamos perdendo o
interesse pela história e adquirindo o interesse pela arqueologia, (que é a
pesquisa do lixo). Não apenas pela arqueologia clássica, (que pesquisa li-
xos, esporádicos e periféricos), mas também por arqueologias mais penetran-
tes, como seja a ecologia, a psicologia de profundidade, a etimologia, a
mitologia etc., (que pesquisam lixos mais atuantes). A nossa esperança ao
elaborarmos tais disciplinas é que o lixo rememorado deixe de condizionar-
nos. Que, se nos tornarmos conscientes da nossa impotência para o consumo,
essa impotência passe a ser mais um dado a ser por nós manipulado criativa-
mente. Como as ciências da natureza nos libertam paulatinamente da deter-
minação natural, e como as ciências da cultura pretendem libertar-nos da
determinação cultural, assim as ciências arqueológicas devem libertar-nos
da determinação do lixo. O futuro mostrará até que ponto tal esperança

VILÉM FLUSSER

é justificada, mas não resta dúvida que ela é uma das poucas esperanças que temos. E tais disciplinas arqueológicas são correspondíveis pelas modificações revolucionárias que estas ocorrendo atualmente.

Pois é sob o enfoque de tais arqueologias que devemos tentar captar a nova mulher, inclusive no seu aspecto "a mulher consumidora". Porque as tentativas atuais de muitas mulheres de assumirem a sua feminilidade para de pois modificá-la, tentativas essas já esbanzadas, embora apenas esboçadas, são resultado não tanto de uma tomada de consciência histórica, senão de uma tomada de consciência de uma realidade encoberta por grossas camadas de lixo. Com efeito, a mera questão "Que é, em realidade, ser mulher?" quase nas per si não se põe, por tantos aspectos da feminilidade terem sido gastos e consumidos pela cultura, (por valorização e formalização, e desvalorização e deformação subsequente), e o lixo acumulado por esses aspectos gastos ter coberto tão densamente a realidade, a ponto de ser praticamente inatingível, de maneira que a questão não parece ter sentido. No entanto, são os aspectos consumidos da feminilidade que condicionam atualmente a mulher, (e, em consequência, o homem), muito mais que aqueles aspectos que são apresentados deliberadamente pela cultura como valores e formas "vigentes". O que nos espanta na nova mulher portanto não é a sua recusa aos valores deliberadamente apresentados, mas a sua retomada e subversão revolucionária dos valores consumidos. O que nos espanta, em outras palavras, não é que a nova mulher se recusa de votar nas eleições presidenciais americanas, mas que se recusa de usar os cosméticos americanos. Que se recusa de consumir cosméticos, os quais, obedecendo a um valor consumido mas que nos condiciona, transformam a mulher em produto de consumo para o homem. Que se recusa de consumir para ser consumida, e que começa a assumir, não enquanto consumidora consumível, mas enquanto consumidora produtiva. E pode fazê-lo, em parte porque as disciplinas arqueológicas começam a desenterrar, no fundo de detritos imemorais, as raízes da feminilidade há tempos eliminadas, esquecidas e "superadas".

Explicação histórica do papel e da função da mulher na sociedade óbvia mente não faltam. Mas tais explicações, (como a dialéctica que diz respeito à divisão de trabalho e subsequente dominação da mulher pelo homem), embora provavelmente corretas, não motivam a revolução feminina atual, (como talvez motivavam a revolução abortada das meias anais vitorianas). E isto é motivo para um otimismo reservado: talvez a revolução atual, (e não apenas a feminina), não falhará como falhou a vitoriana, (inclusive a russa), porque a atual visa mudar o homem e a mulher não apenas superficialmente, (substituir de valores deliberados por outros igualmente deliberados), mas radicalmente, (transvalorando todos valores, inclusive os consumidos). E talvez possa fazê-lo, na medida na qual se dá conta que o homem e a mulher são impotentes para valorar permanentemente e desvalorar permanentemente.

