

TEORIA Y CULTURA

Aspectos de la producción cultural brasileña contemporánea.

Tânia Pellegrini(1)
[Traduc. José Quintero]

“Você sempre pergunta pelas novidades daqui deste Sertão, e finalmente posso lhe contar uma importante. Fique o compadre sabendo que agora temos aqui uma máquina imponente, que está entusiasmando todo mundo. Desde que ela chegou, não me lembro quando, quasi não temos falado de outra coisa”.

(A máquina extraviada,
J.J.Veiga)

SÍNTESES: *La autora estudia las relaciones que el proceso de globalización mantiene con la representación artística contemporánea y con las manifestaciones culturales escritas: partiendo del principio benjaminiano según el cual las formas de la percepción humana están históricamente determinadas por la técnica de cada época, el artículo muestra cómo el horizonte técnico actual desemboca en nuevas formas de percibir el mundo y de representarlo. En este contexto de globalización la autora inserta al Brasil y su producción cultural, señalando agudamente las contradicciones propias de un país que, aún en la periferia, vive una ilusión de sincronía con las nuevas ideas.*

SÍNTESE: *A autora estuda as relações que o processo de globalização mantém com a representação artística contemporânea e com as manifestações culturais escritas: partindo do princípio benjaminiano segundo o qual as formas da percepção humana estão historicamente determinadas pela técnica de cada época, o artigo mostra como o horizonte técnico atual desemboca em novas formas de perceber o mundo e novas formas de representá-lo. Nesse contexto de globalização, a autora insere o Brasil e a sua produção cultural, mostrando agudamente as contradições próprias de um país que, ainda na periferia, vive uma ilusão de sincronia com as novas idéias.*

Introducción.

Definitivamente, hoy no es una novedad decir, vivimos en un mundo de imágenes. Nunca fue tan fuerte la sensación de *dejà vu*, de ya haber estado en un lugar cuando se llega por primera vez. Todos los paisajes nos parecen visitados, todas las caras conocidas, todos los caminos trillados, todas las historias contadas y todos los cuadros ya vistos: globalmente, todo se reduce a una imagen transmitida por la TV o a un dato disponible en el computador.

El simple acto de ver una película o de presenciar la televisión, de observar cómo las imágenes mantienen un dominio absoluto sobre cualquier dato o información viene suscitando interrogantes relevantes sobre la representación artística contemporánea. Movimiento, visibilidad, simultaneidad de tiempos y espacios son características de la imagen que, desde el surgimiento de la fotografía —y después del cine— comenzó a invadir las manifestaciones artísticas, tales como la pintura, la música, la literatura, mientras se apoderaba de muchos de sus recursos; hoy, en el final del siglo, cuando los procesos de reproducción y difusión parecen haber alcanzado su apogeo, aparecen nuevas e instigantes preguntas.

Partiendo del principio de que, según Walter Benjamin, las formas de percepción humanas son históricamente determinadas, entre otras razones, por los hechos técnicos de su época (Benjamin, 1986), parece lógico pensar que el horizonte técnico contemporáneo, pleno de imágenes evanescentes proliferando *ad infinitum*, no sólo viene transformando las formas de percibir al mundo sino también las formas de representarlo.

El elemento más llamativo experimentado por las modernas técnicas de reproducción, después del cine y antes del computador, fue la aparición de la televisión. Y resulta banal que se asocien sus efectos con la cantidad de informaciones, con la caída de calidad en la producción cultural, con la disminución del hábito de lectura, con la banalización de la literatura. Sea cual fuere el grado de verdad de esas afirmaciones, lo que importa retener aquí, es el papel de la TV como símbolo de un período específico de la vida cultural brasileña, marcado por profundas transformaciones; la televisión como el dato más visible de nuestra modernización, fundamento de nuestra industria cultural, punta de lanza de nuestro ingreso en una cultura que se pretende globalizada.

Pero, ¿qué simboliza realmente la TV, en la intrincada red de relaciones entre la percepción del mundo y su representación artística? Esa es la pregunta que intentaremos responder y, para eso, es importante destacar desde luego que, más allá de los aspectos culturales, se envuelven en esa red, como factores determinantes, coordenadas históricas, económicas y sociales.

Coordenadas

Se puede decir que la aparición de la televisión brasileña, en los años 50, vista desde hoy, ya se pierde en un idílico pasado de sectores familiares alrededor de la radio y de las salas de cine llenas los sábados en la noche. La visión contemporánea introduce un toque nostálgico que ahora se percibe como marca de época.

El término contemporáneo, aquí, se refiere a un período que asiste al agotamiento gradual de los cines, al surgimiento de las radios FM, a la televisión ocupando todos los espacios públicos y privados, a la expansión del mercado fonográfico, al crecimiento del mercado editorial, a la definitiva profesionalización del escritor, a la introducción de los computadores. Todas esas modificaciones persiguen una misma lógica, cuyo punto de partida puede ser situado al inicio del régimen militar, cuando poco a poco se va creando una coyuntura político-económica que ya es expresión de un nuevo tipo de articulación con el mercado mundial.

Sus implicaciones para el proceso cultural dicen mucho respecto a la importación de modernas técnicas y esquemas de organización productiva, lo que pasa a exigir cada vez más un reaparejamiento del nuevo mercado de bienes culturales, dentro del cual se incluye la literatura, en busca de crecimiento y sofisticación.

Ese crecimiento ocurre de forma diferenciada, de acuerdo con cada sector, pero su evolución y constante consolidación están vinculadas al hecho de que la instauración del Estado militar apunta, en el nivel económico, hacia una profundización de las tendencias ya verificadas en el período anterior, del gobierno Juscelino, es decir, a la paulatina introducción del Brasil en el circuito del capitalismo avanzado. Este va a traer nuevas formas de organización del trabajo a nivel internacional (la instalación de multinacionales), una nueva dinámica de las operaciones bancarias internacionales (que posibilitó el crecimiento acelerado de nuestra deuda externa), nuevas formas de industrialización y automatización incluyendo el desarrollo y consolidación de los medios electrónicos.

Periodizar un fenómeno de esa naturaleza requiere distinguir entre la instalación de varias pre-condiciones para el funcionamiento de la nueva estructura y el momento en que ellas se combinan ya en un sistema totalmente formalizado. De esa manera, se puede decir que los militares crearon las condiciones necesarias para el funcionamiento del capitalismo brasileño según otra lógica: la de la internacionalización del capital, o según la reciente terminología, la de la globalización de los mercados.

En el contexto mundial del desarrollo capitalista, las implicaciones económicas del proceso cultural hablan respecto a las características de lo que hoy se conoce como postmodernidad, inclusive en el Brasil; mejor dicho, ese fenómeno se refiere a la emergencia de nuevos rasgos formales en la vida cultural, que corresponden al surgimiento de un nuevo tipo de vida social y de un nuevo orden económico, llamados también de sociedad postindustrial, sociedad de consumo, capitalismo tardío, etc.

Fredric Jameson considera que el capitalismo tardío (término para él más adecuado entre todos los anteriormente

citados) constituye la más pura forma de capital surgida hasta entonces, “una prodigiosa expansión del capital en áreas hasta entonces no mercantilizadas” (Jameson, 1991: 35)(2), dentro de una periodización en la que apuntan tres momentos subsecuentes, cada uno de ellos marcando una expansión dialéctica en relación con el anterior: el capitalismo de mercado, el capitalismo monopolista o imperialista, y el actual, multinacional o tardío, caracterizado por un increíble salto tecnológico (electrónica, informática, energía nuclear) —la “tercera revolución industrial”— y que viene eliminando, en el centro, los enclaves de cualquier organización pre-capitalista. Con todo (y a pesar de todo), es necesario enfatizar que, tratándose del Brasil, la especificidad de los movimientos incorporados a nuestra economía y sociedad, si no son otros, por lo menos funcionan de forma diferente, con dinámica y tiempos diversos ya que, como es sabido, estamos en la periferia.(3) Eso tiene consecuencias obvias en el establecimiento de nuestras propias coordenadas culturales, que no pueden simplemente reproducir aquí adentro los parámetros de afuera (por muy grande que sea la hegemonía del centro, o de los centros como afirman los estudiosos de la globalización).

