

# ASPECTOS DA PRODUÇÃO CULTURAL BRASILEIRA CONTEMPORANEA

TÂNIA PELLEGRINI\*

*"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, quase não temos falado de outra coisa. "*

(J. J. Veiga, A máquina extraviada)

## Introdução

Definitivamente, hoje não é mais novidade dizer, vivemos num mundo de imagens. Nunca foi tão forte a sensação de *déjà vu*, de já ter estado num lugar quando lá se chega pela primeira vez. Todas as paisagens parecem-nos visitadas, todas as faces conhecidas, todos os caminhos trilhados, todas as histórias contadas e todos os quadros já vistos: globalmente, tudo se reduz a uma imagem transmitida pela TV ou a um dado disponível no computador.

O simples ato de ver um filme ou de assistir à televisão, de observar a forma como as imagens mantêm um domínio absoluto sobre qualquer dado ou informação vem suscitando interrogações relevantes sobre a representação artística contemporânea. Movimento, visibilidade, simultaneidade de tempos e espaços são características da imagem que, desde o surgimento da fotografia - e, depois, do filme -, começaram a invadir as manifestações artísticas, tais como a pintura, a música, a literatura, enquanto também se apoderavam de muitos dos seus recursos; hoje, no final do século, quando os processos de reprodução e difusão parecem ter atingido o apogeu, novas e instigantes questões se colocam.

Partindo do princípio de que, segundo Walter Benjamin, as formas de percepção humana são historicamente determinadas, entre outras coisas, pelos *atos técnicos* de sua época(1), parece lógico pensar que o horizonte técnico contemporâneo, pleno de imagens evanescentes proliferando *ad*

\* Bolsista do CNPq junto ao Departamento de Sociologia da Universidade Estadual Paulista, campus de Araraquara.

1. Ver "O autor como produtor" e "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica", in *Obras escolhidas J*, São Paulo, Brasiliense, 1986.

*infinitum*, não só vem transformando as formas de perceber o mundo como as formas de representá-lo.

O elemento mais marcante percorrido pelas modernas técnicas de reprodução, depois do filme, foi o aparecimento da televisão. E já é banal associarem-se seus efeitos à quantificação de informações, à queda de qualidade da produção cultural, à diminuição do hábito de leitura, à banalização da literatura. Seja qual for o grau de verdade dessas afirmações, o que importa reter aqui, por enquanto, é a TV como símbolo de um período específico da vida cultural brasileira, marcado por profundas transformações; a TV como dado mais visível da nossa modernização, fundamento da nossa indústria cultural, ponta-de-lança do nosso ingresso numa cultura que se pretende mundializada.

Mas o que realmente simboliza a TV, na intrincada rede de relações entre a percepção do mundo e sua representação artística? É a essa pergunta que tentaremos responder e, para isso, é importante destacar desde logo que, além dos aspectos culturais, envolvem-se nessa rede, como fatores determinantes, coordenadas históricas, econômicas e sociais.

## **Coordenadas**

Pode-se dizer que o aparecimento da televisão brasileira, nos anos 50, visto de hoje, já se perde num idílico passado de serões familiares em volta do rádio e de salas de cinema lotadas nos sábados à noite. A visão contemporânea introduz um toque nostálgico, que já se percebe como marca de época.

O termo contemporâneo, aqui, refere-se a um período que assiste ao esvaziamento gradativo dos cinemas, ao surgimento das rádios FM, à televisão ocupando todos os espaços públicos e privados, à expansão do mercado fonográfico, ao crescimento do mercado editorial, à definitiva profissionalização do escritor, à introdução dos computadores. Todas essas modificações perseguem uma mesma lógica, cujo ponto de partida pode ser situado no início do regime militar, quando então aos poucos vai se criando uma conjuntura político-econômica que já é expressão de um novo tipo de articulação com o mercado mundial.

As implicações disso para o processo cultural dizem respeito à importação de modernas técnicas e esquemas de organização produtiva, o que passa a exigir cada vez mais um reaparelhamento do novo mercado de bens culturais, dentro do qual a literatura se inclui, na busca de crescimento e sofisticação.

Esse crescimento ocorre de forma diferenciada, de acordo com cada setor, mas sua evolução e constante consolidação estão vinculados ao fato de que a instauração do Estado militar aponta, no nível econômico, para um aprofundamento das tendências já verificadas no período anterior, do governo Juscelino, ou seja, a paulatina introdução do Brasil no circuito do

capitalismo avançado. Este vai trazer novas formas de organização do trabalho em nível internacional (a instalação de multinacionais), uma nova dinâmica das operações bancárias internacionais (que possibilitou o crescimento acelerado da nossa dívida externa), novas formas de industrialização e automação (incluindo o desenvolvimento e consolidação da mídia eletrônica).

Periodizar um fenômeno dessa natureza requer distinguir entre a instalação de várias precondições para o funcionamento da nova estrutura e o momento em que elas se combinam já num sistema totalmente formalizado. Dessa maneira, pode-se dizer que os militares criaram as condições necessárias para o funcionamento do capitalismo brasileiro segundo uma outra lógica: a da internacionalização do capital, ou, segundo recente terminologia, a da globalização dos mercados.

No contexto mundial do desenvolvimento capitalista, as implicações econômicas do processo cultural dizem respeito às características do que hoje já se chama pós-modernidade, inclusive no Brasil; melhor dizendo, esse fenômeno refere-se à emergência de novos traços formais na vida cultural, que correspondem ao surgimento de um novo tipo de vida social e de uma nova ordem econômica, chamados também de sociedade pós-industrial, sociedade de consumo, capitalismo tardio etc.

Fredric Jameson considera que o capitalismo tardio (termo para ele mais adequado, entre todos esses citados) constitui a mais pura forma do capital surgida até então, "uma prodigiosa expansão do capital em áreas até então não mercantilizadas"(2), dentro de uma periodização em que aponta três momentos subseqüentes, cada um deles marcando uma expansão dialética em relação ao anterior: o capitalismo de mercado, o capitalismo monopolista ou imperialista, e o atual, multinacional ou tardio, caracterizado por um incrível salto tecnológico (eletrônica, informática, energia nuclear) - a "terceira revolução industrial" - e que vem conseguindo eliminar, no centro, os enclaves de qualquer organização pré-capitalista. Contudo (e apesar de tudo), é necessário enfatizar que, em se tratando de Brasil, a especificidade dos movimentos enformadores de nossa economia e sociedade, se não são outros, pelo menos funcionam de forma diferente, com dinâmica e tempos diversos, visto estarmos sabidamente na periferia(3). Isso tem conseqüências óbvias no estabeleci-

2. Fredric, Jameson. *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*, Durham, Duke University Press, 1991, p. 35. O autor prefere o termo capitalismo tardio (*late capitalism*), que indica continuidade em relação àquilo que o precedeu, em vez de sociedade pós-industrial, que indica uma ruptura que efetivamente não houve.

3. Há autores que, com base nas recentes discussões a respeito da globalização de mercados e mundialização da cultura, preferem considerar superados ou pelo menos postos em questão binômios como *centro e periferia, nacional e internacional*. Apontam um movimento centrífugo de organização dos mercados e da cultura. numa vasta rede sem centro difusor e/ou decisório. A propósito, ver Octávio

mento de nossas próprias coordenadas culturais, que não podem simplesmente reproduzir aqui dentro (por maior que seja a hegemonia do centro) os parâmetros de fora.

A despeito de hoje fazermos parte de uma "comunidade cultural planetária", que praticamente desconhece fronteiras nacionais, talo poder da mídia, não se pode ignorar a convivência, aqui, de miséria e sofisticação tecnológica, de atraso e progresso, das desigualdades regionais, gerando um até hoje presente descompasso que, como frisa Roberto Schwarz, é elemento formador importante da nossa vida cultural, desde as origens(4).