VILÉM FLUSSER

ta pouco faltam explicações biológicas da função da mulher na sociedade. Mas, felizmente, explicações de tipo biológico, (que são as mais degredantes, porque reduzem fenômenos humanos ao nível animalesco), estão atualmente perdendo rapidamente seu impacto, na medida na qual as ciências em geral, e as biológicas em particular, libertam a humanidade da determinação do corpo humano. A pilula anticoncepcional separou para a mulher a função libidinosa de sexo da sua função procriativa, a inseminação artificial brevemente separará para ela a procriação de própria ato sexual, e num futuro previsível métodos incubatórios separarão a procriação da gravidez, (a qual se tornará tão arcaica quanto atualmente é arcaico deverer animais vivos). De maneira que tais características biológicas da mulher deixarão de condicionar seu papel na sociedade, como já deixou de condicioná-la o peso do seu corpo e o comprimento de seus cabelos. A revolução atual é motivada tão pouco biologicamente quanto o é historicamente. É revolução radical, e penetra mais profundamente que nas camadas politico-econômicas e biológicas, tidas por "infra-estruturas" por gerações anteriores.

A mulher é determinada na sociedade por fatores muito mais fundamentais que os econômicos e biológicos, e esses fatores estão, todos eles, encobertos pelo lixo do esquecimento. Escondem-se naqueles depósitos de lixo chamados "inconsciente" ou "mito", e de lá ressurgem espontaneamente e periódicamente para terrorisar mulheres e homens, nas formas impudicamente nhas como o é a mãe devoradora e o amante castrado, ou nas formas castamente mascaradas como o é a pátria querida e o patriota. Desenterrar esses fatores, assumi-los enquanto determinantes, embora há muito consumidos, (na passagem do paleolítico para o neolítico), e depois tentar informá-los e valorizá-los, esta parece ser a meta da revolução ora em curso. É um desses fatores em vias de ser desenterrado é aquele que determina a mulher enquanto consumidora.

Sob visão fenomenológica, (e a fenomenologia é um método potente da nova arqueologia), revela-se, como aspecto fundamental da feminilidade, a concavidade. A mulher é côncava, o homem convexo. É necessário notar, no entanto, imediatamente o seguinte: há formas convexas na mulher e côncavas no homem, (tanto nos seus corpos, quanto nos seus gestos, quanto na sua forma mentis). A oposição "masculino:feminino" não é a oposição "homem:mulher", mas a oposição "masculinidade:feminilidade" dentro da própria mulher e do próprio homem. É banal dizer que concavidade e convexidade são complementares, e que, quando conjugados, formam um todo. É igualmente banal dizer que concavidade e convexidade são antitéticas, e que a síntese de ambos é superação de ambos. Muito mais significativo é dizer que concavidade e convexidade se sobrepõem mutuamente, de maneira que a própria conjugação de ambos pode ser vivenciada e compreendida apenas do ponto de vista da concavidade ou da convexidade. A tragédia da mulher na sociedade é exatamente esta: A conjugação de concavidade e convexidade é vivenciada e compreendida pela

VILÉM FLUSSER

cultura exclusivamente do ponto de vista da convexidade, já que o ponto de vista da concavidade foi consumido e jogado no lixo no fim do paleolítico, (ou quiçá até antes). De maneira que a mulher pode assumir a sua feminilidade apenas do ponto de vista masculino. Até muito recentemente, (até a revolução do lixo), o ponto de vista feminino sobre a feminilidade, (e a masculinidade), não era apenas indisponível, mas inimaginável. E isto é trágico não só para a mulher, mas igualmente, (embora em segundo grau), para o homem. Atualmente, no entanto, embora o ponto de vista feminino continue inacessível, tornou-se pelo menos nebulosamente imaginável.

O ponto de vista masculino pode ser elaborado com relativa facilidade e a partir da observação do ambiente cultural no qual vivemos, já que nos: cultura foi projetada desse ponto de vista. E aproximadamente este: A concavidade é desafio para a convexidade. A convexidade não pode tolerar que a concavidade seja, deve enchê-la. Por isto mesmo a concavidade é o lugar do engajamento e a meta da convexidade, e é na concavidade que a convexidade se realiza. "Encher o vaso" é portanto o lema que inspira toda a nossa cultura, e este lema pode ser lido tanto negativamente como "o horror do vácuo quanto positivamente como "a conquista do espaço". Ao nível neolítico o lema pode ser visualizado como semente lançada no sulco do campo, e ao nível tecnológico como foguete lançado no campo gravitacional de Vênus. Trocando em mudo tal lema, pode dizer-se que a masculinidade produz para o consumo pela feminilidade. E esta será talvez uma resposta ingénua à pergunta: "Qual o papel da mulher na sociedade de consumo?" "Consumir o produzido pelo homem".

