

Lo actual y la modernidad

Ortiz, Renato

Renato Ortiz: Investigador brasileño. Profesor del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Estadual de Campiñas, UNICAMR

El caso del Brasil es ilustrativo acerca del hecho de que más allá de los valores positivos con que muchas veces quiso contemplarse el así llamado Tercer Mundo, el proceso de modernización implicó no sólo el reflejo revertido de los 'defectos' de los países centrales sino también un proceso de constitución de identidad en el cual, al contrario de su papel real en los años 20, la técnica ha jugado un papel fundamental.

En su ensayo «Etnocentrismo a contragusto: una imagen política revertida», Enzensberger nos relata la historia de los individuos europeos de izquierda que, cansados de las restricciones que las sociedades industrializadas les imponen, procuran en el distante exotismo una garantía para la existencia de un «mínimo utópico»¹. Devorados por sus propias realidades, ellos se vuelven hacia el Tercer Mundo en una búsqueda frenética de las diferencias, aquello que en principio les restituiría un sentido de la historia. Sin embargo, con el pasar del tiempo, estos hombres llenos de esperanzas comienzan a observar aquellos países lejanos con ojos desconfiados. En lugar de la fuerza liberadora que pretendían descubrir, lo que se les revela es un mundo ya conocido de antemano: reproductores de sonido en los souks de Damasco, relojes Seiko en las vidrieras de Hong Kong, perfumes en la China, automóviles, aparatos de aire acondicionado, anteojos espejados, etc. La crítica de Enzensberger contiene una cierta nostalgia, revela la contemplación de un extranjero que ve con pesimismo el surgimiento de un «tercer» mundo que se desenvuelve como la imagen invertida de un mundo «primero». También, ella nos reinstala un problema interesante: ¿cómo entender el proceso de modernidad en la periferia?

¹Hans Magnus Enzensberger: «Etnocentrismo...» en Raiva e Paciência, Paz e Terra, Río de Janeiro, 1985.

Provincianismo y nación

El tema es antiguo entre nosotros. El modernismo fue tal vez uno de los primeros movimientos en instalarlo de manera enfática. Cuando sus poetas cantaban a las alas del avión, a los tranvías eléctricos, al cinematógrafo, al jazz band, a la industria, ellos procuraban por medio de las señales de la «modernidad» poder captar el momento por el cual pasaba la sociedad brasileña de los años 20. El modernismo pretendía ser una ruptura con el pasado, un corte en relación con una historia marcadamente tradicional. Varios intérpretes subrayan esta dimensión rupturista: Tristao de Athayde decía que el movimiento fructificó en San Pablo porque en esta ciudad los artistas experimentaban, en su vida cotidiana, los componentes de un trajín moderno: «el asfalto, el motor, la radio, el tumulto, el rumor, la vida al aire libre, las grandes masas, los grandes sucesos, el cine trasladado hacia las demás áreas estéticas y marcando, con su estética de la fragmentación, el primado de la técnica sobre lo natural»².

La descripción es viva, aunque para el lector actual parece un tanto fuera de foco. Ella encubre la existencia de una San Pablo provinciana, tradicional, que se ajusta mal a este ideal cultivado por la técnica y por la imagen de velocidad. Cuando Menotti del Picchia afirma poéticamente que «por la carretera de la vía láctea, los automóviles corrían vertiginosamente», sugiriendo una aproximación entre las máquinas y un nuevo orden «astral», subsiste la duda: ¿cómo pensar esta relación tecno-celestial en un país en el que prácticamente no existían automóviles (eran todos importados) y las carreteras eran pocas e intransitables? La imaginación poética no debe oscurecer nuestro criterio: como demuestran los historiadores, el proceso de industrialización de San Pablo es lento en la década del 20 y lo mismo puede ser dicho para todo el Brasil³. Por esto la revolución del 30 tendrá como propuesta política la modernización de la sociedad brasileña. En verdad, muchas veces se olvida que nuestro modernismo existió sin modernización, lo que significa la presencia de un hiato entre el movimiento y la propia sociedad que le sirve de sustentación. Aquel es sobre todo una aspiración, un proyecto a ser construido en el futuro. No es casual que el modernismo, ya a partir de 1924, se identifique con la cuestión nacional (en sus diferentes vertientes, es claro) pues se trataba de construir una nación que de hecho pudiera ser contrapuesta a un pasado agrario y tradicional⁴.