Esse descompasso, de conotação temporal (pois se trata de diferentes estágios de desenvolvimento, de diferentes temporalidades convivendo num mesmo presente), soma-se a outro, mais espacial na aparência, conceituado pelo mesmo autor: o das "idéias fora do lugar". Analisando o liberalismo europeu aqui introduzido no período escravista, R. Schwarz considera-o "fora de lugar", por não ser ainda adequado à realidade social e política do país(5). Enfatiza assim o hiato entre intenção e realização, a posição estranha de idéias aqui chegadas antes do desenvolvimento das forças sócio-econômicas que as tinham gerado na Europa, ou seja, enfatiza o descompasso, mais uma vez.

Esses dois conceitos parecem ser, então, as duas faces de uma mesma moeda: a idéia de que a vida cultural brasileira sempre foi pautada pela tentativa de harmonizar o nacional atrasado e o estrangeiro adiantado, simbolizando a vontade de se sentir avançado sem as condições materiais para tanto. A história da nossa literatura tem muito a ensinar sobre isso, desde sempre.

A inserção do Brasil no capitalismo tardio, ainda que na periferia, cria, num primeiro momento, a *ilusão* de que esse descompasso finalmente vai deixar de existir, na medida em que, a partir de então, as mesmas idéias passam a circular quase ao mesmo tempo em quase todo lugar, veiculadas pela mídia, num processo de sincronização nunca alcançado antes. A sincronia das idéias, porém, não elimina a realidade do atraso em relação ao chamado Primeiro Mundo, nem as desigualdades regionais, embora procure neutralizá-las mediante um discurso homogeneizante. Esse conteúdo é velho conhecido, na multiplicidade de suas formas. O que mudou foi o *medium*: o discurso eletrônico agora é muito mais poderoso.

De maneira geral, poderíamos afirmar que o período que se inicia em 1964 constitui um momento de importantes reformulações também para o

Ianni, *A sociedade global*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1993, e Renato Oniz, *Mundialização e cultura*, São Paulo, Brasiliense, 1994.

4. R. Schwarz, "A Carroça, o bonde e o poeta modernista", in *Que horas seio?*, São Paulo, Duas Cidades, 1987.

5. R. Schwarz, *Ao vencedor as batatas*, São Paulo, Duas Cidades, 1977.

sistema cultural, no sentido de sua organização em termos empresariais, sendo que, a partir da "abertura" de 1979, pode-se constatar que já existe toda uma nova estrutura em funcionamento e em constante expansão.

Assim, a periodização desse trabalho tem marcos precisos no início: os governos militares dos anos 60 e 70; a década de 80, em bloco, coloca-se como sua conseqüência. Escolher fechar com ela o trabalho é apenas uma questão de método, pois as transformações ainda estão em processo.

No que diz respeito sobretudo aos anos 70, o desenvolvimento do mercado de bens culturais coincide com a elevação do padrão de vida das camadas médias (propiciada pelo clima do "milagre brasileiro"). Além disso, esse desenvolvimento carregou-se com toda uma implicação ideológica que se expressava na censura: esta, mal ou bem, representava o tipo de orientação que o Estado pretendia conferir à cultura e acabou funcionando como uma espécie de emblema da época, por meio do qual seria possível interpretar toda a produção cultural, como se interpreta um código cifrado, acessível apenas aos iniciados.

Entretanto, a censura não agiu de modo uniforme, o que significa que seus efeitos também não o foram; foi seletiva: impedia um tipo de orientação, mas incentivava outro. Assim, textos específicos (de teatro, música, literatura, cinema) foram censurados, mas não a produção geral desses bens, que cresceu e se solidificou, amparada inclusive pelo interesse de um público ampliado nesse período.

Além do mais, houve fases diferentes na sua vigência: o golpe de 64 tentara constranger a criação artística, sem consegui-lo num primeiro momento, porque ela vicejava forte entre uma intelectualidade preocupada com seus aspectos sociais, voltada para um ideário de esquerda. Os mecanismos de estrangulamento cultural, então, constituíam ainda uma espécie de movimento que procurava criar bases sólidas para o poder recém-instaurado. Pode-se afirmar que ainda havia relativa flexibilidade e muitas contradições. O verdadeiro golpe para a cultura, sabe-se, veio definitivo com o AI-5(6).

Quando começam a se fazer sentir as primeiras crises oriundas do fracasso do "milagre", o Estado, além de tentar recuperar o terreno perdido diante da insatisfação popular, da classe média e do empresariado, estabelecendo a política de distensão do governo Geisel, começa também a investir no terreno cultural. Passa a intervir diretamente, criando uma Política Nacional de Cultura, em 1975. Extremamente contraditória, pois se propunha a incentivar mediante subvenções, ao mesmo tempo que coibia com a censura, tal Política reforça a necessidade de organização da cultura em moldes empresariais, em que a profissionalização e a conquista do mercado são pontos cruciais.

6. Ver R. Schwarz, "Cultura e política 1964-1969", in *O pai de família*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.

O produto cultural vai cada vez mais acentuando seu caráter de mercadoria e reacendem-se discussões sobre até que ponto ele é imune às influências do dinheiro. Assim, citando mais uma vez uma repetida - porque feliz - afirmação: "(...) por opções de caráter tático ou não, o fato é que o Estado, seja pela sua 'flexibilidade' ideológica, seja pelo investimento na precariedade material que rege o trabalho cultural no Brasil, consegue tomar-se o grande mecenas da cultura brasileira nos anos 70"(7).

Então, a preocupação em saber se a censura teve um papel determinante na produção cultural da época, sem ser equivocada - pois a censura também é elemento constitutivo -, atinge apenas a superfície de uma questão bem mais profunda: o que na verdade ocorre, a partir de 64, é a gradual adequação do artefato cultural ao circuito nacional e internacional da mercadoria.

A grande reformulação pela qual passa o processo cultural, nesses anos, confere-lhe, então, feições específicas. Uma delas parece ser uma espécie de novo ufanismo, assentado na idéia de que (enfim!), apesar da censura, atingimos a "maioridade" da indústria cultural e ingressamos na "modernidade-mundo" (para usar um termo caro a Renato Ortiz): um sentimento de superação do descompasso bem fundado nas aparências.

Se os anos 70 foram propícios à criação de condições para que uma nova estrutura se instalasse, os anos 80 vão assistir ao seu funcionamento em larga escala, com todas as conseqüências.

O horizonte político-cultural do final dos anos 70 introduzira inúmeras questões novas, geradas já nas novas condições de produção, isto é, a consolidação do mercado de bens culturais, além do papel do Estado como mecenas implícito ou explícito. Tais questões diziam respeito sobretudo às posições divergentes no tocante às relações entre os intelectuais e o poder, expressas nas discussões a respeito da "cooptação", termo então bastante usado. No banco dos réus, aqueles intelectuais e produtores de cultura que acabavam optando por formulações culturais "neutras", socialmente assépticas, buscando o "intimismo à sombra do poder", ou seja, não discutindo mais os fundamentos desse poder à cuja sombra estavam livres para cultivar a própria "intimidade"(8). Choveram bolsas, empregos, financiamentos e facilidades para publicações, de acordo como o beneplácito do poder estatal aos que não se mostrassem "indesejáveis". Para estes, desemprego e censura, representada pela impossibilidade de circulação de seu trabalho artístico ou teórico.

Correndo paralela a essa discussão, surgem algumas formas alternativas de produção cultural, como, por exemplo, a poesia dita marginal e os grupos

7. H. B. Hollanda, e M. A. Gonçalves, *Anos 70: Literatura*. Rio de Janeiro, Ed. Europa, 1980, p. 37. 8. Ver C. N. Coutinho. "Cultura e democracia no Brasil," in *Encontros com a Civilização Brasileira*. Nº 17. nov. 1979.

experimentais de teatro ou cinema, todos ainda procurando criar um circuito de produção que passasse ao largo do já sólido mercado cultural e dos centros de poder.