Aunque no quisiéramos hoy formar parte de una “comunidad cultural planetaria”, que prácticamente desconoce fronteras nacionales, no se puede ignorar la convivencia, aquí, de miseria y sofisticación tecnológica, de atraso y progreso, de desigualdades regionales, generando hasta hoy un presente desfasado que, como sostiene Roberto Schwarz, es un elemento formador importante de nuestra vida cultural desde sus orígenes (1987).

Ese desfase, de connotación temporal (pues se trata de diferentes ejercicios de desarrollo, de diferentes temporalidades conviviendo en un mismo presente), se suma a otro, más especial en apariencia, conceptualizado por el mismo autor: el de las “ideas fuera de lugar”. Analizando el liberalismo europeo

introducido aquí en el período esclavista, R. Schwarz lo considera "fuera de lugar", por no ser aún adecuado a la realidad social y política del país (1977). Enfatiza así el hiato entre intención y realización, la posición extraña de las ideas llegadas aquí antes del desarrollo de las fuerzas socio-económicas que las habían generado en Europa, es decir, enfatiza el desfase una vez más.

Esos dos conceptos parecen ser, entonces, las dos caras de una misma moneda: la idea de que la vida cultural brasileña siempre fue pautada por la tentativa de armonizar lo nacional atrasado y lo extranjero adelantado, simbolizando la voluntad de sentirse avanzado sin las condiciones materiales para ello. La historia de nuestra literatura tiene mucho que enseñar sobre eso, desde siempre.

La inserción de Brasil en el capitalismo tardío, aunque en la periferia, crea, en un primer momento, la *ilusión* de que ese desfase finalmente va a dejar de existir, en la medida en que, a partir de entonces, las mismas ideas pasan a circular casi al mismo tiempo en casi todo lugar, conducidas por los medios, en un proceso de sincronización nunca antes alcanzado. La sincronía de las ideas, sin embargo, no elimina la realidad de atraso económico-social con relación al llamado Primer Mundo, ni las desigualdades regionales, no obstante procura neutralizarlas a través de un discurso homogeneizante. Ese contenido es bien conocido en la multiplicidad de sus formas. Lo que mudó fue el *medio*: el discurso electrónico ahora es mucho más poderoso.

De manera general, podríamos afirmar que el período que se inicia en el 64 constituye un momento de importantes reformulaciones también para el sistema cultural, en el sentido de su organización en términos empresariales, siendo que, a partir de la "apertura" del 79, se puede constatar que ya existe toda una nueva estructura en funcionamiento y en constante expansión.

Así, la periodización de este artículo tiene marcos precisos en el inicio: los gobiernos militares de los años 60 y 70; la década del 80, en bloque, se coloca como su consecuencia. Escoger una fecha dentro del texto es apenas una cuestión de método, pues las transformaciones aún están en proceso.

En lo que respecta sobre todo a los años 70, el desarrollo del mercado de bienes culturales coincide con la elevación del patrón de vida de las clases medias (propiciada por el clima del "milagro brasileño"). Más allá de eso, ese desarrollo se cargó de toda una implicación ideológica que se expresaba en la censura: ésta, mal o bien, representaba el tipo de orientación que el Estado pretendía conferir a la cultura y acabó funcionando como una especie de emblema de época, a través del cual sería posible interpretar toda la producción cultural, como se interpreta un código cifrado, accesible apenas a los iniciados.

Entretanto, la censura no obró de modo uniforme lo que significa que sus efectos tampoco lo fueron; fue selectiva: impedía un tipo de orientación, pero incentivaba otro. Así, textos específicos (de teatro, música, literatura, cine) fueron censurados, pero no la producción general de esos bienes, que creció y se solidificó, amparada inclusive por el interés de un público mayor en ese período.

Mucho más allá, hubo fases diferentes en su vigencia: el golpe del 64 intentará constreñir la creación artística, sin conseguirlo en un primer momento, porque ella brillaba fuerte entre una intelectualidad preocupada con sus aspectos sociales, volcada hacia un ideario de izquierda. Los mecanismos de estrangulamiento cultural, entonces, constituían todavía una especie de movimiento que procuraba crear bases sólidas para el poder recién instaurado. Se puede afirmar que todavía había una relativa flexibilidad y muchas contradicciones. El verdadero golpe para la cultura, como se sabe, vino definitivamente con el AI5 (Schwarz, 1978).

Cuando comienzan a hacerse sentir las primeras crisis oriundas del fracaso del "milagro", el Estado, después de intentar recuperar el terreno perdido frente a la insatisfacción popular, de la clase media y del empresariado, estableciendo la política de distensión del gobierno Geisel, comienza también a embestir en el terreno cultural. Pasa a intervenir directamente, creando una Política Nacional de Cultura, en 1975. Extremadamente contradictoria, pues se proponía incentivar a través de subvenciones, al mismo tiempo que cohibía junto con la censura. Tal Política refuerza la necesidad de organización de la cultura en moldes empresariales, en donde la profesionalización y la conquista del mercado son puntos cruciales.

El producto cultural va acentuando cada vez más su carácter de mercancía y se estimulan discusiones sobre hasta qué punto él es inmune a las influencias del dinero. Así, citando una vez más una repetida y acertada afirmación: "por opciones de carácter táctico o no, el hecho es que el Estado, sea por su *flexibilidad* ideológica, sea por la precariedad material que rige el trabajo cultural en el Brasil, consigue convertirse en el gran mecenas de la cultura brasileña de los años 70" (Hollanda y Gonçalves, 1980: 37).

Entonces la preocupación en saber si la censura tuvo un papel determinante en la producción cultural de la época, sin ser equivocada, —pues una censura también es un elemento constitutivo—, consigue apenas la superficie de una cuestión mucho más profunda: lo que en verdad ocurre, a partir del 64, es la gradual adecuación del artefacto cultural al circuito nacional e internacional de mercancías.

La gran reformulación por la cual pasa el proceso cultural, en esos años, le confiere, entonces, facciones específicas. Una de ellas, parece ser una especie de nueva vanidad, asentada en la idea de que (¡en fin!), a pesar de la censura, llegamos a la "mayoría" de la industria cultural e ingresamos a la "moderni-

dad-mundo” (para usar un término caro a Renato Ortiz): un sentimiento de superación del desfase bien fundado en las apariencias.

Si los años 70 fueron propicios a la creación de condiciones para que una nueva estructura se instalase, los años 80 van a asistir a su funcionamiento a gran escala, con todas las consecuencias.

El horizonte político-cultural del final de los 70 introducirá innumerables nuevas cuestiones, generadas ya en las nuevas condiciones de producción, ésto es, la consolidación del mercado de bienes culturales, más allá del papel del Estado como mecenas implícito o explícito. Tales cuestiones informan sobre todo respecto de las posiciones divergentes en lo tocante a las relaciones entre los intelectuales y el poder, expresadas en las discusiones al respecto de la *cooptação*, término entonces bastante usado. Están en el banquillo de los acusados, aquellos intelectuales y productores de la cultura que acababan optando por formulaciones culturales “neutras”, socialmente asépticas, buscando el “intimismo a la sombra del poder”, es decir, no discutiendo más los reglamentos de ese poder a cuya sombra estaban libres para cultivar la propia “intimidad” (Coutinho, 1979). Lloverán bolsas, empleos, financiamientos y facilidades para publicaciones, de acuerdo con el beneplácito del poder estatal a los que no se mostrasen “indeseables”. Para éstos, desempleo y censura representada por la imposibilidad de circulación de su trabajo artístico o teórico.

Corriendo paralela a esa discusión, surgen algunas formas alternativas de producción cultural, como, por ejemplo, la poesía llamada marginal y los grupos experimentales de teatro o cine, todos además procurando crear un circuito de producción que atravesara el ya sólido mercado cultural y los centros de poder.