Bem no fundo isto implica ser a mulher, do ponto de vista masculino, lata de lixo, embora por vezes lata glorificada. Em termos católicos, ela é bra vaso do pecado, bra cheia de graça, mas sempre vasilhame. E por ser lata, ela é mero objeto para o homem, embora seja talvez o objeto exclusivo para o homem. A tragédia justamente é que ela é necessariamente também objeto para si própria, já que ela pode ver-se apenas do ponto de vista masculino. Tal auto-coisificação da mulher é trágica não apenas para ela, pois que faz com que o homem é incapaz de encontrar nela seu outro. Com efeito, o que encontra nela é uma realização de si próprio, realização essa na qual ele próprio é consumido. Porque a mulher, por ser lata de lixo, não consume apenas os produtos do homem, (e com isto o próprio homem pouco a pouco): mas ainda o homem inteiro de corpo e alma. Ela é o burraco voraz dentro do qual o homem se precipita no seu engajamento cego contra o vaso. De maneira que a mulher é consumidora não apenas dos produtos do homem, mas do próprio homem, e o homem vive para ser consumido por ela. Ela é o futuro do homem, contra o qual ele se dirige, mas também a morte do homem, e será devorado por ela. Parafraseando Rilke: Ela é grande e nós pertencemos a ela de boca ridente.

Na medida na qual este ponto de vista masculino se ia realizando

VILÉM FLUSSER

pele projeto progressivo da nossa cultura, revelava bra este aspecto seu, bra entre. A mulher tentadora e o culto de Maria mencionados são apenas dois aspectos ~~sublimina~~ revelados na Idade Média, e outros são por exemplo o idealismo alemão e o marxismo, revelados na Idade Moderna. E no estágio atual e pós-mederno o projeto da nossa cultura revela o aspecto derradeiro e final do ponto de vista masculino: a derradeira realização do homem na mulher vai transformando o mundo em lata de lixo. De maneira que podemos dizer que atualmente o projeto do ponto de vista masculino está se esgotan de na forma da sociedade de consumo.

É claro que o ponto de vista masculino, o qual determina sorrateira mente a existência de todos nós, homens e mulheres, implica não apenas atitudes existencias, mas também teorias. Não apenas agimos e sognemos de uma forma imposta pelo ponto de vista masculino, mas também explicamos as nossas ações e sofrimentos desse mesmo ponto de vista. Com isto estamos fechando ao nosso redor e em nosso intimo um círculo vicioso. Criamos uma ideologia (religiosa, filosófica, artistica, política, e, porquê não? científica), a sustentar a nossa praxis masculinista. As revolucionárias atuais chamam a essas ideologias "chauvinismo masculino", sem se darem conta, na maioria das vezes, o quanto é profunda e onipresente tal ideologia, e o quanto o chauvinismo masculino permeia a própria atividade revolucionária dessas mulheres. A revolução, se fôr bem sucedida, não acabará apenas com estas ou aquelas religiões, filosofias, artes, políticas e ciências, mas com todas as nossas religiões, filosofias, artes, com toda política, e talvez com toda ciência, (o que é mais penoso). Porque acabará com todos os nossos conceitos de produção e consumo, de ação e paixão, portanto de vida. E devemos admitir inclusive o seguinte: a revolução feminina é revolução, e quiçá a própria revolução seja uma categoria do chauvinismo masculino? É o círculo vicioso que ameaça fechar-se.

E, no entanto, felizmente, e talvez necessariamente, no instante mesmo no qual o ponto de vista masculino começa a esgotar-se por realização cultural, (na forma da sociedade de consumo, do lixo onipresente, e também na forma do esvaziamento de todas as ideologias), começa a tornar-se imaginável, de maneira nebulosa, o ponto de vista feminino. Talvez seja este: A concavidade é a origem da convexidade. (É preciso alertar contra o perigo de imaginar o ponto de vista feminino como paralelo do masculino. Isto seria uma forma subreptícia de chauvinismo masculino.) O convexo é convexo, porque expellido do côncavo, e mantém portanto a forma do côncavo em negativo, como a matriz impõe, em sua concavidade, a forma convexa sobre a moeda. Por isto a concavidade não é apenas o lugar de origem da convexidade, mas também o lugar da aferição: o convexo volta para o côncavo, para verificar o quanto se manteve fiel na sua forma, e o quanto ganhou lá fora de sua forma. O concavo é a verdade do convexo. Portanto o