Nos anos 80, essas questões são eliminadas pela lógica implacável do sistema mercantil e pela dinâmica da mídia. A palavra "cooptação" logo caiu em desuso (sem que desaparecesse a prática), levada de roldão nas reclamações de "patrulhamento ideológico". A poesia marginal encontrou uma poderosa editora, ampliou seus leitores, profissionalizou-se, vestiu "terno e gravata", segundo um dos integrantes; os grupos experimentais de teatro aos poucos desapareceram ou foram incorporados pela TV.

Já no governo Figueiredo, o quadro de relações entre cultura e poder parece definido em bases solidamente assentadas: com algumas portas abertas, os intelectuais e produtores de cultura puderam sentir que se ampliara o espaço para a produção. Só que esse espaço já estava dimensionado pelos parâmetros da indústria cultural, sendo que o fator decisivo dessa nova dimensão fora a simbiose operada entre a mídia e o mercado. Apagando limites, esbatendo nuances, estabelecendo uma indiferenciação completa entre o que é cultura e o que é mercadoria<sup>9</sup>, difundiu-se uma estética "internacional-popular", fundada na proliferação das imagens, via televisão: a do *espetáculo*.

O problema da cultura como mercadoria não é novo e suas ambigüidades requerem cuidado no trato; *o que é novo, no período, é o casamento entre mídia e mercado*, que introduz indiferenciações antes impossíveis de conseguir. O uso da imagem eletrônica passa a estabelecer nexos e a estimular percepções antes sequer pensadas. Num nível mais imediato, percebe-se que os produtos vendidos no mercado (sejam sabão, disco, desodorante ou o aurático livro) tomam-se, entre outras coisas, o verdadeiro conteúdo da imagem transmitida pela TV; eles passam a ser veiculados no interior dos programas, no enredo das novelas, embutidos na matéria, a ponto de às vezes não ficar muito claro se se trata ou não de um comercial. Mas isso faz parte da estratégia e já vai bem longe o tempo em que, por exemplo, com o folhetim, considerava-se que a literatura perdera definitivamente sua aura...

Os anos 80, então, caracterizam-se por uma agudização de traços já presentes no período anterior, a ponto de, no novo contexto, passar a haver uma ênfase de outro tipo na dimensão internacional da cultura (atitude oposta à ênfase na sua dimensão nacional, traço constante) que, de fato, dadas as novas condições, nada mais é do que a legitimação da mídia. Trata-se, agora, de superar o descompasso pela imersão num mundo supostamente universal e eletronicamente unificado, onde todas as diferen-

9. "(...) o capitalismo tardio inverte habilmente sua própria lógica, proclamando que, se o artefato é uma mercadoria, a mercadoria sempre pode ser um artefato". In: Terry Eagleton, "Capitalismo, modernismo e pós-modernismo", p. 55 desta edição (no original: *New Left Review*, nº 152, jul./ago. 1985, p. 62).

ças são abolidas; "são os novíssimos termos da opressão e da expropriação cultural"(10).

Todos esses elementos aqui esboçados traduzem-se em traços formais nos produtos culturais, em mudanças de estilo que funcionam como detectores das mudanças econômicas e sociais em processo; como traços *emergentes*, passam a conviver com *resíduos* de outro tipo de produção cultural, característica de estágios anteriores, sendo que assim sempre estão presentes soluções diversas que atestam as contradições que operam na sociedade. Há inúmeros exemplos no cinema, na música, na literatura e na própria televisão, dos quais uma análise cuidadosa pode ser bastante eficaz; não é o caso, porém, de fazê-lo aqui, por motivos óbvios.

## A imagem

Como se pôde perceber até aqui, o dado decisivo para a vida cultural brasileira no período abordado é o desenvolvimento da indústria cultural, em especial a TV. Esse desenvolvimento foi resultado da evidente colaboração entre o regime militar e os grupos privados que atuavam no setor, possibilitando a superação das dificuldades tecnológicas que a televisão sofria desde o seu começo, nos anos 50.

É importante mencionar alguns dados objetivos: em 1965, cria-se a EMBRA EL e o Brasil associa-se ao sistema internacional de satélites, INTELSAT. Inicia-se a construção do sistema de redes, em 1968, completado em 1970, com a inclusão da Amazônia, permitindo a almejada "integração nacional"; efetiva-se, assim, uma grande transformação na esfera das comunicações, que corporifica a ideologia da Segurança Nacional. Segundo Renato Ortiz(11), essa integração ocorre em duas esferas: a da "unificação política das consciências", desejada pelos militares e operada pela censura, e da integração do mercado, efetivada pelos empresários. Pode-se dizer, então, que, a despeito da censura, agindo topicamente, os interesses gerais do Estado e dos empresários culturais são os mesmos; dito de outra forma, a questão da censura é conjuntural, ao passo que a formação e o fortalecimento de um mercado integrado (incluindo os bens culturais) já faz parte de uma nova estrutura econômica que se desenvolve no país.

10. "Ao nacionalista, a padronização e a marca americana que acompanham os veículos de comunicação de massa apareciam como efeitos negativos da presença estrangeira. É claro que à geração seguinte, para quem o novo clima era natural, o nacionalismo é que teria de parecer esteticamente arcaico e provinciano. Pela primeira vez, que eu saiba, entra em circulação o sentimento de que a defesa das singularidades nacionais contra a uniformização imperialista é um tópico vazio. Sobre o fundo da indústria cultural, o mal-estar na cultura brasileira desaparece, ao menos para quem queira se iludir." R. Schwarz, "Nacional por subtração", in *Que horas são?*, op. cit., p. 33.

11. In *A moderna tradição brasileira*. São Paulo. Brasiliense. 1988.

Todavia, como apontamos antes, a questão da cultura como mercadoria é velha de muito tempo; remonta pelo menos ao século XVI europeu, se olharmos por esse ângulo o mecenato, por exemplo, e adquire contornos bastante claros com o surgimento do já citado folhetim, no século XIX, gênero inicialmente não legitimado por escolas ou instituições acadêmicas, mas pelo próprio jogo do mercado.

O que se coloca agora como novidade, no Brasil, é a amplitude desse jogo que, ultrapassando qualquer fronteira espacial ou temporal, via satélite, tenta efetuar um consciente e inelutável nivelamento da produção e do consumo de bens culturais, processo muito semelhante ao ocorrido décadas atrás nos países do Primeiro Mundo, especialmente os Estados Unidos. Temos, então, definitivamente instalada, a indústria cultural brasileira.

Pensar a indústria cultural e suas ambigüidades é tarefa espinhosa, numa época em que ela é considerada dado natural, parte fundamental de nossas vidas, provedora do nosso lazer mais fácil e traço mais visível da nossa "modernidade". Por trás das aparências, contudo, está a realidade do país periférico, com irremovíveis desigualdades, o que implica problemas de fundo.

Existe toda uma linha de pensamento que vê a indústria cultural como resultado da iniciativa humana, do desenvolvimento e da liberdade engendrados pelo avanço tecnológico(12). Esse pensamento se constrói com base no conceito de pluralismo, de uma sociedade participativa, na qual não existe uma classe dominante e em que os velhos conflitos entre capital e trabalho deixaram de ter significação estrutural. Nesse tipo de sociedade, a cultura não seria mais identificada a uma classe e considera-se que, pela primeira vez na história, a população passa a ter acesso a uma cultura de massa democrática em comparação com o passado, quando a maioria das pessoas era analfabeta. Os novos *mass media*, dessa maneira, ajudariam a reforçar as instituições e os processos democráticos.