En los años 80, esas cuestiones son eliminadas por la lógica implacable del sistema mercantil y por la dinámica de los medios. La palabra *cooptação* cayó luego en desuso (sin que desapareciese en la práctica), llevada de garrucha en las reclamaciones de "patrullaje ideológico". La poesía marginal encontró una poderosa editora, amplió sus lectores, se profesionalizó, vistió "terno y corbata", según uno de los integrantes; los grupos experimentales de teatro desaparecieron o fueron incorporados a la TV.

Ya en el gobierno de Figueiredo, el cuadro de relaciones entre cultura y poder parece definido en bases sólidamente asentadas: con algunas puertas abiertas, los intelectuales y productores de cultura pudieron sentir que se ampliaba el espacio para la producción. Sólo que ese espacio ya estaba configurado por los parámetros de la industria cultural, siendo el factor decisivo de esa nueva dimensión, una simbiosis operada entre los medios y el mercado. Borrando los límites, relevando matices, estableciendo una indiferenciación completa entre lo que es cultura y lo que es mercancía,(4) se difundió una estética "internacional-popular", fundada en la proliferación de las imágenes, mediante la televisión: la del espectáculo.

El problema de la cultura como mercancía no es nuevo, y sus ambigüedades requieren cuidado en el trato; *lo que es nuevo en el período, es el enlace entre los medios y el mercado*, que introduce indiferenciaciones antes imposibles de conseguir. El uso de la imagen electrónica pasa a establecer nexos y a estimular percepciones antes siquiera pensadas. En un nivel más inmediato, se percibe que los productos vendidos en el mercado (sean jabones, discos, desodorantes o el todavía aurático libro) se tornan entre otras cosas, el verdadero contenido de la imagen transmitida por la TV; ellos pasan a ser conducidos en el interior de los programas, en el enredo de las novelas, embutidos en la materia de los mismos al punto de que algunas veces no queda muy claro si se trata o no de un comercial. Pero

eso forma parte de la estrategia y ya hace mucho tiempo en que, por ejemplo, con el folletín, se consideraba que la literatura perdería definitivamente su aura...

Los años 80, entonces, se caracterizan por una agudización de los trazos presentes en el período anterior, al punto de que en el nuevo contexto, hay un énfasis de otro tipo en la dimensión internacional de la cultura (actitud opuesta al énfasis en su dimensión nacional, trazo constante) que, de hecho, dadas las nuevas condiciones, es nada más que la legitimación de los medios. Se trata, ahora, de superar el desfase por la inmersión en un mundo supuestamente universal y electrónicamente unificado, donde todas las diferencias son abolidas; "son los novísimos términos de la opresión y de la expropiación cultural."(5)

Todos esos elementos aquí esbozados se traducen en trazos formales en los productos culturales, en cambios de estilo que funcionan como detectores de los cambios económicos y sociales en proceso; como rasgos emergentes, pasan a convivir con residuos de otro tipo de producción cultural, característica de ejercicios anteriores, dado que así siempre están presentes diversas soluciones que certifican las contradicciones que operan en la sociedad. Hay innumerables ejemplos en el cine, en la música, en la literatura y en la propia televisión, de los cuales un análisis cuidadoso puede ser bastante eficaz.

La imagen

Como se puede percibir hasta aquí, el hecho decisivo para la vida cultural brasileña en el período abordado es el desarrollo de la industria cultural, en especial la TV. Ese desarrollo fue el resultado de la evidente colaboración entre el régimen militar y los grupos privados que actuaban en el sector, posibilitando una superación de las dificultades tecnológicas que la televisión sufría desde su comienzo, en los años 50.

Es importante señalar algunos datos objetivos: en 1965, se crea a EMBRATEL y el Brasil se asocia al sistema internacional de satélites, INTELSAT. Se inicia la construcción del sistema de redes, en 1968, completado en el 70, con la inclusión de la Amazonia, permitiendo la anhelada "integración nacional", y se hace efectiva una gran transformación en la esfera de las comunicaciones, que corporeiza la ideología de la Seguridad Nacional. Según Renato Ortiz (1988), esa integración ocurre en dos esferas: la de la "unificación política de las conciencias", deseada por los militares y operada por la censura, y la de la integración del mercado, efectuada por los empresarios. Se puede decir, entonces, que, a despecho de la censura, procediendo tópicamente, los intereses generales del Estado y de los empresarios culturales son los mismos; dicho de otra forma, el problema de la censura es coyuntural, al paso que la formación y fortalecimiento de un mercado integrado (incluidos los bienes culturales) ya forman parte de una nueva estructura económica que se desenvuelve en el país.

Todavía, como apuntamos antes, el problema de la cultura como mercancía es bastante antigua; se remonta por lo menos al siglo XVI europeo, y si miramos desde ese ángulo el mecenazgo, por ejemplo, adquiere contornos bastante claros con el surgimiento del ya citado folletín, en el siglo XIX, género inicialmente no legitimado por escuelas o instituciones académicas, sino por el propio juego del mercado.

Lo que se coloca ahora como novedad, en el Brasil, es la amplitud de ese juego que, sobrepasando cualquier frontera espacial o temporal, vía satélite, intenta efectuar una consciente e ineluctable nivelación de la producción y del consumo de bienes culturales, proceso muy semejante al ocurrido décadas atrás en los países del Primer Mundo, especialmente los Estados Unidos. Tenemos, entonces, definitivamente instalada, la industria cultural brasileña.

Pensar la industria cultural brasileña y sus ambigüedades es tarea espinosa, en una época en que ella es considerada dato natural, parte fundamental de nuestras vidas, proveedora de nuestro pasatiempo más fácil y del trazo más visible de nuestra "modernidad". Detrás de las apariencias, con todo, está la realidad del país periférico, con irremovibles desigualdades, lo que implica problemas de fondo.

Existe toda una línea de pensamiento que ve a la industria cultural como resultado de la iniciativa humana, del desenvolvimiento y de la libertad engendradas por el avance tecnológico.(6) Ese pensamiento se construyó con base en el concepto de pluralismo, de una sociedad participativa, en la cual no existe una clase dominante y en la que los viejos conflictos entre capital y trabajo dejarán de tener significado estructural. En ese tipo de sociedad, la cultura no sería más identificada con una clase y se considera que, por primera vez en la historia, la población pasa a tener acceso a una cultura de masa democrática en comparación con el pasado, cuando la mayoría de las personas eran analfabetas. Los nuevos *mass media*, de esa manera, ayudarían a reforzar las instituciones y los procesos democráticos.

Tal abordaje, que ya tiene significativa penetración en el Brasil sobre todo entre los "modernistas da mídia" (Schwarz, 1987: 34)(7), hace suponer a una mundialidad anodina y gozosa, proponiendo una visión neutra de la cultura —entretanto cargada de ideología—, calcada en los patrones internacionales de producción y consumo, considerándola separada de sus determinaciones específicas en el interior de la formación económica y aislada de las prácticas y relaciones sociales.(8) Para los modernistas de los medios, cultura, hoy, es sinónimo perfecto de mercancía.

En verdad, la industria cultural opera como neutralizadora de los posibles conflictos que podrían surgir de una cultura

efectivamente moldeada en las relaciones sociales, cosa que hoy parece cada vez más difícil. Contra las aspiraciones de Walter Benjamin, en el albor de la inocencia tecnológica, las técnicas de reproducción, génesis de la industria cultural, no cumplirán su promesa de propiciar el surgimiento de un arte progresista y asimismo democrático. La "atrofia del aura" es irreversible,⁽⁹⁾ también en el sentido de que está ligada a la inevitable mutación de las formas de percepción humana, que ocurre paralelo a la transformación de los modos de producción de la cultura.

En otras palabras, se puede decir que, con los medios electrónicos, se está modificando gradualmente la naturaleza del conocimiento, que pasa a ser traducido en cantidad de información transmitida, la gran mayoría a través de las imágenes, al punto de que las cosas sólo existirán en la mente después de producidas y/o conducidas por esos estímulos "imagéticos". De ese modo, se altera la sensibilidad perceptiva, no sólo se atenta contra la realidad concreta circundante, sino también contra su reproducción en las imágenes. Por otro lado, debido a su presencia "concreta" dentro de la realidad, la imagen se presenta como elemento constitutivo, un referente inmediato como otro cualquiera, siendo así absorbida. Es esa la esencia de su poder.

