

A LITERATURA POP ALEMÃ DOS ANOS 90 NA LINGUAGEM DE WEBLOG: MANIFESTAÇÕES DO POLÍTICO

Carina Santos Corrêa

*Orientadora: Prof^a Dr^a Mônica Maria Guimarães
Savedra*

Doutoranda

A Literatura Pop alemã teve início, oficialmente, com a publicação do livro “Faserland”, em 1995, pelo jornalista suíço Christian Kracht (2011) e foi um movimento não apenas literário, mas também linguístico, histórico e político, com ampla repercussão social na década de 1990, marcada pela queda do muro de Berlim, pelo fim da Guerra Fria e pela Reunificação alemã.

A Literatura Pop é, frente às transformações sociais da época, uma expressão de mudança de valores e de orientação dentro de um panorama social transformado por decisões político-econômicas significativas, que marcam a história bem da Alemanha como da Europa consideravelmente. É uma manifestação de crítica ao Estado alemão e de questionamento, assim, das normas e padrões da literatura tradicional em âmbito institucional. Com ela, é inaugurada, na Alemanha pós-guerra e reunificada, um novo tipo de literatura que aborda assuntos cotidianos, trivialidades, narradas na primeira pessoa do singular. Apresenta, ainda, uma linguagem escrita com muitos traços da oralidade; cita marcas comerciais, programas de televisão e personalidades do mundo da moda que circulam na mídia na década de 1990, além de tratar de assuntos próprios da juventude: suas modas, interesses e realidades. Tanto xingamentos quanto o uso de palavras escatológicas são também utilizadas como válvula de escape de uma juventude capitalista “on-line”, mas desinteressada em qualquer tipo de regras

e padronização. Ironia e provocação. Isso é ser “Pop”: um movimento de ruptura como resposta a profundas transformações sociais, que afetam de forma significativa o comportamento não só de alemães, mas também de europeus em geral.

A Literatura Pop alemã da década de 1990 é forma de expressão da geração Golf, geração que funciona como uma nova marca de identidade que se instala durante o processo de globalização econômica, de união de mercados através de assinaturas de contratos e acordos para proporcionar a acessibilidade ao amplo comércio internacional. Concomitantemente com a econômica, seguem, ainda, a globalização das mídias tecnológicas, a política e a intercultural. Fronteiras se tornam tênues frente ao advento da globalização, que aproxima países e promove a descentralização. As informações se propagam rapidamente e sem barreiras por todo o mundo tecnologicamente conectado. Dessa forma, a geração Golf tem o primeiro contato com o mundo digital no início da sua juventude, o que traz como consequência o fato de se tornar a geração dos "Konsum-Kids" por influência de "bombardeios midiáticos" recebidos pela internet a todo o momento.

O próprio termo "Generation Golf", usado para designar a geração dos alemães nascidos na até então Alemanha ocidental (BRD), entre 1965 e 1975 - conferido pelo jornalista Florian Illies (2013) ao escrever e publicar, em 2000, a terceira obra da literatura pop com esse título - , é resultado da intervenção da mídia. Em sua “obra-documentário” das impressões e sensações de uma geração capitalista e influenciada maciçamente pela ação do mercado publicitário, Illies narra e descreve detalhadamente, em linguagem coloquial, tendências de comportamento, visões de mundo, impressões e opiniões sobre sua própria geração, nomeando-a, ao intitular a obra de "Generation Golf", em analogia ao sucesso comercial do automóvel Golf, fabricado pela empresa automobilística Volkswagen. O título do livro funciona, a partir desse momento, como uma etiqueta, como uma referência a essa geração.