Tal abordagem, que já tem significativa penetração no Brasil, sobretudo entre os "modernistas da mídia"(13), faz supor uma mundialidade anódina e prazerosa, propondo uma visão neutra da cultura - entretanto carregada de ideologia -, calcada em padrões internacionais de produção e consumo; considera-a separada de suas determinações específicas no interior da for-

12. Como exemplos: Daniel Bell, *The cultural contradictions of capitalism*, Nova York, Basic Books, 1976, e *The coming of post industrial society*, Nova York, Basic Books, 1978; Edward Schils, "Mass society and its culture", in Peter Davison (org.), *Literal taste, culture and mass communication*, Cambridge, Chadwyck-Healey, 1978.

13. Termo usado por R. Schwarz, "Nacional...", in op. cit., p. 34. Pode-se dizer que a maioria dos "modernistas da mídia" encontra-se sobretudo nas redações dos grandes jornais e revistas semanais, opinando sobre cultura e arte em geral, praticando um tipo de crítica que já é bastante influenciada pelos ditames do mercado.

mação econômica e isolada das práticas e relações sociais(14). Para os modernistas da mídia, cultura, hoje, é sinônimo perfeito de mercadoria.

Na verdade, a indústria cultural opera como neutralizadora dos possíveis conflitos que poderiam surgir de uma cultura efetivamente moldada nas relações sociais, coisa que hoje parece cada vez mais difícil. Contra as aspirações de Walter Benjamin, no alvorecer da inocência tecnológica, as técnicas de reprodução, gênese da indústria cultural, não cumpriram sua promessa de propiciar o surgimento de uma arte progressista ou mesmo democrática. A "atrofia da aura" é irreversível(15), também no sentido de que está ligada à inevitável mutação das formas de percepção humana, que ocorre paralela à transformação dos modos de produção da cultura.

Em outras palavras, pode-se dizer que, com a mídia eletrônica, está gradativamente se modificando a natureza do conhecimento, que passa a ser traduzido em quantidade de informação transmitida, na grande maioria através de imagens, a ponto de as coisas só existirem na mente depois de produzidas e/ou veiculadas por esses estímulos imagéticos. Desse modo, altera-se a sensibilidade perceptiva, não mais atenta à realidade concreta circundante, mas à sua reprodução nas imagens. Por outro lado, devido a sua presença "concreta" dentro da realidade, a imagem apresenta-se como elemento constitutivo, um referente imediato como outro qualquer, sendo assim absorvida. É essa a essência do seu poder.

Certamente esse é um dos pontos centrais em torno do qual devem ser colocadas as questões referentes à produção cultural brasileira contemporânea: a nova estrutura de conhecimento que se vem efetivando através da imagem e de sua proliferação ilimitada, introduzindo uma dimensão perceptiva até então desconhecida que, de uma certa forma, não corresponde exatamente ao estágio de desenvolvimento econômico global da sociedade, em que ainda persistem a fome, a miséria e o analfabetismo. Melhor dizendo, eis de volta o descompasso: sofisticação tecnológica a serviço da cultura, enquanto esta se assenta num modelo de exclusão da maioria, desde as raízes.

Pode-se afirmar, então, que, com o fortalecimento da indústria cultural e basicamente da TV, cada vez mais a imagem se insinua em todas as dimensões da vida cotidiana, ubíqua, surgindo como realidade auto-referencial, remetendo a si mesma, numa infinita cadeia de significantes. Justapondo todos os espaços do mundo, instaura a presença simultânea, a-

14. "O pluralismo é, portanto, a ideologia de grupos. um conjunto de representações fantasmáticas que triangula três pseudoconceitos fundamentais: democracia, mídia e mercado." F. Jameson, op. cit., p. 320.

15. "Ao adotar a designação de Benjamin da obra de arte tradicional através do conceito de aura - a presença daquilo que não está presente -, a indústria cultural define-se não pelo fato de efetivamente contrapor um outro princípio ao de aura, mas antes pelo fato de conservar a aura esmaecida como indistinta névoa." T. W. Adorno, "Culture industry reconsidered", in *New Germany Critique*. Nº 6. 1975. p. 15.

temporal e sem distância de fatos totalmente díspares: tem-se uma realidade outra sem, todavia, qualquer espessura(16).

Além disso, a reprodução técnica do real fabrica uma outra realidade muito mais interessante, uma realidade que Guy Debord chama espetacular(17), devido à intensificação de forma, cor e tamanho, que neutraliza a especificidade do referente. A imagem assim criada surge como duplo, como fantasmagoria, como simulacro. É a imagem do que não existe, a imagem de outra imagem. Como tal, sua virtual capacidade de manuseio e manipulação é ilimitada: funde-se, repete-se, justapõe-se, recorta-se, antecipa-se, prolonga-se, eliminando a possibilidade de surgimento de um significado novo e acentuando a presença do mesmo, sempre, ainda que muitas vezes refeito. Nesse jogo de espelhos, o horizonte entrevisto é a conformidade.

Pode-se dizer, inclusive, que esse jogo de espelhos" engloba o espaço privado e o espaço público, intermediados agora pela imagem, cujo novo estatuto lhe confere mais importância que a própria realidade, desde que, como vimos, enquanto imagem, ela pode ser eternamente rearranjada. Sendo elemento constitutivo das formas culturais contemporâneas, assim como das formas de perceber e representar a realidade, a imagem, não importa seu veículo, destaca-se hoje como configuradora da consciência, dos valores e das práticas sociais, como um inequívoco sistema de administração.

Assim, a crescente sofisticação e aperfeiçoamento dos transmissores de imagens não significam libertação em si: o importante não são os meios, mas o uso que se pode fazer e efetivamente deles se faz. Já pertence a um longínquo passado a imagem como lazer interessante e ainda amedrontador, como aquela da locomotiva saindo da tela e investindo contra a platéia ingenuamente em pânico, durante a primeira projeção do cinematógrafo...

Para Jean Baudrillard(18), não existe mais, inclusive, um universo íntimo, projetivo, imaginário e simbólico, um espaço/tempo privado, correlativo ao espaço público, na medida em que, com TV, computadores e *video games* (inclusive interativos), cada pessoa vê a si mesma no controle de uma máquina, isolada numa posição de perfeita soberania, que eleva o mundo doméstico a uma espécie de metáfora absoluta do espaço. Todo o universo parece desdobrar-se aleatoriamente na tela doméstica, fazendo

16. Cf. Rodrigo Naves, "O novo livro do mundo", in *Novos Estudos CEBRAP*. Nº 23, mar. 1989,p.177.

17. "O governo do espetáculo, que atualmente detém todos os modos de falsificar tanto o conjunto da produção quanto o da percepção, é senhor absoluto das lembranças assim como é o mestre incontrolável dos projetos que enformam o futuro mais distante. Ele reina absoluto por toda parte e executa seus julgamentos sumários." Guy Debord. *Commentaires sur la société du spectacle*, Paris, Lebovici, 1988, p. 20.

18. "The ecstasy of communication". in Hal Foster. (org.), *The anti-aesthetic: Essays on postmodern culture*. Seattle. Bay Press. 1983.

com que desapareça um cenário antes preservado pela separação entre público e privado, numa espécie de "obscenidade" em que os mais íntimos processos da vida individual tornam-se campo fértil para a mídia(19).

A conseqüência dessa identificação entre público e privado, entre a vida individual e sua representação "obscena" é a desvalorização e a desrealização da própria existência e da experiência individual (Baudrillard fala em passagem do "valor de uso" para o "valor de signo"). Não há vínculos diretos entre a experiência e a imagem, pois esta se acha descolada da vida real, cuja possibilidade de apreensão por aquela toma-se remota.

Em vez de nos relacionarmos com a realidade diretamente, dependemos cada vez mais de uma vasta gama de informações mediatizadas, que nos alcançam com mais poder, facilidade e rapidez. É como se ficássemos suspensos entre a realidade da vida diária e sua representação, através da diversificada e múltipla edição efetuada via TV: "Vamos acompanhar na TV a contagem até meia-noite, para então comemorar a passagem do ano!"(20).