Ciertamente ese es uno de los puntos centrales en torno al cual deben ser colocadas las discusiones referentes a la producción cultural brasileña contemporánea: una nueva estructura de conocimiento que se viene efectuando a través de la imagen y de su proliferación ilimitada, introduciendo una dimensión perceptiva hasta entonces desconocida que, de una cierta forma, no corresponde exactamente a la situación de desarrollo económico global de la sociedad, donde aún persisten el hambre, la miseria y el analfabetismo. Mejor dicho, he aquí de vuelta el desfase: sofisticación tecnológica al servicio de la cultura, mientras que ésta se asienta en un modelo de exclusión de la mayoría, desde las raíces.

Se puede afirmar, entonces, que con el fortalecimiento de la industria cultural y básicamente de la TV, la imagen se insinúa cada vez más en todas las dimensiones de la vida cotidiana, ubicua, surgiendo como realidad auto-referencial, remitiendo a sí misma, en una infinita cadena de significantes. Yuxtaponiendo todos los espacios del mundo, instaura la presencia simultánea, atemporal y sin distancia de hechos totalmente dispares: alcanzándose una realidad otra, todavía, sin ningún espesor (Naves, 1989: 177).

Además de esto, la reproducción técnica de lo real fabrica una realidad otra mucho más interesante, una realidad que Guy Debord llama espectacular, (10) debido a la intensificación de forma, color y tamaño, que neutraliza la especificidad del referente. La imagen así creada surge como duplo, como fantasmagoría, como simulacro. Es la imagen del que no existe, la imagen de otra imagen. Como tal, su virtual capacidad de manoseo y manipulación, es ilimitada: fundándose, repitiéndose, yuxtaponiéndose, recortándose, anticipándose, prolongándose, eliminando la posibilidad de surgimiento de un significado nuevo y acentuando la presencia del mismo, siempre, aunque muchas veces rehecho. En ese juego de espejos, el horizonte entrevisto es la conformidad.

Se puede decir, inclusive, que ese "juego de espejos" engloba el espacio privado y el espacio público, intermediados ahora por la imagen, cuyo nuevo estatuto le confiere más importancia que a la propia realidad, desde que, como vimos, en tanto que imagen, ella puede ser eternamente *reordenada*. Siendo elemento constitutivo de las formas culturales contemporáneas, así como de las formas de percibir y representar la realidad, la imagen, no importa su vehículo, se destaca hoy como configuradora de la consciencia, de los valores y de las prácticas sociales, como un inequívoco sistema de administración.

Así, la creciente sofisticación y perfeccionamiento de los transmisores de imágenes no significan liberación en sí: lo importante no son los medios, sino el uso que se puede hacer y efectivamente se hace de ellos. Ya pertenece a un distante pasado la imagen como ocio interesante y todavía amedrantadora, como aquella de la locomotora saliendo de la tela y embistiendo contra la platea ingenuamente en pánico, durante la primera proyección del cinematógrafo...

Para Jean Baudrillard (1983), no existe más, inclusive, un universo íntimo, proyectivo, imaginario y simbólico, un espacio/tiempo privado, correlativo al espacio público, en la medida en que, con TV, computadores y video games (inclusive interactivos), cada persona se ve a sí misma en el control de una máquina, aislado en una posición de perfecta soberanía, que eleva el mundo doméstico a una especie de metáfora absoluta del espacio. Todo el universo parece desdoblarse aleatoriamente en el tejido doméstico, haciendo con ello que desaparezca un escenario antes preservado por la separación entre lo público y lo privado, una especie de "obscenidad" en que los más íntimos procesos de la vida individual se tornan campo fértil para los medios.(11)

La consecuencia de esa identificación entre lo público y lo privado, entre la vida individual y su representación "obscena" es la desvalorización y la desrealización de la propia existencia y de la experiencia individual (Baudrillard habla en un pasaje de "valor de uso" para el "valor de signo"). No hay vínculos directos entre la experiencia y la imagen, pues ésta se halla disociada de la vida real, cuya posibilidad de aprehensión por aquella se torna remota.

Al revés de relacionarnos con la realidad directamente, dependemos cada vez más de una vasta gama de informaciones mediatizadas, que nos alcanzan con más poder, facilidad y rapidez. Es como si quedásemos suspensos entre la realidad de

la vida diaria y su representación, a través de la diversificada y múltiple edición efectuada vía TV: “¡Vamos a acompañar en la TV la cuenta hasta media noche, para entonces conmemorar el cambio de año!”. (12)

Se pierde, pues, lentamente, el eslabón que liga al individuo al mundo, al mismo tiempo que se fortalece –paradojalmente– otro vínculo, que une entre sí a todos los individuos: la pobreza de la experiencia. La sensibilidad de Benjamin ya pronosticaba: “nuestra pobreza de experiencias es apenas una parte de la gran pobreza que recibió repetidamente un rostro, nítido y preciso como el del mendigo medieval. Pues, ¿cuál es el valor de todo nuestro patrimonio cultural si la experiencia no lo vincula a nosotros?” (1986: 115).

Cultura para Millones

Parece importante, en este punto, considerar de cerca el aspecto general de la industria de la cultura, más allá de sus efectos más evidentes. No es novedad decir que los esquemas de transmisión cultural, hoy, son efectivamente industriales, en el sentido de la estandarización y racionalización de las técnicas productivas y de distribución, con consecuencias obvias. La lógica de ese esquema se asienta en la nivelación, visando un rendimiento óptimo que aproxime de inmediato consumidor y producto. Esa aproximación tiene como puente el placer del entretenimiento. El producto así embalado se coloca como objeto del deseo, es sentido como necesidad práctica y pasa a tener utilidad como bien de consumo. Se transforma, pues, en fetiche (Adorno, 1986).

Son conocidas las tesis de Adorno sobre la industria cultural y a pesar de las objeciones hechas (“demasiado pesimistas”, principalmente cuando son cotejadas con el “optimismo” benjaminiano con relación al tema, tan “adecuado” al despuntar de nuestro desarrollo tecnológico), parece cada vez

más claro que los análisis por él desarrollados, en la distante era de la radio americana, hoy casi adquieren sentido de profecía que gradualmente se cumple, inclusive entre nosotros, en la periferia del capitalismo.(13)

Para él, con la industria de la cultura, el propio concepto de gusto, que permitiría una elección personal entre los productos ofrecidos, está rebasado; la elección es casi una falacia; el gustar y el no gustar ya no corresponden a un estado real, desde que, al revés del valor de la propia cosa, el criterio de juzgamiento se basa en el modelo más difundido: el más conocido es el más famoso, el que tiene más éxito. En ese sentido, la existencia del propio individuo se torna problemática, pues él no consigue vivenciar completamente la propia libertad de escoger; la producción modelizada de los bienes culturales ofrece prácticamente los mismos productos a todo ciudadano (Adorno, 1980: 174).

Esas afirmaciones de Adorno engloban su concepto de regresión como el anverso de la cultura-fetiché, que no corresponde a un retroceso del nivel colectivo general, sino a la pérdida de la capacidad de un conocimiento consciente de la cultura por el individuo que fue siendo privado de su libertad de elegir.(14)

Ese concepto, si bien entendido en todas sus matices, lanza luz sobre los innumerables debates que comenzarán a surgir, a partir de los años 60, como tentativa de entender mejor y situar el fenómeno de la industria cultural entre nosotros. Los análisis, elogios y críticas dejarán de ser preocupación exclusiva de intelectuales y pasaran a poblar también las páginas de los periódicos y revistas semanales de noticias y variedades, como, por ejemplo, *Veja*, *Istoé* y *Visão*. Esa migración de temas académicos para el ámbito de las discusiones más triviales, en esas revistas, es un dato importante para ejemplificar el alcance de la industria de la cultura. Estos vehículos, como agenciadores y difusores de un tipo de cultura en el interior de la cual no

cabrían tales discusiones, se enfrentan con la contradicción de emprenderlas; es decir, ellos conservan “el aura enflaquecida como una niebla indistinta” (Adorno, 1975): existe, justamente por parte de las revistas, que son también un vehículo de cultura de masas, una preocupación de discutir las cuestiones culturales, atribuyéndose una seriedad postiza, en verdad tomada de empréstito de la seriedad del asunto.