A geração Golf é uma geração com outros pontos de vista, ou seja, com valores (midiáticos) que vieram se transformando ao longo da história, e que não se identifica com valores tradicionais. É uma geração que reage aos valores ideológicos da geração anterior a deles, ou seja, aquela que vivenciou mais de perto o fim da segunda guerra mundial e que é conhecida como sendo a geração dos protestos estudantis e das passeatas: a geração de 68. Denominada consumista, indiferente e “apolítica”, a geração Golf demonstra insatisfação com o modelo (político)-social atual e instiga, na linguagem de sua literatura, um processo de desconstrução, embora não lute de forma direta por isso. O que toma corpo pelo processo de

desconstrução não precisa ser necessariamente um ideal a ser seguido, pois a desconstrução através da ironia é mais significativa para eles do que pensar em construir algo novo. Essa é a geração Golf, a geração que vivencia, na sua juventude, a união de duas sociedades alemãs paralelas e de economias distintas com o advento da Reunificação alemã. É uma geração que mostra uma reação, mas que não reivindica com instrumentos de luta, como protestos em passeatas estudantis, como no caso da geração de 68. O sentido da palavra “passeata” se transforma para os Golf. Para eles, essa palavra é ressignificada, pois seu sentido se transforma frente à outra marca ideológica. No senso comum, as passeatas são interpretadas como uma forma de participação social, de mobilização em massa, um protesto coletivo com uma reivindicação para pressionar o Estado a alguma reação esperada pelos participantes. Esse instrumento de participação social foi amplamente utilizado pela geração anterior como símbolo de revolta estudantil. Na década de 1990, havia outro momento histórico-social, com outro pano de fundo, que resultou em outra abordagem ideológica: a geração de 68 é a geração que vem logo depois do fim da segunda guerra mundial e que tem como objetivos lutar pela igualdade, pelo trabalho e pela emancipação. Por esses objetivos, a geração Golf já não precisa mais lutar. O momento histórico social dela é, em contrapartida, vivenciar que não existe mais o muro de Berlim, que não existe mais a dicotomia: Alemanha oriental e ocidental, que a globalização e a digitalização iniciam e se desenvolvem rapidamente, em conjunto com a crescente industrialização e, também, com um nível de desemprego assustador, devido a problemas econômicos resultantes da união das duas sociedades alemãs. Ou seja, existem outras circunstâncias de vida e inseguranças. O cunho ideológico se transforma: protestar nas ruas não tem sentido para a geração Golf. A passeata, vista como uma mera aglomeração (inútil) para pressionar o Estado a tomar alguma decisão, perde a importância e é até mesmo ridicularizada em tom irônico em uma passagem de “Faserland”:

Embora, se eu tivesse pensado sobre, eu teria conversado com ele e dito, que eu também vou a passeatas, não porque eu acho que com isso eu alcançaria alguma porcaria, mas sim porque eu amo o clima (nas passeatas). Não há nada melhor do que o momento no qual a polícia pensa em intervir, porque algumas garrafas voaram de novo, e, então, tem um surto de adrenalina nos policiais e também nos integrantes das passeatas, e então a polícia corre, um “foguetão iluminado” voa na rua, e algumas garrafas voam atrás, e então um participante da passeata tropeça, alguém, um pobre porco, que não amarrou os cadarços dos seus (sapatos da marca) Doc Martes, e então caem aproximadamente oitenta policiais em cima dele e o espancam. Sobre isso saem fotos no jornal e então é discutido, se a polícia é violenta, ou os participantes da passeata ou ambos e se a onda de violência escalou. Isso é

de novo uma coisa inacreditável. Nisso dá pra se “ler” tudo sobre esse mundo, como tudo é incompreensivelmente podre. (KRACHT, 1995, p. 30, tradução nossa)

A linguagem da geração Golf é, por conta de tantas transformações histórico-político-sociais, coloquial, trivial, irônico-crítica e com tom de desmascaramento, de denúncia, e até mesmo um toque de agressividade e impaciência. Sua marca é o protesto através do escândalo de quebrar tabus. Destronar a linguagem institucional elitizada da literatura canônica é o primeiro passo para tratar de questões que interessam ao povo em sua vida cotidiana. Como maneira de se defender contra a hipocrisia do Estado, xingamentos são utilizados de forma direta e indireta como manifestação política e ideológica. Seus valores sobressaem pelos sentidos que denunciam os significados implicitamente ideológicos.