Perde-se, pois, aos poucos, o elo que liga o indivíduo ao mundo, ao mesmo tempo que se fortalece - paradoxalmente - um outro vínculo, que une entre si todos os indivíduos: a pobreza da experiência. A sensibilidade de Benjamin já prognosticara: "Nossa pobreza de experiências é apenas uma parte da grande pobreza que recebeu novamente um rosto, nítido e preciso como o do mendigo medieval. Pois qual o valor de todo o nosso patrimônio cultural se a experiência não o vincula a nós?"(21).

## **Cultura para milhões**

Parece ser importante, neste ponto, considerar mais de perto o funcionamento geral da indústria da cultura, além dos seus efeitos mais evidentes. Não é novidade dizer que os esquemas de transmissão cultural, hoje, são efetivamente industriais, no sentido da standardização e racionalização das técnicas produtivas e de distribuição, com conseqüências óbvias. A lógica desse esquema assenta-se no nivelamento, visando um rendimento ótimo que aproxime de imediato consumidor e produto. Essa aproximação tem como ponte o prazer do entretenimento. O Produto assim embalado coloca-

19. Com efeito, segundo afirmava Benjamin, sem entretanto sonhar com a realidade de hoje, a preponderância absoluta conferida ao "valor de exposição" atribui-lhe "funções inteiramente novas, entre as quais a 'artística', a única de que temos consciência, talvez se revele mais tarde como secundária". Walter Benjamin, "A obra de arte ...", in op. cit., p. 173.

20. "Essa resposta mutante contribui para uma investida contra o conceito de eu como centro de uma realidade única, com um único ponto de vista. O que se acrescenta é uma realidade artificial capaz de fazer com que nos percamos entre o eu privado e uma representação artificial da vida." Margot Lovejoy, *Postmodern currents: Art and artists in the age of electronic media*. Ann Arbor. UM) Research Press, 1989.

21. W. Benjamin. "Experiência e pobreza", in *Obras escolhidas I*, op. cit., p. 115.

se como objeto de desejo, é sentido como necessidade prática e passa a ter utilidade como bem de consumo. Transforma-se, pois, em fetiche(22).

São conhecidas as teses de Adorno sobre a indústria cultural e, apesar das objeções que se lhes tem colocado ("pessimistas" demais, principalmente quando cotejadas ao "otimismo" benjaminiano em relação ao tema, tão "adequado" ao despontar do nosso desenvolvimento tecnológico), parece cada vez mais claro que as análises por ele desenvolvidas, na distante era do rádio americana, hoje quase adquirem sentido de profecia que aos poucos se cumpre, inclusive entre nós, na periferia do capitalismo(23).

Para ele, com a indústria da cultura, o próprio conceito de gosto, que permitiria uma escolha pessoal entre os produtos oferecidos, está ultrapassado; a escolha é quase uma falácia; o gostar e o não gostar já não correspondem a um estado real, desde que, em vez do valor da própria coisa, o critério de julgamento se baseia no padrão mais difundido: o mais conhecido é o mais famoso e tem mais sucesso. Nesse sentido, a existência do próprio indivíduo tomou-se problemática, pois ele não consegue mais vivenciar completamente a própria liberdade de escolha; a produção padronizada dos bens culturais oferece praticamente os mesmos produtos a todo cidadão(24).

Essas afirmações de Adorno embasam seu conceito de *regressão* como o anverso da cultura-fetiche, que não corresponde a um retrocesso do nível coletivo geral, mas à perda da capacidade de um conhecimento consciente da cultura pelo indivíduo que foi sendo privado de sua liberdade de escolha(25).

22. T. W. Adorno, "A indústria cultural: O esclarecimento como mistificação das massas", in *Dialética do esclarecimento*, Rio de Janeiro, Zahar, 1986. Ver também "Culture industry reconsidered", in op. cit.

23. "(...) As profecias de Adorno a respeito de um 'sistema total' finalmente tornaram-se reais, sob formas totalmente inesperadas. Com certeza, Adorno não foi o filósofo dos anos trinta (...) ou o filósofo dos quarenta e cinquenta; nem mesmo o pensador dos sessenta; (...) seu antiquado discurso dialético era incompatível com os anos setenta. Mas é possível que ele tenha se tornado o analista da nossa própria época, que ele não viveu para ver, e na qual o capitalismo tardio foi mais do que bem sucedido ao eliminar os últimos bastiões da natureza e do Inconsciente, da subversão e da estética, das práticas individuais e coletivas, e, com um piparote final, qualquer memória daquilo que, desse modo, a partir de então, nunca existiu na paisagem pós-moderna." F. Jameson, *Late marxismo Adorno, 01', the persistence of the dialectic*, Nova York, Verso, 1990, p. 5. O autor fala do ponto de chegada de um caminho que, no Brasil, indiscutivelmente se procura seguir. Daí as inegáveis afinidades.

24. T. W. Adorno, "O fetichismo da música e a regressão da audição", in *Os pensadores*, São Paulo, Abril Cultural, 1980, p. 174.

25. Mais tarde, porém, ele reavalia esse conceito, aceitando a possibilidade de uma visão mais crítica por parte das pessoas em relação ao que escolhem como entretenimento: "Parece que, afinal, a integração entre consciência e lazer ainda não é completa. Os interesses reais dos indivíduos ainda são bastante fortes (...) a consciência não pode estar totalmente integrada numa sociedade em que as contradições básicas permanecem irredutíveis." Adorno, "Freizeit, Stichworte", p. 65, apud Andreas Huyssen. "Introduction to Adorno". in *New German Critique*. Nº 26. 1975.

Esse conceito, se bem entendido em todas as suas nuances, lança luz sobre os inúmeros debates que começaram a surgir, a partir dos anos 60, como tentativa de melhor entender e situar o fenômeno da indústria cultural entre nós. As análises, elogios e críticas deixaram de ser preocupação exclusiva de intelectuais e passaram a povoar também as páginas dos jornais e revistas semanais de notícias e variedades, como, por exemplo, *Veja*, *Isto É* e *Visão*.

Essa migração de temas acadêmicos para o âmbito das discussões mais triviais, nessas revistas, é um dado importante a exemplificar o alcance da indústria da cultura. Tais veículos, como agenciadores e difusores de um tipo de cultura no interior da qual não caberiam tais discussões, já se batem com a contradição de empreendê-las; ou seja, eles conservam "a aura esmaecida como indistinta névoa"(26): existe, justamente por parte das revistas, que são também um veículo de cultura de massa, uma preocupação de discutir as questões culturais, atribuindo-se uma seriedade postiça, na verdade tomada de empréstimo da seriedade do assunto.

Assim, o conceito de regressão a que nos referíamos, criado numa época em que a imagem ainda era resultado do simples processo de reprodução que enchia Benjamin de esperança, consegue colocar em xeque tanto as discussões sobre a produção da cultura (preocupação das décadas de 60 e 70), quanto aquelas sobre sua recepção, que vão ganhando espaço a cada dia, principalmente nos anos 80.

Não parece fora de propósito pensar que a ênfase que se vem dando à questão da recepção da arte e da literatura seja decorrência da importância que o público da indústria cultural tem adquirido como consumidor, num mercado internacional racionalmente organizado para massas. Nesse ponto, corre-se o sério risco de aceitar, à medida que se considera acriticamente o horizonte de expectativa de um público já em grande parte formado pela indústria cultural, a lógica da mercadoria, sem levar em conta se nos produtos aí criados existem (ou podem existir) possibilidades de negação dessa lógica.

As formas deliberadas criadas pelo mercado hoje são maioria no interior da produção cultural e dificilmente funcionariam como negatividade de si mesmas. Segundo a lição de Adorno, o significado estético e social de um produto cultural não pode ser reduzido a um processo externo de comunicação entre produção e consumo, pois ele deve residir nas relações sociais mediadas no interior do próprio produto cultural.