Así, el concepto de regresión al que nos referíamos, creado en una época en que la imagen aún era el resultado del simple proceso de reproducción que regocijaba a Benjamin de esperanza, consigue colocar en jaque tanto las discusiones sobre la producción de la cultura (preocupación de las décadas del 60 y 70), en cuanto aquellas sobre su recepción, que van ganando espacio cada día, principalmente en los años 80.

No parece fuera de propósito pensar que el énfasis que se viene dando al problema de la recepción del arte y de la literatura sea consecuencia de la importancia que el público de la industria cultural ha adquirido como consumidor, en un mercado internacional racionalmente organizado para las masas. En este punto, se corre el serio peligro de aceptar, a medida que se considera acríticamente el horizonte de expectativa de un público ya en gran medida formado por la industria cultural, la lógica de la mercancía, sin tomar en cuenta si en los productos ahí creados existen (o pueden existir) posibilidades de negación de esa lógica.

Las formas deliberadas creadas por el mercado hoy son mayoría en el interior de la producción cultural y difícilmente funcionarían como negatividad de sí mismas. Según la lección de Adorno, el significado estético y social de un producto cultural no puede ser reducido a un proceso externo de comunicación entre producción y consumo, pues él debe residir en las relaciones sociales mediadas en el interior del propio producto cultural.

Para Adorno, la técnica, en la industria cultural, es idéntica a la técnica en las obras de arte apenas en el nombre. En ésta, ella se refiere a la organización interna del propio objeto, a su propia lógica. Ahora la técnica de la industria cultural es a la de la distribución y reproducción mecánica, por tanto, externa al producto. Así, el mercado asimila igualmente fines artísticos y tecnológicos, fetichizando la técnica, de manera de elaborar productos en serie que sirvan a un gusto-patrón desarrollado por él mismo junto a un público considerado como masa.

El concepto de masa ha sido la base necesaria para la legitimación de ese tipo de cultura y es parte integrante de la ideología del mercado. Él elimina los fundamentos económicos reales de las instancias y procesos que hoy producen cultura, creando en la conciencia de los consumidores la aceptación de lo inevitable de su mercantilización, con todas sus consecuencias: repetición de modelos ya probados, (superficialidad en el tratamiento de la materia, concesiones a lo fácil y seducciones baratas).

En ese sentido, se puede decir que no existe una sociedad de masas, amorfa e indiferenciada, creadora de ese tipo específico de cultura, sino que (hay) una ideología productora de la cultura de masas, que sirve a todos de la misma manera, satisfaciendo las necesidades más inmediatas de entretenimiento, también creadas por ella (Cfr. Swingewood, 1977).

La cultura de masas engendra una separación significativa entre la efectiva organización social y la cultura que esta produce; periódicamente asesorada por las últimas técnicas de investigación de mercado, ella refleja y reafirma el *status-quo*.

Las teorías que presuponen la industria cultural como factor de democratización de la sociedad, intentan borrar la unión entre cultura y formación de clase, entre estructura e

ideología, y no pueden ser inocentemente aplicadas en el Brasil, donde los medios de comunicación están declaradamente al servicio del poder.(15) Por otro lado, considerar el público *a priori* como masa, también escamotea las diferencias de clase y cualquier posibilidad de una producción cultural que respete, trabaje y realmente considere esas diferencias, tanto en el nivel de la producción como en el del consumo.

Lejos de ser “masa”, todo público tiene una composición heterogénea y una extensión ilimitada y eso quiere decir que sus diferentes componentes participan de modos diversos en la recepción de productos, revelando elementos también diferenciados en los modos de selección y aprehensión, de acuerdo con el “capital cultural” (Bourdieu, 1973) de que disponen. Es decir, la apropiación de esos bienes como bienes simbólicos que suplen determinadas necesidades presupone la posesión de instrumentos para eso, vistos como habilidades específicas para fruición y entendimiento, ofrecidos de manera diferente para cada clase social a través del sistema educacional (o por la falta de él).

Entonces, el público de la industria cultural (que no está solo, sino también el de la “alta” cultura) está compuesto por una estratificación multifacética y gradual; esta corresponde al “gusto personal” permeado por la capacidad crítica (elementos pertenecientes al capital cultural), que tienen una nítida connotación de clase. El punto donde opera la industria cultural es justamente en la transformación de mercancías, en “bienes simbólicos”, cuando entonces ellas pasan a representar necesidades y a funcionar como sus proveedoras. Así, la posesión de esos “bienes” es símbolo de posición social y fuente de placer.

No es difícil inferir de eso que la intención de modelar la recepción modelando la producción tiene efectos palpables, también en países donde la diferencia de clases no es tan acentuada. En el Brasil, donde son notorias las desigualdades,

donde las tasas de analfabetismo aún son muy altas y gran parte de la población tiene un bajísimo nivel de escolaridad, el poder de manipulación de la industria cultural es visible, pues ella asume las funciones del polo educacional, directamente ligada a los centros de poder.

La Nueva Sensibilidad

Sin pretender ser completa o exhaustiva, esa suscita descripción del funcionamiento de la industria cultural deja claro que se trata de una fuerza articulada y múltiple para imprimir un nuevo movimiento, una nueva espacialidad y una temporalidad también nueva al funcionamiento de la estructura social, en la medida en que sus efectos penetran igualmente en todos los elementos sociales, procurando nivelarlos en cuanto a masa consumidora.

A través de los medios, el universo de los simulacros se infiltra en los acontecimientos diarios, en las normas de comportamiento individual, en la noción de bienestar, en el uso del cuerpo, en el concepto de placer, en la conciencia política, reproduciéndolos y multiplicándolos, trocando entre sí las señales de mayor o menor importancia, reduciendo todo a un espectáculo omnipresente. Así, la experiencia o las libertades individuales pasan a ser variables de condicionamientos y *clichés* previstos.

El sentido último del espectáculo, pues, es que él se va integrando a la realidad a medida que habla de ella y, mientras hace eso, él la reconstruye, como vimos. Es esa la esencia del simulacro: una copia de la imagen, una imagen de segundo grado, cuyo referente ya es inalcanzable. De ese modo, no es la experiencia que liga al individuo a la realidad, sino una imagen proyectada en las paredes de la caverna de nuestro tiempo; en el centro de esa imagen cualquier cosa puede ser insertada.

El flujo "imagético" acarrea todo consigo, como una corriente de la cual ritmo e intensidad nada dicen respecto al individuo, sino a la dinámica del espectáculo; no hay tiempo para reflexión, es todo siempre una sorpresa arbitraria e inescapable. Como afirma Guy Debord, "en esa experiencia concreta de sumisión permanente se encuentra la raíz psicológica de la adhesión tan general a eso que está ahí" (1988: 37), pues el discurso espectacular es autoritario y no deja margen a cualquier respuesta.

La más evidente intención de dominación espectacular es la continua tentativa de hacer desaparecer el conocimiento histórico general, así como casi todas las informaciones y comentarios sobre el pasado más próximo o más distante; se destruye el pasado como referente, dejándonos apenas con los "textos" mediatizados, que son sus versiones. Eso es una flagrante evidencia, si pensamos en la reciente historia brasileña.

En el interior de ese proceso gradual de pérdida de dimensión de la realidad, de la totalidad del mundo y de la historia, sustituidos por el espejismo espectacular que opera, a despecho de la aparente novedad y globalidad, con los viejos recursos de la fragmentación, el collage y montaje de informaciones, el individuo pasa a ser parte de la inmensa mayoría que tiene el consumo como mayor estímulo, el conformismo como trazo del carácter y la maleabilidad como formadora de hábitos y conceptos.

Las antiguas y tradicionales posibilidades de realización individual o colectiva se colocan hoy bajo otro sesgo: valores tenidos por inmutables como trabajo, familia o religión están profundamente permeados por el consumo y por el espectáculo. Satisfacción garantizada o devolvemos su dinero, en un tiempo en que el pasado se lo llevó el viento, y el futuro a Dios pertenece.