Sendo assim, é uma geração pop, pois comporta em si o que é comum a todos. Com a designação “pop”, apresenta-se, além do popular, uma abordagem inovadora da Geração Golf de romper com o tradicional, com o que é legitimado pela literatura canônica como “o certo”, o aceitável na sociedade. O termo "pop" tem sua origem na música, mas além de retomá-la, supera-a em momentos posteriores. Como escreveu Thomas Ernst (2001, p.12), além de a palavra "pop" remeter ao popular, ela também remete a um barulho, a um estrondo, a uma explosão. Algo que perturba a ordem, que incomoda.

Com a palavra “pop”, designa-se, então, mais que o popular, um tipo de literatura que se abre para a cultura de massa e do cotidiano e que, com isso, questiona a ideia de uma verdadeira cultura-padrão burguesa (ERNST, 2001, p. 9). Com tom inovador de protesto contra uma sociedade conservadora, aparece o termo “Pop”, segundo Diedrich Diederichsen, como transformação num sentido de um movimento dinâmico, no qual o material cultural e seus arredores sociais se remodelam e até aí ultrapassam limites fixos: limites de classe, limites étnicos ou limites culturais (ERNST, 2001, p. 6).

A literatura em si, como campo institucional de prestígio, transmite valores culturais de diferentes contextos históricos, transmite visões de mundo, registra acontecimentos e os sentimentos em relação a eles. Ela funciona, assim, como um catálogo de momentos sociais de um tempo histórico. A Literatura Pop dos anos 1990 foi mais do que a literatura até o dado momento conhecida e legitimada como canônica: foi um movimento literário inovador pela sua mensagem, pela sua marca ideológica de insatisfação, de uma não conformidade traduzida em uma linguagem coloquial que abordava assuntos do cotidiano e que servia como reflexo da maneira de ser e de pensar do povo alemão no tempo histórico do “pós-queda do muro de

Berlim” – depois da presença deste por 28 anos –, e da Reunificação alemã, fatos que deixam marcas influentes de mudança de mentalidade e de comportamento.

Em uma linguagem de mundo globalizado e digitalizado, voltada para o mercado de consumo, por influência da Internet como principal mídia tecnológica, a geração Golf transparece indiferença e aparente despreocupação com a política por meio de uma linguagem informal, virtual, coloquial e dialógica. Na primeira obra da Literatura Pop, "Faserland", o leitor tem a impressão de estar lendo um Weblog, tamanho o grau de intimidade com que o não identificado narrador em primeira pessoa relata, com detalhes, o trivial na sua viagem do norte ao sul da Alemanha, terminando-a na Suíça. Durante o relato da viagem, divide suas experiências, suas sensações, impressões, lembranças e reflexões. Promove um diálogo, uma linguagem entre contemporâneos, entre participantes de um mesmo contexto histórico-social. Isso os aproxima e os faz ter o sentimento de identificação. Escritor e leitor estão em processo de interação em uma linguagem livre de forças institucionais, que procura ser econômica e que se volta para a massa ao tratar de seus assuntos típicos, de suas questões. Esta deseja ser compreendida, sem esforço, e se manifesta como um momento de transição da linguagem tipicamente oral para a escrita e do trivial para o institucional. Literatura Pop é, na realidade, uma manifestação linguística, que se apresenta em forma de literatura e que funciona, ainda, como um arquivo dos acontecimentos que marcaram a década de 1990. O cotidiano e o coloquial, em um campo institucional de prestígio como a literatura, é um marco da ideologia da geração Golf, que se manifesta politicamente. O político é uma marca nas entrelinhas, é algo que está implícito e que se manifesta na linguagem irônica e (indiretamente) crítica dessa linguagem pop de Weblog, pois ser contra é também uma forma de participação social e tem um significado desencadeador de sentidos diferentes do que a história, até aquele momento, relatou: que a geração Golf é apolítica, indiferente e desinteressada. Com a mudança de valores, que se processa na história, trata-se de uma maneira de ver e interpretar o mundo diferente das anteriores. E essa nova forma de interpretação é ideológica. Daí resulta que a interpretação é necessariamente regulada em suas possibilidades, em suas condições. Ela não é mero gesto de decodificação, de apreensão do sentido. A interpretação não é livre de determinações: não é qualquer uma e é desigualmente distribuída na formação social (ORLANDI, 2009, p. 47). A interpretação é entendida, no senso comum, como a verdade do que foi proferido ou escrito. Em inúmeros casos há diversas interpretações para um determinado fato, existem alguns sentidos possíveis. É o gesto de interpretação que realiza “[...] a relação do sujeito com a língua, com a história, com os sentidos” (ORLANDI, 2009,