Para Adorno, a técnica, na indústria cultural, é idêntica à técnica nas obras de arte apenas no nome. Nesta, ela se refere à organização interna do próprio objeto, à sua própria lógica. Já a técnica da indústria cultural é a da distribuição e reprodução mecânica, portanto, externa ao produto. Assim, o mercado assimila igualmente fins artísticos e tecnológicos, fetichizando a

26. T.W. Adorno. "Cultural industry reconsidered". in op. cit.

técnica, de maneira a elaborar produtos em série que sirvam a um gosto-padrão desenvolvido por ele próprio junto a um público considerado como massa.

O conceito de massa tem sido a base necessária para a legitimação desse tipo de cultura e é parte integrante da ideologia do mercado. Ele elimina os fundamentos econômicos reais das instâncias e processos que hoje produzem cultura, criando na consciência dos consumidores a aceitação do inevitável de sua mercantilização, com todas as decorrências: repetição de modelos já testados, superficialidade no tratamento da matéria, concessões ao fácil e sedução baratas .

Nesse sentido, pode-se dizer que não existe uma sociedade de massa, amorfa e indiferenciada, criadora desse tipo específico de cultura, mas uma *ideologia produtora da cultura de massa*, que serve a todos da mesma maneira, satisfazendo as necessidades mais imediatas de entretenimento, também criadas por ela(27).

A cultura de massa engendra um descolamento significativo entre a efetiva organização social e a cultura que esta produz; periodicamente assessorada pelas últimas técnicas de pesquisa de mercado, ela reflete e reafirma o *status quo*.

As teorias que pressupõem a indústria cultural como fator de democratização da sociedade tentam apagar a ligação entre cultura e formação de classe, entre estrutura e ideologia, e não podem ser "inocentemente" aplicadas ao Brasil, onde os meios de comunicação estão declaradamente a serviço do poder(28). Por outro lado, considerar o público *a priori* como massa também escamoteia as diferenças de classe e qualquer possibilidade de uma produção cultural que respeite, trabalhe e realmente considere essas diferenças, tanto no nível da produção quanto no do consumo.

Longe de ser "massa", todo público tem uma composição heterogênea e uma extensão ilimitada e isso quer dizer que os seus diferentes componentes participam de modos diversos na recepção de produtos, revelando elementos também diferenciados nos modos de seleção e apreensão, de acordo com o "capital cultural"(29) de que dispõem. Ou seja, a apropriação desses bens como bens simbólicos que suprem determinadas necessidades pressupõe a posse de instrumentos para isso, vistos como habilidades específicas para fruição e entendimento, diferentemente ofere-

27. Cf. Alan Swingewood, *The myth or mass culture*, New Jersey, Atlantic Highlands, Humanities Press, 1977.

28. "Hoje parece claro ser impossível identificar qualquer instituição de 'serviço público' sem relacioná-la imediatamente à ordem social no interior da qual opera." R. Williams, "Culture and technology", in *The Politics or modernism*, Londres, Verso, 1989, p. 124.

29. O conceito é de Pierre Bourdieu, "Cultural reproduction and social reproduction", in *Knowledge, education and cultural change*, Londres, Tavistock, 1973.

cidos para cada classe social por meio do sistema educacional (ou pela falta dele).

Então, o público da indústria cultural (que não é só, mas também é o da "alta" cultura) é composto por uma estratificação multifacetada e gradual; esta corresponde ao "gosto pessoal" permeado pela capacidade crítica (elementos pertencentes ao capital cultural), que têm nítida conotação de classe. O ponto em que opera a indústria cultural é justamente na transformação de mercadorias em "bens simbólicos", quando então elas passam a representar necessidades e a funcionar como suas provedoras. Assim, a posse desses "bens" é símbolo de posição social e fonte de prazer.

Não é difícil inferir disso que a intenção de padronizar a recepção padronizando a produção tem efeitos palpáveis, mesmo em países onde a diferenciação de classes não é tão acentuada. No Brasil, onde são notórias as desigualdades, onde as taxas de analfabetismo recrudescem e grande parte da população tem baixíssimo nível de escolaridade, o poder de manipulação da indústria cultural é notório, pois ela assume as funções de pólo educacional, diretamente ligada aos centros de poder.

### **A nova sensibilidade**

Sem pretender ser completa ou exaustiva, essa sucinta descrição do funcionamento da indústria cultural deixa claro que se trata de uma força articulada e múltipla a imprimir um novo movimento, uma nova espacialidade e uma temporalidade também nova ao funcionamento da estrutura social, na medida em que seus efeitos penetram igualmente em todos os segmentos sociais, procurando nivelá-los enquanto massa consumidora.

Através da mídia, o universo dos simulacros se infiltra nos acontecimentos diários, nas normas de comportamento individual, na noção de bem-estar, no uso do corpo, no conceito de prazer, na consciência política, reproduzindo-os e multiplicando-os, trocando entre si os sinais de maior ou menor importância, reduzindo tudo a um espetáculo onipresente. Assim, a experiência ou a liberdade individuais passam a ser apenas variáveis de condicionamentos e clichês previstos.

O sentido último do espetáculo, pois, é que ele vai se integrando à realidade à medida que fala dela e, enquanto faz isso, ele a reconstrói, como vimos. É essa a essência do simulacro: uma cópia da imagem, uma imagem de segundo grau, cujo referente já é inalcançável. Desse modo, não é a experiência que liga o indivíduo à realidade, mas uma imagem projetada nas paredes da caverna do nosso tempo; no âmago dessa imagem qualquer coisa pode ser inserida.

O fluxo imagético carrega tudo consigo, como uma corrente cujos ritmo e intensidade também não dizem respeito ao indivíduo, mas à dinâmica do espetáculo; não há tempo para reflexão, é tudo sempre uma surpresa arbitrária e inescapável. Como afirma Guy Debord, “nessa experiência con-

creta de submissão permanente encontra-se a raiz psicológica da adesão tão geral a isso que está aí"(30), pois o discurso espetacular é autoritário e não deixa margem a qualquer resposta.

A mais evidente intenção de dominação espetacular é a contínua tentativa de fazer desaparecer o conhecimento histórico geral, assim como quase todas as informações e comentários sobre o passado mais próximo ou mais distante; destrói-se o passado como referente, deixando-nos apenas com os "textos" mediatizados, que são suas versões. Isso é uma flagrante evidência, se pensarmos na recente história brasileira.

No interior desse gradativo processo de perda de dimensão da realidade, da totalidade do mundo e da história, substituídos pela miragem espetacular que opera, a despeito da aparente novidade e globalidade, com os velhos recursos da fragmentação, colagem e montagem de informações, o indivíduo passa a fazer parte da imensa maioria que tem o consumo como maior estímulo, o conformismo como traço de caráter e a maleabilidade como formadora de hábitos e conceitos.

As antigas e tradicionais possibilidades de realização individual ou coletiva colocam-se hoje sob outro viés: valores tidos por imutáveis como trabalho, família ou religião estão profundamente permeados pelo consumo e pelo espetáculo. Satisfação garantida ou seu dinheiro de volta, num tempo em que o passado o vento levou e o futuro a Deus pertence.

Se as imagens não representam o real, mas o criam, visando a espetacularização da vida e a sedução do sujeito, pode-se supor, então, que o traço principal da condição contemporânea seja a dificuldade de sentir, captar e representar o mundo em que se vive. Apatia, depressão e ansiedade traduzem a impotência diante do mundo indecifrável, cuja totalidade fragmentada volta, em caleidoscópio, rearranjada nas telas da TV.