Si las imágenes no representan lo real, pero lo crean, apuntando a la espectacularidad de la vida y a la seducción del sujeto, se puede suponer, entonces, que el rasgo principal de la condición contemporánea sea la dificultad de sentir, captar y representar el mundo en que se vive. Apatía, depresión y ansiedad traducen la impotencia frente al mundo indescifrable, cuya totalidad fragmentada regresa, en caleidoscopio, reorganizadas en las pantallas de la TV.

A partir de los años 80, un nuevo término se viene a juntar a los muchos otros usados para calificar la sensibilidad postmoderna: además de angustia, desajuste, soledad, neurosis, depresión y violencia, se tiene "esquizofrenia".(16) Ese término no elimina los otros; en verdad parece englobarlos y contenerlos en sí, o profundiza algunos de sus muchos aspectos. La cuestión de mayor o menor adecuación de los términos, lo mismo que su intensidad, de una década para otra, queda a cargo de las evaluaciones científicas; lo que importa retener aquí es la persistencia de términos como esos en los análisis, interpretaciones, panoramas y pronósticos de las últimas dos décadas, sea en el trabajo de intelectuales, sea en su apropiación por periódicos y revistas.

La "nueva sensibilidad" es alimentada (creada para Jameson) por el consumismo, (17) tenido como contrafase de la degradación del trabajo (más allá de la compensación para la impotencia económica y ausencia de poder político): la eliminación del placer y de la habilidad individual del proceso de producción, que se acrecienta en la antigua división entre trabajo manual e intelectual. Más allá de esto, como afirma Baudrillard, "el consumo es una conducta activa y colectiva, una imposición moral, una institución. Él es todo un sistema de valores, con todo lo que ese término implica, esto es, una función de integración grupal y control social" (1970: 114).

Para Christopher Lasch (1986), en un mundo donde todo es producido, se crea como una multiplicidad de espejos reflejando imágenes sin sustancia, ilusiones cada vez más indistinguibles de la realidad. El efecto especular (y espectacular) transforma el sujeto en objeto, al mismo tiempo que transforma el mundo de los objetos en una extensión o proyección del yo; la desaparición de la frontera entre sujeto y objeto parece ser la base de la problemática identidad individual contemporánea.

Una marca importante en la construcción de esa identidad, para Lasch, es el narcisismo, que él define como una pérdida de la individualidad de un yo amenazado por la desintegración y por la sensación de vacío interior. La sustitución de lo real por su simulacro, de la duración de las cosas por lo efímero, la fusión de límites entre seres y objetos, creados en gran parte por el frenesí de las imágenes intercambiables, tornan cada vez más difícil el desarrollo de una identidad estable y coherente.

Entre los muchos autores que se han asomado al problema, parece ser Eagleton el más cauteloso, a despecho de la contundencia e ironía de sus consideraciones sobre el "nuevo sujeto". Para él, este podría ser "una dispersa y descentrada red de conexiones libidinales, vaciada de sustancia ética e interioridad psíquica, la función efímera de este o de aquel acto de consumo, experiencia de los medios, condicionamiento sexual, tendencia a la moda". Pero, continúa, el lugar que ese sujeto ocupa es en verdad el de la contradicción, pues él aún es una "amalgama contradictoria" entre el "sujeto auto-regulador" del Modernismo y la "descentrada red de deseos" instaurada por la condición postmoderna" (1985: 71). (18)

De cualquier modo, no parece fuera de propósito afirmar que el nuevo sujeto, básicamente urbano, habitante de los grandes centros de todo el mundo, es producto de un complejo

proceso en que la representación de la relaciones sociales requiere la mediación de una estructura comunicacional, una especie de triángulo formado entre el sujeto, los medios y la realidad. Ese proceso, calcado en la proliferación de la imagen, es absolutamente nuevo en la historia y sólo fue posible de hacerse efectivo a través de la simbiosis ideológica entre el mercado y los medios de comunicación de masas.

Lo nuevo y lo viejo

Retomemos aquí, para cerrar el círculo, la reflexión con respecto al siempre presente desfase de la cultura nacional. Éste no se coloca, con la misma intensidad de antes, en una relación de atraso/progreso con el exterior, pues, como vimos, la industria cultural aquí introducida corresponde a una situación más adelantada del capitalismo global, aunque permanecen nuestras desigualdades económicas y sociales.

Eso representa una alteración en la posición que ocupamos en el circuito internacional de bienes culturales. Así, nuestra industria cultural no constituye un aparato "fuera de lugar", pues las condiciones materiales para su existencia (su tecnología específica) ya están definitivamente implantadas al final de los años 70, cuando entonces, inclusive, pasamos a exportar productos culturales.(19)

Si la relación dentro/fuera hasta cierto punto cambió de calidad, no se puede decir lo mismo de la relación interna: el desfase continúa existiendo, pero es importante reiterarlo entre la sofisticación de la esfera cultural y la miseria social. Eso puede ser explicado por la autonomía relativa de la esfera cultural, siempre mediada por la situación específica de los productores reales.

Todavía, viéndolo desde otro ángulo, se puede decir que la industria cultural neutraliza esa autonomía pues, más allá de

expandirse igualmente por todo el dominio social, funciona de acuerdo con las leyes del mercado, lo que, en vez de eliminar, acentúa el desfase: el mercado modernísimo produce para consumidores en la mayoría cada vez más empobrecidos (siempre considerando la clase media como patrón de consumo); ya los pobres, como categoría social, están de plano excluidos del universo de la cultura... con excepción de la TV. De ese modo, lo que tenemos es una especie de desfase de la industria cultural en relación con la realidad socio-económica, algo como si pensásemos, con perdón de lo obvio, en una antena parabólica instalada en un rancho.

La razón para ese desfase es la desigualdad de nuestro desarrollo interno que, aquí dentro, reproduce más o menos el movimiento del capitalismo, allá afuera, en términos de centro y periferia. Algunos sectores de nuestra economía todavía son arcaicos, mientras que la organización empresarial de la cultura muestra cualidades de Primer Mundo.

En síntesis, estamos en sincronía perfecta con el circuito de la mercancía cultural internacional, en un nivel planetario ni siquiera soñado anteriormente. Mc Luhan tenía razón: el mundo es una aldea global.

Es en ese sentido que se puede decir que ya existen interiorizados en sectores de la sociedad brasileña muchos aspectos tenidos como efectos de la cultura del espectáculo, tales como conformismo y maleabilidad del público, consumismo, narcisismo, pérdida del sentido histórico del tiempo, etc., conviviendo, no obstante, con trazos pertenecientes a otros momentos de nuestro desarrollo, *grosso modo*, la noción tradicional de familia, la importancia de la religión, el pasado como ancla, el futuro como consecuencia, el valor del trabajo, la tierra, para dar algunos ejemplos, todos impresos en la forma de los productos culturales.

En otras palabras, aquí conviven aspectos residuales pre-modernos con trazos emergentes post-modernos, englobados en una incompleta modernidad, desde que en la estructura económica social coexisten realidades originadas en momentos diferentes de la historia, expresadas en el crecimiento desigual de la industria y de la agricultura, en las diferentes regiones del país. Se puede hablar, entonces, de una nueva forma de jerarquía, cuyo poder se asienta en la mayor o menor modernización tecnológica. La interiorización de esa dicotomía surge como un dilema que se expresa en la convivencia de lo nuevo y de lo viejo, que siempre estuvo presente, mas hoy surgen con aspectos y connotaciones “espectaculares” y “globalizantes” que enfatizan la idea de ruptura irreversible, en una profundidad nunca antes conseguida. Ese hibridismo puede ser encarado como regla básica en el mapeado de la producción cultural brasileña contemporánea.

Se puede decir que el período en estudio se presenta, pues, como un campo de fuerza en el interior del cual se confrontan varios tipos de impulsos culturales, con límites y presiones específicos. Es importante señalar que residual no significa obsoleto; aunque formado en el pasado, todavía continúa activo en el proceso cultural como elemento del presente, entretanto emergente puede ser visto como nuevos significados y valores, nuevas prácticas y nuevas relaciones que se van creando.