p.47). Sendo assim, a ideologia é o fator chave para que algo seja interpretado e produza sentido.

De acordo com o sociólogo Markus Klein(2003), a geração Golf não foi mais um estilo de uma juventude na história, mas uma geração com um perfil de valores específicos, que a diferencia claramente de outras gerações. Mudança de valores é a palavra chave da característica mais marcante da geração Golf, pois esta é a diferença que mais chama a atenção em comparação com gerações anteriores. Ao mesmo tempo em que há uma mudança de valores, há uma mudança da mudança de valores:

O processo de reversão de mudança de valores na jovem contemporaneidade apresenta-se de forma muito complexa. A geração Golf possuía,consequentemente, a maior pré-disposição para orientação de valores pós-materialistas, que além disso não foi difundida, institucionalmente, pelos meios de comunicação. Mas, ao mesmo tempo, ocorreu nessa geração ao longo de sua vida uma mudança drástica de orientação de valores pós-materialistas. O processo de reversão parece ser, por isso, um processo que foi originalmente realizado e vivido pela geração Golf. (KLEIN, 2003, p. 113, tradução nossa)

Pode-se, assim, perceber, que pela sua linguagem dialógica de Weblog como efeito típico da globalização digitalizada, eletrônica e midiática, a geração Golf comunica seus valores e visões de mundo particulares, mas não homogêneos. Manifesta-se por uma linguagem disfarçada de indiferente e participa socialmente através da insatisfação a um sistema político hipócrita que se sustenta por aparências de que tudo estava bem frente à Reunificação. A Alemanha reunificada enfrentava, na realidade, uma forte onda de desemprego em virtude de problemas político-econômicos advindos, por exemplo, do fim da ditadura comunista-socialista na antiga Alemanha Oriental (DDR/Ostdeutschland). Além de problemas político-econômicos, considera-se o sentimento de incerteza e insegurança dos alemães, integrantes da Geração Golf, que nasceram em uma Alemanha dividida pelo ódio implantado pela Guerra Fria, e, na sua juventude, vivenciaram a queda do muro de Berlim e a posterior Reunificação. O muro de Berlim esteve 28 anos presente na história da Alemanha e representava uma marca física de que ela perdeu a Segunda Guerra Mundial. Sem o muro e com a Reunificação, há uma reestruturação na vida dos alemães. E, essa reestruturação “forçada”, vem acompanhada de incertezas no campo econômico, que ocasionaram uma necessidade de se rebelar por meio de uma linguagem que não procura dizer clara e

diretamente, mas que deixa transpassar o descontentamento com o atual e registra, assim, uma nova ideologia “on-line”, transformada no decorrer da história.

REFERÊNCIAS

ANDERSEN. *Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland*. Opladen: Leske + Budrich, 1997.

BAHRMANN, Hannes. *Am Ziel vorbei. Die Deutsche Einheit. Eine Zwischenbilanz*. Berlin: C.H Links Verlag, 2005.

BARNER, Wilfried. *Geschichte der deutschen Literatur von 1945 bis zur Gegenwart*. München: C.H Beck, 2006.