VILÉM FLUSSER
côncavo, embora ôco, não é vasio. Vasio é o espaço para dentro do qual o côncavo expelle o convexo, e quando o convexo volta para o côncavo, este o salva da vacuidade. Este é o engajamento da concavidade: expelir corajosa-mente o convexo, libertando parte de si mesmo), e retomá-lo, afim de salvá-lo da perdição, destarte salvando-se a si mesmo. O homem é para a mulher aquela parte de si própria que ela lança, num sacrificio corajoso, ao nada que é o mundo, e que ela retoma, no ato amoroso, para abrigá-lo, e portanto reencontrar-se a si mesma. O homem é a parte alienada da mulher, (é filho), e a salva-se salvando a mulher, (é esposo). De maneira que o homem é a forma como a mulher vive. O homem pertence a mulher no mesmo sentido no qual se diz: "minha vida". É no homem que a mulher se realiza, e não tem sentido, deste ponto de vista, dizer-se que o homem se realiza. Falando vulgarmente, é preciso "cherchez la femme" em todo ato e sofrimento do homem, para compreendê-lo.

Admitidamente, esta tentativa de imaginar o ponto de vista feminino no é extremamente nebulosa, e possivelmente falha. Não por ter sido feita por homem, já que há feminilidade também nele, e já que ele pode reconhecer-se na mulher que ama. Mas por nunca ter sido realizado este ponto de vista, e por serem portanto os seus aspectos inteiramente imprevisíveis. Mas algumas afirmativas podem ser arriscadas, a despeito disto. Por exemplo esta: uma cultura projetada do ponto de vista feminino não seria histórica como o é a nossa. Não o seria, porque não visaria a morte, mas o eterno retorno de morte e nascimento. Não seria marcada por linearidade, (progresso), mas por circularidade, (forma que não tem nome, por ser imaginável). Em nada adianta aqui querer recorrer às ditas culturas matriarcais do paleolítico, para encontrar modelos, porque tais culturas não foram lançadas de um ponto de vista feminino, mas de uma posição difusa anterior à dicotomia. Outro exemplo de uma afirmativa a ser arriscada: uma cultura projetada do ponto de vista feminino não seria produtiva como o é a nossa, e não resultaria em sociedade de consumo. Não o seria pela mesma falta de linearidade. Do ponto de vista masculino o homem produz para consumir e produzir. Do ponto de vista feminino não apenas o consumo pressupõe a produção, mas a produção pressupõe o consumo. A mulher produz o homem, para consumi-lo no ato procriativo, e consome o homem no ato, para poder produzi-lo. A diferença entre produção e consumo, ato e paixão, tão nítida do ponto de vista masculino, torna-se pois ambivalente do ponto de vista feminino. Do ponto de vista feminino, consumo-me quando produzo, e produzo-me quando consumo, e toda ação, para ser ação, é passional, e toda paixão, para ser paixão, é ativa. De maneira que uma cultura assim informada nunca poderia ser captada pelas categorias liberais e marxistas "produção" e "consumo". É isto equivale dizer que ela não seria dialéctica, nem economicamente, nem em outros aspectos.

VILEM FLUSSER

Muitas outras afirmativas quanto a uma possível cultura feminina poderiam ser arrojadas, em tentativa desesperada de querer prever uma cultura que talvez virá a substituir a nossa, para salvar-nos do lixo. São tentativas desesperadas, porque se fosse previsível tal cultura, já existiria. E a mais arriscada de todas seria aquela que procurasse ser resposta à pergunta: "Qual será o papel de homem em tal cultura? Será ele tão auto-alienado quanto o é a mulher na nossa?" Devemos, com humildade que nos é imposta, abandonar a tarefa de prevêr o futuro aos futurólogos, esses chauvinistas masculinos extremados. Mas embora não possamos prevêr o futuro, podemos, (ai do Mds: devemos), esperar por ele. E esta é uma das nossas esperanças, senão a única que nos resta: a nossa cultura, ao encalhar nas praias da plenitude dos tempos, (isto é: no lixo onipresente no nosso ambiente e no nosso íntimo), poderá ser salva por uma reformulação revolucionário do ponto de vista feminino. Mas não será esta própria esperança manifestação de ponto de vista masculino, por óbra inescapável?

Por certo: a revolução feminina é apenas um entre os muitos aspectos que caracterizam a revolução que varre a atualidade. Talvez não devamos exagerar este aspecto. Mas não será verdade que todo fenômeno se revela inteiro sob não importa qual dos seus aspectos? De modo que podemos vêr a revolução atual toda sob o aspecto "revolução feminina", como podemos vê-la, toda, sob não importa que outro aspecto. Uma das limitações humanas é a de não poder ver o mundo simultaneamente sob vários aspectos. Como talvez "Deus" pode. E o aspecto aqui oferecido não é pior nem melhor que outros possíveis.