Mientras tanto, un trazo emergente es más difícil de captar y definir, desde que mantiene una relación de fuerza con las tendencias dominantes, envolviendo tensiones, desvíos e incertezas, desigualdad y confusión, no siendo una forma compleja y definitiva. Los trazos emergentes estarían, pues, relacionado con lo que Raymond Williams llama estructuras de sentimiento, “un tipo de sentimiento y pensamiento que es realmente social y material, pero en fases embrionarias, antes de tornarse en una transformación plenamente articulada y definida” (Williams, 1979: 135). Son experiencias sociales en

solución, que se relacionan con las que existen con mayor evidencia.

Así, viajando en la misma velocidad de la transmisión de imágenes, las discusiones sobre post-modernidad se desarrollaron también aquí, durante los años 80. Envuelto en incomprensiones, dudas, vacilaciones, recusación y/o aceptación, el post-modernismo se hizo tema de debates académicos, además de, como no podía dejar de ser, ganar las páginas de revistas y periódicos.

El interés por el tema evidencia justamente el aflorar de estructuras de sentimiento que ya son materiales, conviven en las prácticas sociales y despuntan en los productos culturales, aunque todavía vagas y no completamente definidas.

Vista bajo esa óptica, la idea de post-modernidad, en el Brasil, tampoco puede ser considerada "fuera de lugar", pues ya es un elemento constitutivo del panorama cultural en cuanto a emergencia como estructura de sentimiento, como el embrión de alguna cosa que, probablemente irá eliminando o modificando trazos de procesos arcaicos o apenas modernos, transformándolos en algo que tiene como características principales el simulacro y la mercancía. Eso porque, como Jameson considera, en el libro citado, el post-modernismo sería, entonces, el primer "estilo de época" americano, en la historia de la cultura, a esparcir su influencia y características por los cuatro lados del mundo, a través de los medios.(20)

En relación con eso, en el Brasil todavía somos modernos, en el sentido en que, aquí, el pasado aún existe como fuerza actuante y poderosa; en que lo nuevo es posible porque lo antiguo todavía está vivo, para contraponérsele; en que el momento presente es algo de lo futuro, en dirección al cual se mueve; en que todavía se habla de utopía, de transformación social o transfiguración del "yo"; en que todavía se celebran los viejos modos de producción individual, asimismo en la

computadora; en que todavía persiste la idea del “gran autor”; en que las personas mantienen con relación a la tecnología una admiración un tanto temerosa; en que todavía persiste el choque y la excitación, tan peculiares a la modernidad.

Nuestra modernidad, entonces, está ligada a nuestra modernización desigual e incompleta, lo que todavía inspira el sentimiento de que una nueva era puede comenzar, de que hay algo nuevo que esperar y de que todavía hay tiempo para hacer cosas. Aún tenemos necesidad de preguntarnos “¿qué hora es?”. Ya los postmodernos (que no somos, pero que a muchos les gustaría que fuésemos integralmente) sienten que “todo alcanzó la misma hora en el gran reloj del desarrollo o racionalización.” (Jameson, 1991: 310).

Para ellos, lo antiguo fue abolido, pero rehecho como simulacro, en eternas nuevas construcciones y restauraciones; el pasado no existe más, sólo los “textos” que a él se refieren; siendo todo siempre nuevo, no hay choque, excitación o ruptura, la esencia de lo moderno. Todo puede ser aceptado, reorganizado, refuncionalizado “en una perspectiva de total *cooptação*”. Y el gran mediador de ese proceso es la imagen, con su maleable e infinito poder de reproducción.

Como en todo Occidente, la modernidad brasileña también está ligada a la transformación de las ciudades en polos de desarrollo industrial, claro que de acuerdo con la hora de nuestro reloj temporal, y eso es asunto, por ejemplo, para los especialistas del Modernismo. En el período que nos interesa, los conglomerados urbanos, como siempre centros de efervescencia cultural, se expandieron de modo intimidante, generando una gradual pero profunda modificación en los espacios y en los modos de vivir, en razón del crecimiento desenfrenado y sin planeamiento, de la favelización de las periferias, del crecimiento de la marginalidad y de la violencia, del deterioro de la calidad de vida.

Entonces, más allá de ese crecimiento geográfico y demográfico determinante de los modos de vida, las grandes ciudades pasan a ejercer una influencia que ya no es lenta y gradual como antes del surgimiento de los medios, y que se trasmite igualmente y al mismo tiempo a todos los otros puntos del país: una influencia global. Las ciudades, hoy, en todo el mundo, son los poderosos transmisores de las economías dominantes y técnicamente más adelantadas, cuyos productos son distribuidos como valores universales.

El desarrollo de las ciudades generando transformaciones culturales importantes, nuevas estructuras de sentimiento que se superponen a los antiguos modelos no es fenómeno nuevo; está presente desde el siglo XIX: basta releer a Baudelaire y las percepciones de Benjamin al respecto de su obra, eso sin hablar de la fecundidad del Modernismo brasileño sobre el tema; no obstante, lo que cambia en cada época y tiene peso decisivo, más allá de las percepciones urbanas renovables como temas de las obras, es el lugar específico de los artistas e intelectuales en cuanto productores, en el siempre cambiante medio cultural de las metrópolis.

En nuestro período de estudio asistimos, en el Brasil, como vimos, a un radical cambio del lugar del artista o intelectual en el interior del proceso productivo. Ese lugar no es más, en definitiva, la oficina pública y su cuarto con su mesa de trabajo, sino el escritorio de la empresa productora y/o difusora. Con la cultura totalmente adecuada a la circulación del capital, las empresas, generalmente localizadas en los grandes centros del sudeste, pasan a redimensionar la utilización del "personal", buscando mayor productividad, después de intentar adecuar el producto vendido al "gusto" del consumidor. Esa nueva racionalidad obliga a la definitiva e irreversible profesionalización.

Sintetizando, si es posible todavía hablar en síntesis de esa época en que la fragmentación y globalidad se combinan en una dinámica voraz, —como bien producido y recibido en las condiciones específicas del Brasil contemporáneo, muchas de las cuales son radicalmente nuevas—, la cultura con certeza trae embutidas en las formas propias de cada producto las marcas de los cambios que intentamos explicitar.

Es decir, las profundas transformaciones efectuadas en los modos de producción, reproducción y recepción cultural, recortadas en un horizonte técnico pleno de imágenes que cambian según el ritmo vertiginoso del mercado, están con certeza impresas en los temas, en la estructura y composición de todas las manifestaciones artísticas y culturales. Cabe, entonces, al estudioso, la tarea de analizar e interpretar esas manifestaciones, con vistas a comprender mejor el mundo en que vive y, si es posible, intentar cambiarlo para mejorarlo.

NOTAS

- (1) Docente e investigadora de la Universidad Estadual Paulista, Araraquara, São Paulo.
- (2) El autor prefiere el término capitalismo tardío (*late capitalism*), que indica continuidad con relación a aquello que lo precede, al contrario de sociedad "post industrial", que indica una ruptura que efectivamente no hubo.
- (3) Hay autores brasileños que, con base en las recientes discusiones con respecto a la globalización de mercados y mundialización de la cultura, prefieren considerar superados o por lo menos cuestionados, binomios como centro y periferia, nacional e internacional. Apuntan a un movimiento centrífugo de organización de los mercados y de la cultura, en una vasta red sin centro difusor y/o decisivo. A propósito, ver Ianni (1993) y Ortiz (1994)
- (4) "El capitalismo tardío invierte definitivamente su propia lógica, proclamando que, si el artefacto es una mercancía, la mercancía siempre puede ser un artefacto" (Eagleton, 1985: 62).
- (5) "El nacionalismo, el modelo y la marca americana que acompañan a los vehículos de comunicación de masas, surgen como efectos negativos de la presencia extranjera. Es claro que para la genera-

ción siguiente, para la cual el nuevo clima era natural, el nacionalismo era el que tendría que aparecer como estéticamente arcaico y provinciano. Por primera vez, que yo sepa, entra en circulación el sentimiento de que la defensa de las singularidades nacionales contra la uniformidad imperialista, es un tópico vacío. Sobre el fondo de la industria cultural, el malestar de la cultura brasileña desaparece, al menos para quien se quiera eludir" (Schwarz, 1987: 33).