A partir dos anos 80, um novo termo vem se juntar aos muitos outros usados para qualificar a sensibilidade pós-moderna: além de angústia, desajustamento, solidão, neurose, depressão e violência, tem-se "esquizofrenia"(31).

Esse termo não elimina os outros; na verdade parece englobá-los e contê-los em si, ou aprofundar alguns de seus muitos aspectos. A questão de maior ou menor adequação dos termos, ou mesmo de sua intensidade, de uma década para outra, fica a cargo das avaliações científicas; o que importa reter aqui é a persistência de termos como esses nas análises, interpretações, panoramas e prognósticos das últimas duas décadas, seja no trabalho de intelectuais, seja na sua apropriação por jornais e revistas.

30. Guy Debord, op. cit., p. 37.

31. Nesse sentido, o termo foi usado pela primeira vez por F. Jameson, no artigo "Pós-modernidade e sociedade de consumo", publicado em português em *Novos Estudos Cebrap*. Nº 12, jun. 1985.

A "nova sensibilidade" é alimentada (criada, para Jameson) pelo consumismo<sup>32</sup> tido como contraface da degradação do trabalho (além da compensação para a impotência econômica e ausência de poder político): a eliminação do prazer e da habilidade individual do processo da produção, que se acrescenta à antiga divisão entre trabalho manual e intelectual. Além do mais, como afirma Baudrillard, "o consumo é uma conduta ativa e coletiva, uma imposição moral, uma instituição. Ele é todo um sistema de valores, com tudo o que esse termo implica, isto é, uma função de integração grupal e controle social".<sup>33</sup>

Para Christopher Lasch<sup>34</sup>, num mundo onde tudo é produzido, cria-se como que uma multiplicidade de espelhos refletindo imagens sem substância, ilusões cada vez mais indistinguíveis da realidade. O efeito especular (e espetacular) transforma o sujeito em objeto, ao mesmo tempo que transforma o mundo dos objetos numa extensão ou projeção do eu; o apagamento da fronteira entre sujeito e objeto parece ser a base da problemática identidade individual contemporânea.

Uma marca importante na construção dessa identidade, para Lasch, é o *narcisismo*, que ele define como a perda da individualidade de um *eu* ameaçado pela desintegração e pela sensação de vazio interior. A substituição do real por seu simulacro, da duração das coisas pela fungibilidade, a fusão de limites entre seres e objetos, criados em grande parte pelo frenesi das imagens intercambiáveis, tornam cada vez mais difícil o desenvolvimento de uma identidade estável e coerente.

Entre os muitos autores que se têm debruçado sobre o problema, parece ser Eagleton o mais cauteloso, a despeito da contundência e ironia de suas considerações sobre o "novo sujeito". Para ele, este poderia ser "uma dispersa e descentrada rede de conexões libidinais, esvaziada de substância ética e interioridade psíquica, a função efêmera deste ou daquele ato de consumo, experiência de *media*, relacionamento sexual, tendência ou moda". Mas, continua, o lugar que esse sujeito ocupa é na verdade o da contradição, pois ele ainda é um "amálgama contraditório" entre o "sujeito autorregulador" do modernismo e a "descentrada rede de desejos" instaurada pela condição pós-moderna<sup>35</sup>.

De qualquer modo, não parece fora de propósito afirmar que o novo sujeito, basicamente urbano, habitante dos grandes centros de todo o mundo, é

32. "Com efeito, o consumo, em sentido social, é especificamente a palavra para o que de fato fazemos com produtos reificados desse tipo, que ocupam nossas mentes e pairam acima do vazio mais profundo e nihilista, criado em nosso ser pela incapacidade de controlar nosso próprio destino." F. Jameson, *Postmodernism*, op. cit., p. 317.

33. Jean Baudrillard. *La Société de consommation*, Paris. Denoël. 1970. p. 114.

34. *O mínimo eu*. São Paulo. Brasiliense. 1986.

35. T. Eagleton. op. cit., p. 66-7 desta edição (p. 71 do original). E ele acrescenta: "Talvez ainda estejamos equilibrados tão precariamente, quanto o *flâneur* baudelairiano de Benjamin, entre o rápido desvanecimento da aura do antigo sujeito humanista e as formas ambivalentes de energia e repulsa de uma paisagem urbana" (p. 68 desta edição: p. 72 do original).

produto de um complexo processo em que a representação das relações sociais requer a mediação de uma estrutura comunicacional, numa espécie de triângulo formado entre o sujeito, a mídia e a realidade. Esse processo, calcado na proliferação da imagem, é absolutamente novo na história e só foi possível de se efetivar por meio da simbiose ideológica entre o mercado e os meios de comunicação de massa.

## **O novo e o velho**

Retomemos aqui, para fechar o círculo, a reflexão a respeito do sempre presente descompasso da cultura nacional. Ele não se coloca, com a mesma intensidade de antes, numa relação de atraso/adiantamento com o exterior, pois, como vimos, a indústria cultural aqui introduzida já corresponde a um estágio mais adiantado do capitalismo global, embora permaneçam nossas desigualdades econômicas e sociais.

Isso representa uma alteração na posição que ocupamos no circuito internacional de bens culturais. Assim, a nossa indústria cultural não constitui um aparato "fora do lugar", pois as condições materiais para sua existência (sua tecnologia específica) já estão definitivamente implantadas no final dos anos 70, quando então, inclusive, passamos a exportar produtos culturais(36).

Se a relação dentro/fora mudou de qualidade, o mesmo não se pode dizer da relação interna: o descompasso continua a existir, mas entre a sofisticação da esfera cultural e a miséria social, é importante reiterar. Isso pode ser explicado pela autonomia relativa da esfera cultural, sempre mediada pela situação específica dos produtores reais.

Todavia, vendo por outro ângulo, pode-se dizer que a indústria cultural neutraliza essa autonomia, pois, além de se expandir igualmente por todo o domínio social, funciona de acordo com as leis do mercado, o que, em vez de eliminar, acentua o descompasso: o mercado moderníssimo produz para consumidores na maioria cada vez mais empobrecidos (sempre considerando a classe média como padrão de consumo); já os pobres, como categoria social, estão de saída excluídos do universo da cultura... com exceção da TV. Desse modo, o que temos é uma espécie de defasagem da indústria cultural em relação à realidade sócio-econômica, algo como se pensássemos, com perdão da obviedade, numa antena parabólica instalada num barraco.

A razão para essa defasagem é a desigualdade do nosso desenvolvimento interno que, aqui dentro, reproduz mais ou menos o movimento do capitalismo lá fora, em termos de centro e periferia. Alguns setores da nossa economia ainda são arcaicos, enquanto a organização empresarial da cultura tem qualidade de Primeiro Mundo.

36. É principalmente o caso das novelas e da música popular. O livro citado de Renato Ortiz é rico em dados quantitativos a esse respeito.

Em síntese, estamos em sincronia perfeita com o circuito da mercadoria cultural internacional, num nível planetário sequer sonhado anteriormente. McLuhan tinha razão: o mundo é uma aldeia global.

É nesse sentido que se pode dizer já existem interiorizados em setores da sociedade brasileira muitos dos aspectos tidos como efeitos da cultura do espetáculo, tais como conformismo e maleabilidade do público, consumismo, narcisismo, perda do sentido histórico do tempo etc., convivendo porém com traços pertencentes a outros estágios do nosso desenvolvimento, *grosso modo*, a noção tradicional de família, a importância da religião, o passado como âncora, o futuro como conseqüência, o valor do trabalho, a terra, para dar alguns exemplos, todos impressos na forma dos produtos culturais.