BAßLER, Moritz. *Der Deutsche Pop-Roman*. München: C.H Beck Verlag, 2005.

BECK, Ulrich. *Was ist Globalisierung?* Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1998.

BECKER, Ulrich. *Zwischen Angst und Aufbruch. Das Lebensgefühl der Deutschen in Ost und West nach der Wiedervereinigung*. Düsseldorf: Wien, New York, Moskau: ECON Verlag, 1992.

DAFFNER, Thomas. „*Generation hat mit dem Demonstrieren aufgehört, weil sie es zu kalt findet*“. Pop-Literatur und ihr Reflex auf die „68er“. 2004. 25 f. Hausarbeit. (Magister Germanistik) Universität Regensburg, Regensburg.

DEGLER, Frank. *Neue deutsche Popliteratur*. Stuttgart: Verlag UTB, 2008.

DITTBERNER, Jürgen. *Neuer Staat mit alten Parteien? Die deutschen Parteien nach der Wiedervereinigung*. Opladen/Wiesbaden: Verlag GmbH, 1997.

ERNST, Thomas. *Popliteratur*. Hamburg: Rotbuch Verlag, 2001.

HOFFMANN, Hilmar. *Gestern begann die Zukunft. Entwicklung und gesellschaftliche Bedeutung der Medienvielfalt*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1994.

ILLIES, Florian. *Generarion Golf*. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag, 2013.

JUNG, Thomas. *Alles nur Pop?* Frankfurt am Main: Verlag Lang, 2002.

KARASEK, Tom. *Generation Golf: Die Diagnose als Symtom*. Bielefeld: Verlag Transcript, 2008.

KLEIN, Markus. Gibt es die Generation Golf? Eine empirische Inspektion. *KZfss Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Köln, n. 55, p. 99-115, 1.sem. 2003.

KOLLE, Lealilith. *Generationen in der Sozialforschung am Beispiel der Generation Golf*. 2008. 22 f. Hausarbeit. (Magister Soziologie) Georg-August-Universität Göttingen, Göttingen.

KRACHT, Christian. *Faserland*. Köln: Kiepenheuer & Witsch Verlag, 2011.

MAHEL, I. *Kontextualisierung*. Anwendung und Funktion in Weblogs. 2006. 24 f. Hausarbeit. (Bachelor Germanistik und Linguistik) Philipps-Universität Marburg, Marburg.

MÖCKEL, Magret. *Faserland*. Königs Erläuterungen. Hollfeld: Bange Verlag, 2012.

ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos*. Campinas: Editora Pontes, 2009.

RAUEN, Christoph. *Pop und Ironie*. Berlin: Verlag de Gruyter, 2010.

SCHROEDER, Klaus. *Der Preis der Einheit*. Eine Bilanz. München; Wien: Carl Hanser Verlag, 2000

SCHULZE, T. *Blog vs. Pop*. Sind Blogger die neuen Popliteraten? 2011.. 20 p. Seminararbeit. (Master Germanistik) Ruhr-Universität Bochum, Bochum.

TILLMANN, Markus. *Populäre Musik und Popliteratur*. Bielefeld: Verlag Transcript, 2013.

URETSCHLÄGER, A. *Generation Gleichgültigkeit? Wie (un-)politisch ist die aktuelle Generation Heranwachsender wirklich?* 2011. 164 f. Diplomarbeit. (Soziologie) Ludwig-Maximilians-Universität München, München.

VON BEYME, *Das politische System der Bundesrepublik Deutschland nach der Vereinigung*. München: R. Piper & Co. Verlag, 1991.

WEDTKE, C. *Die Medientechnologie Weblog*. Beschreibung und Einordnung in die Massenkultur des Internets. 2004. 16 f. Hausarbeit. (Magister Fach Medienwissenschaft) Universität Paderborn, Paderborn.

WEHLING, Hans-Georg. *Deutschland Ost. Deutschland West*. Eine Bilanz. Opladen: Leske + Budrich, 2002.