- (6) Como ejemplos, Bell (1976 y 1978) y Shils (1978).
- (7) Se puede decir que la mayoría de los modernistas de los "media" se encuentran sobre todo en las redacciones de los grandes periódicos y revistas semanales, opinando sobre cultura y arte en general, practicando un tipo de crítica que ya es bastante influenciada por los dictámenes del mercado.
- (8) "Pluralismo es, por tanto, la ideología de grupos, un conjunto de representaciones fantasmáticas que triangula tres pseudoconceptos fundamentales: democracia, medios y mercado" (Jameson, 1991: 320).
- (9) "Al adoptar la designación de Benjamin de la obra de arte a través del concepto de aura – la presencia de aquello que no está presente –, la industria cultural se define no por el hecho de efectivamente contraponer un principio otro al de aura, más antes por el hecho de conservar el aura descolorida como una niebla indistinta" (Adorno, 1975: 15).
- (10) "El gobierno del espectáculo, que actualmente detenta todos los modos de falsificar tanto el conjunto de la producción como el de la percepción, es el señor absoluto de los recuerdos, así como el maestro incontrolable de los proyectos que conforman el futuro más lejano. Él reina absolutamente por todas partes y ejecuta sus juicios sumarios" (Debord, 1988: 20).
- (11) Como en efecto afirmaba Benjamin, sin soñar con la realidad de hoy, la preponderancia absoluta conferida al "valor de exposición" atribuye "funciones enteramente nuevas, entre las cuales la artística, la única de que tenemos conciencia, tal vez se revele más tarde como secundaria" (Benjamin, 1986: 173).
- (12) "Esa respuesta mutante constituye una investida contra el concepto del yo, como centro de una realidad única, con un único punto de vista. Lo que se añade es una realidad artificial capaz de hacer que nos perdamos entre el yo privado y una representación artificial de la vida" (Lovejoy 1989).
- (13) "Las profecías de Adorno con respecto a un sistema total finalmente se tornan reales bajo formas totalmente inesperadas. Con certeza, Adorno no fue un filósofo de los años treinta (...) o el filósofo de los

cuarenta y cincuenta; ni asimismo el pensador de los sesenta. Mas es posible que él tenga que se haya tomado el analista de nuestra propia época, que él no vivió para ver, y en la cual el capitalismo tardío consiguió el éxito al eliminar los últimos bastiones de la naturaleza y del Inconsciente, de la subversión y de la estética, de las prácticas individuales y colectivas, y, con un papirote final, eliminando cualquier memoria de lo que, de ese modo, a partir de entonces, nunca existió en el paisaje pos-moderno" (Jameson, 1990: 5). El autor habla del punto de llegada de un camino que, en el Brasil, hoy indiscutiblemente se procura seguir. De ahí las innegables afinidades.

- (14) Más tarde, sin embargo, él revisa ese concepto, aceptando la posibilidad de una visión más crítica por parte de las personas con relación a lo que escogen como entretenimiento: "Parece que, a pesar de todo, la integración entre consciencia y ocio aún no es completa. Los intereses reales de los individuos todavía son bastante fuertes (...) La conciencia no puede estar totalmente integrada en una sociedad en la que las contradicciones básicas permanecen irreductibles" (Huyssen, 1975: 65).
- (15) "Parece claro que es imposible identificar hoy cualquier institución de servicio público sin relacionarla inmediatamente al orden social en el interior del cual opera." (Williams, 1989: 124).
- (16) En ese sentido, el término fue usado por primera vez por F. Jameson (1985).
- (17) "De hecho, el consumo, en sentido social, es específicamente la palabra para lo que de hecho hacemos con productos reificados de ese tipo, que ocupan nuestras mentes y amenazan llegar al vacío más profundo y nihilista, creado en nuestro ser por la incapacidad de controlar nuestro propio destino" (Jameson, 1991: 317).
- (18) Y él añade: "Tal vez estemos equilibrados, tan precariamente como el *flâneur* baudeleriano de Benjamin, entre el rápido desvanecimiento del aura del antiguo sujeto humanista y las sombras ambivalentes de energía y repulsión del paisaje urbano." (Eagleton, 1985: 72).
- (19) Es principalmente el caso de las novelas y de la música popular. El libro citado de Renato Ortiz es rico en datos cuantitativos a ese respecto.
- (20) En palabras de Jameson, "lo postmoderno puede ser caracterizado como la situación en la cual lo sobreviviente, lo remanente y lo arcaico serán finalmente barridos sin dejar vestigios. Así, en lo postmoderno, el propio pasado desaparece (conjuntamente con el consabido "sentido del pasado" o historicidad y memoria colectiva)" (1991: 309).

BIBLIOGRAFÍA.

ADORNO, T.

- 1975 "Culture Industry Reconsidered", en **New German Critique** (6)
- 1975a Freizeit, Stichworte. Apud Huyssen, Andreas. "Introduction to Adorno", en **New German Critique** (6), winter
- 1980 "O fetichismo da música e a regressão da audição", en **Os Pensadores**. São Paulo.
- 1986 "A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas", en **Dialética do Esclarecimento**, Rio de Janeiro: Zahar.

BAUDRILLARD, Jean.

- 1970 La société de consommation. Paris: Denoël.
- 1983 "The ecstasy of communication", en **The anti-aesthetic: essays on Postmodern Culture**. Bay Press.

BELL, Daniel.

- 1976 **The Cultural Contradictions of Capitalism**. New York: Basic Books.
- 1978 **The coming of Post Industrial Society**. New York: Basic Books.

BENJAMIN, Walter.

- "O autor como produtor e a obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica", en **Obras escolhidas I**. São Paulo: Brasiliense

BOURDIEU, Pierre,

- 1973 "Cultural Reproduction and Social Reproduction", en **Knowledge, Education and Cultural Change**. London: Tavistock.

COUTINHO, C.N.

- 1979 "Cultura e democracia no Brasil", en **Encontros com a Civilização Brasileira**. (17), noviembre

- DEBORD, Guy.
1988 **Comentaires sur la société du spectacle.** Paris: Lebovici.
- EAGLETON, Terry.
1985 "Capitalism, Modernism and Postmodernism", en **New Left Review.** (152) julio/agosto.
- HOLLANDA, H. B. e Gonçalves M. A..
1980 **Anos 70: Literatura.** Rio de Janeiro: Ed. Europa.
- IANNI, Otávio.
A sociedade global. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- JAMESON, Fredric.
1985 "Pós-Modernidade e Sociedade de Consumo", en **Novos Estudos Cebrap.** (12), junio.
1990 **Late marxism. Adorno, or, the Persistence of the Dialectic.** New York: Verso.
Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism. Durham: Duke University Press.
- LASCH, Christopher.
O Mínimo Eu. São Paulo: Brasiliense.
- LOVEJOY, Margot.
1989 **Postmodern Currents: Art and Artists in the Age of Electronic Media.** Ann Arbor: UMI Reserch Press.
- NAVES, Rodrigo.
1989 "O novo livro do mundo", en **Novos Estudos Cebrap** (23), marzo.
- ORTIZ, Renato.
1988 **A moderna tradição brasileira.** São Paulo: Brasiliense
1994 **Mundialização e cultura.** São Paulo: Brasiliense.
- SCHWARZ, R.
1977 **Ao vencedor as batatas.** São Paulo: Duas Cidades.

- 1978 "Cultura e Política 1964-1969", en **O Pai de Família**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
Que horas são?. São Paulo: Duas Cidades.
- SHILS, Edward.
- 1978 "Mass Society and its Culture", en **Literary Taste, Culture and Mass Communication**. Cambridge.
- SWINGEWOOD, Alan.
- 1977 **The Myth of Mass Culture**. New York: Atlantic Highlands, Humanities Press.
- WILLIAMS, R.
- 1979 **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar.
- 1989 "Culture and Technology", en **The Politics of Modernism**. London: Verso.