Em outras palavras, aqui convivem aspectos *residuais* pré-modernos com traços *emergentes* pós-modernos, englobados numa incompleta modernidade, desde que na estrutura econômico-social coexistem realidades originadas em momentos diferentes da história, expressas no crescimento desigual da indústria e da agricultura, nas diferentes regiões do país. Pode-se falar, então, de uma nova forma de hierarquia, cujo poder se assenta na maior ou menor modernização tecnológica. A interiorização dessa dicotomia surge como um dilema que se expressa na convivência do novo e do velho, que sempre esteve presente, mas hoje surge com aspectos e conotações "espetaculares" e "globalizantes" que enfatizam a idéia de ruptura irreversível, numa profundidade antes nunca atingida. Esse hibridismo pode ser encarado como linha básica no mapeamento da produção cultural brasileira contemporânea.

Pode-se dizer que o período em estudo apresenta-se, pois, como um campo de força no interior do qual se confrontam vários tipos de impulsos culturais, com limites e pressões específicos. É importante assinalar que *residual* não significa obsoleto; mesmo formado no passado, ainda continua ativo no processo cultural como elemento do presente, enquanto *emergente* pode ser visto, *grosso modo*, como novos significados e valores, novas práticas e novas relações que se vão criando.

No entanto, um traço emergente é mais difícil de captar e definir, desde que mantém uma relação de força com as tendências dominantes, envolvendo tensões, desvios e incertezas, desigualdade e confusão, não sendo uma forma completa e definitiva. Os traços emergentes estariam, pois, relacionados ao que Raymond Williams chama *estruturas de sentimento*, "um tipo de sentimento e pensamento que é realmente social e material, mas em fases embriônicas, antes de se tomar uma troca plenamente articulada e definida"(37). São experiências sociais em solução, que se relacionam com as que já existem com maior evidência.

37. R. Williams. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro. Zahar. 1979. p. 135.

Assim, viajando na mesma velocidade da transmissão de imagens, as discussões sobre pós-modernidade desenvolveram-se também aqui, durante os anos 80. Envolto em incompreensões, dúvidas, hesitações, recusa e/ou aceitação, o pós-modernismo tomou-se tema de debates acadêmicos, além de, como não podia deixar de ser, ganhar as páginas de revistas e jornais.

O interesse pelo tema evidencia justamente o aflorar de estruturas de sentimento que já são materiais, convivem nas práticas sociais e despontam nos produtos culturais, embora ainda vagas e não completamente definíveis.

Vista sob essa ótica, a idéia de pós-modernidade, no Brasil, também não pode ser considerada "fora de lugar", pois já é um elemento constitutivo do panorama cultural como emergência, como estrutura de sentimento, como o embrião de algo que, aos poucos, provavelmente irá eliminando ou modificando traços de processos arcaicos ou apenas modernos, transformando-os em algo que tem como características principais o simulacro e a mercadoria. Isso porque, como Jameson considera, no livro citado, o pós-modernismo seria, então, o primeiro "estilo de época" americano, na história da cultura, a espalhar sua influência e características pelos quatro cantos do globo, através da mídia(38).

Em relação a isso, no Brasil ainda somos modernos, no sentido em que, aqui, o passado ainda existe como força atuante e poderosa; em que o novo é possível porque o antigo ainda está lá, vivo, para se contrapor a ele; em que o momento presente é algo do futuro, em direção ao qual se move; em que ainda se fala de utopia, de transformação social ou transfiguração do eu; em que ainda se celebram os velhos modos de produção individual, mesmo em computador; em que ainda resiste a idéia de "grande autor"; em que as pessoas mantêm com relação à tecnologia uma admiração um tanto temerosa; em que ainda persiste o choque e a excitação, tão peculiares à modernidade.

A nossa modernidade, então, está ligada à nossa modernização desigual e incompleta, o que ainda inspira o sentimento de que uma nova era pode começar, de que há algo de novo a esperar e de que ainda há tempo para fazer coisas. Ainda temos necessidade de nos perguntar "que horas são?". Já os pós-modernos (que não somos, mas que muitos já gostariam que fôssemos integralmente) sentem que "tudo alcançou a mesma hora no grande relógio do desenvolvimento ou racionalização"(39).

Para esses, o antigo foi abolido, mas refeito como simulacro, em eternas novas construções e restaurações; o passado não mais existe, só os "textos"

38. Nas palavras de Jameson. "(...) o pós-moderno deve ser caracterizado como a situação na qual a sobrevivência, o resíduo, o remanescente e o arcaico foram finalmente varridos sem deixar vestígios. Assim, no pós-moderno, o próprio passado desapareceu juntamente com o conhecido 'sentido de passado' ou historicidade e memória coletiva." In *Postmodernism*, op. cit., p. 309.

39. F. Jameson. *Postmodernism* .....op. cit., p. 310.

que a ele se referem; sendo tudo sempre novo, não há choque, excitação ou ruptura, a essência do moderno. Tudo pode ser aceito, rearranjado, refuncionalizado numa perspectiva de total cooptação. E o grande mediador desse processo é a imagem, com seu maleável e infinito poder de reprodução.

Tal como em todo o Ocidente, a modernidade brasileira também está ligada à transformação das cidades em pólos de desenvolvimento industrial, claro que de acordo com a hora do nosso relógio temporal, e isso é assunto, por exemplo, para os especialistas do modernismo. No período que nos interessa, os conglomerados urbanos, como sempre centros de efervescência cultural, expandiram-se de modo assustador, gerando uma gradual porém profunda modificação nos espaços e nos modos de viver, em razão do crescimento desenfreado e sem planejamento, da favelização das periferias, do crescimento da marginalidade e da violência, da deterioração da qualidade de vida.

Então, além desse crescimento geográfico e demográfico ser determinante dos modos de vida, as grandes cidades passam a exercer uma influência que não é mais lenta e gradual, como antes do surgimento da mídia, mas transmitida igualmente e ao mesmo tempo a todos os outros pontos do país: uma influência global. As cidades, hoje, em todo o mundo, são os poderosos transmissores das economias dominantes e tecnicamente mais adiantadas, cujos produtos são veiculados como valores universais.

O desenvolvimento das cidades gerando transformações culturais importantes, novas estruturas de sentimento que se sobrepõem aos antigos padrões não é fenômeno novo; é marcante desde o século XIX: basta reler Baudelaire e as percepções de Benjamin a respeito de sua obra, isso sem falar da fecundidade do modernismo brasileiro sobre o tema; não obstante, o que muda em cada época e tem peso decisivo, além das percepções urbanas renováveis como temas das obras, é o lugar específico dos artistas e intelectuais como produtores, no sempre mutante meio cultural das metrópoles.

O nosso período de estudo vai assistir, no Brasil, como vimos, a uma radical mudança do lugar do artista ou intelectual no interior do processo produtivo. Esse lugar não é mais, em definitivo, a repartição pública e o seu quarto com sua mesa de trabalho, mas o escritório da empresa produtora e/ou difusora. Com a cultura totalmente adequada à circulação do capital, as empresas, geralmente localizadas nos grandes centros do Sudeste, passam a redimensionar a utilização do "pessoal", buscando maior produtividade, além de tentar adequar o produto vendido ao "gosto" do consumidor. Essa nova racionalidade obriga à definitiva e irreversível profissionalização.

Sintetizando, enfim - se é possível ainda falar em sínteses nessa época em que fragmentação e globalidade combinam-se numa dinâmica voraz -, como bem produzido e recebido nas condições específicas do Brasil contemporâneo, muitas das quais radicalmente novas, a cultura com certeza traz embutidas nas formas próprias de cada produto as marcas das mudanças

que tentamos explicitar.

Ou seja, as profundas transformações efetivadas nos modos de produção, reprodução e recepção cultural, recortadas num horizonte técnico pleno de imagens que mudam segundo o ritmo vertiginoso do mercado, estão com certeza impressas nos temas, na estrutura e composição de todas as manifestações artísticas e culturais. Cabe, então, ao estudioso, a tarefa de analisar e interpretar essas manifestações, com vistas a compreender melhor o mundo em que vive e, se possível, tentar mudá-lo para melhor...