O título deste ensaio é, não o esqueçamos, "A consumidora". Na sua primeira parte foi empreendida a tentativa de iluminar um pouco o problema do consumo. Na segunda tentativa de iluminar um pouco o problema da mulher que consume. Resta agora tentar juntar os fios e levar o argumento apresentado a bom termo, (desde que se aceite a palavra "bom" com muita reserva). Talvez o seguinte possa ser dito:

A nossa sociedade é rotulada, por chavão gasto, leviano, e altamente duvidoso, "de consumo". O que tal chavão implica é uma sociedade mais interessada em consumir que produzir, mais em receber que dar, mais em gozar que criar, mais em vivenciar o mundo que em mudar o mundo. Uma sociedade portante de telespectadores, (e seus teleprogramadores correspondentes), que de agentes. Pode perfeitamente ser que o implicato pelo chavão seja o caso. Mas mesmo se o for, não é isto que caracteriza fundamentalmente a nossa sociedade. O que a caracteriza, pelo contrário, é a sua impotência para fazer desaparecer do ambiente os produtos gastos, isto é: para consumir num sentido radical do termo. De forma que se trata de sociedade muito mais caracterizada por um passado não digerido que por abertura para o futuro. Em suma: uma sociedade do lixo.

Tal situação se revela, sob análise empreendida a partir do ponto de

VILÉM FLUSSER

vista "masculinidade:feminilidade", como resultado derradeiro, e quiçá inevitável, de uma realização milenar de uma visão masculina do mundo. Com efeito: se a visão masculina implica na tentativa de tapar burracos, tapá-los com lixo é o método mais eficiente, (mais "racional", como se diz atualmente). E o resultado, obviamente, é angustiante, pois a angústia é o clima que surge quando todos os burracos forem tapados.

Dentro de tal situação angustiante cabe à mulher um papel específico de consumidora. Este: no fundo é ela o burrado a ser tapado. De maneira que, sob primeira vista, ela é a grande consumidora dos produtos da cultura. Sob segunda vista, ela é a grande consumida, já que ela própria não passa de objeto, produto de cultura, para o homem. E sob terceira vista, ela volta a ser a grande consumidora, mas desta vez a consumidora do homem. Em suma: a cultura, realização de um projeto masculino, termina naquilo que projetou no início: no grande burraco tapado. Neste final de cultura a mulher-consumidora revela seu aspecto fundamental: é ela a Morte. E sob este aspecto que ela é o sentido e a finalidade da vida do homem. E de sua própria vida, pois ela se vê apenas do ponto de vista do homem. De maneira que podemos dizer que o engajamento em nossa cultura está se revelando atualmente como psulatina busca da morte, um suicídio que está se consumando, (e consumindo), rapidamente e inevitavelmente. Talvez um dos mitos fundantes da nossa cultura seja o da Grande Mãe devoradora. E esse mito se realiza atualmente na forma da Grande Bomba, da Grande Poluição, da Grande Cosmonáutica, (talvez da Grande China). Em suma: A Grande Noite inicial e a Grande Noite final estão cercando, por todos os lados, o dia efêmero da nossa cultura.

Mas a mulher pode ser consumidora também em sentido radicalmente diferente deste. Em sentido que foi profundamente recalçado por nossa cultura. A saber: pode ser consumidora no sentido de salvadora. Como o pode ser é muito difícil dizer, pelo simples fato de ela não sê-lo, e não ter sido permitida, por nossa cultura, de sê-lo. Mas há sintomas na cena atual que esta potencialidade latente na mulher começa a ser desenterrada debaixo de toneladas de lixo acumuladas pelos milênios, afim de tapar também este burraco. Talvez não seja inteiramente perdida a esperança que, exatamente no momento no qual a Grande Noite ameaça a devorar-nos, seremos salvos pela Grande Mãe subjacente. Embora, paradoxalmente, a Grande Noite e a Grande Mãe sejam a mesma. E, para continuar o paradoxo, ser salvo é o mesmo de ser consumido. Mas, antes que se caia em misticismo, perigo sempre latente quando se contempla situações de limite, é melhor parar aqui, e não "rush in" em regiões, as quais "angels fear to tread".