¿Qué decir hoy de esta búsqueda de lo moderno? Silviano Santiago, enfrentando la misma problemática en el plano de la literatura, se pregunta en qué medida los ac-

² Richard Morse: *Formação Histórica de Sao Paulo*, Difel, San Pablo, 1970, p. 348.

³V. Warren Dean: *A Industrialização de Sao Paulo*, Difel, San Pablo, 1971.

⁴V. Eduardo Jardim: *A Brasilidade Modernista*, Graal, Río de Janeiro, 1978.

tuales escritores brasileños deberían tomar como referencia el movimiento de los años 20. Su respuesta es clara: «pensamos que el proyecto básico del modernismo - que era el de la actualización de nuestro arte a través de una escritura de vanguardia y el de la modernización de nuestra sociedad a través de un gobierno revolucionario autoritario - ya fue ejecutado aunque desacordemos con la manera como la industrialización fue realizada en el Brasil»⁵.

Los sesenta

Creo que la observación no se aplica solamente al caso de un movimiento artístico; la cuestión es más amplia. La sociedad brasileña se transforma radicalmente a partir de los años 60. Ella conoce lo que los economistas denominaron como «segunda revolución industrial», y se inserta fuertemente en el proceso de internacionalización del capital. Un capitalismo tardío, es verdad, pero que procura ajustar su reloj a la marcha del orden mundial. El análisis del universo cultural es revelador para descubrir este proceso de cambio. Al lado de un parque industrial que se consolida surge un mercado de bienes culturales a nivel nacional⁶.

Los índices de crecimiento de las industrias televisiva, publicitaria, discográfica, editorial, no solamente muestran el fortalecimiento de estos sectores sino también una reorganización de la propia vida cultural brasileña. Evolución que es síntoma de una nueva estructura, que se extiende desde la organización de la cultura hasta la sociabilidad de las personas. Esta realidad es contrastante con la de los años 40 y 50, y sugiere una relativa transformación de la posición periférica que el Brasil ocupaba en el escenario internacional. Ciertamente, el país no se transforma en un núcleo central del sistema mundial, pero su antigua posición marginal se modifica. Los datos hablan por sí mismos: el Brasil es la octava economía mundial, el sexto mercado de publicidad y el séptimo de televisión. Números impensables para nuestros modernistas. Yo diría que la multiplicación de señales de «modernidad» (computadoras, red nacional de televisión, industrias contaminantes, aviones a chorro, video-grabadores, etc.), certifica la existencia de esta nueva realidad.

Pero contrariamente al pasado reciente, ella no se encuentra desacompañada con el movimiento de la sociedad (lo que no significa decir que se beneficia la población como un todo). Por supuesto, no es posible olvidar que las «zonas de subdesarrollo» son considerables (analfabetismo, pobreza, desigualdad regional) en un país como el nuestro. Pero creo que el sentido del proceso de industrialización no deja

⁵ Silviano Santiago: «Fechado para balanço» en Nas Malhas da Letra, Cia. das Letras, San Pablo, 1989, p. 76.

⁶V, Renato Ortiz: A Moderna Tradição Brasileira, Brasiliense, San Pablo, 1988.

dudas; nos encontramos frente a una sociedad moderna aunque su historia haya sido, y continuará siendo, diferente a la historia de las sociedades centrales.

La idea de que la modernidad es un imperativo de nuestros tiempos puede incomodar a algunos interlocutores porque siempre se imaginó que el proceso de modernización eliminaría, por sí solo, tanto el subdesarrollo como las injusticias sociales. Esta visión un tanto ingenua del proceso histórico nos llevó a sobrevalorar la búsqueda de una «identidad moderna» sin que tuviésemos una perspectiva crítica de lo que se deseaba construir. Todo sucedía como si la idea de lo moderno fuese ontológicamente portadora de valores que de manera natural corregirían nuestros desequilibrios. Sabemos que las cosas no son así de simples. Al lado de los problemas heredados del pasado tenemos ahora otros, resultantes de la nueva configuración de la sociedad. La modernidad trae consigo desafíos aunque también otras formas de dominación.

Modernidad como estilo de vida

¿Pero qué significa afirmar que el proyecto de la modernidad se agotó (no me refiero aquí al debate sobre la modernidad como proyecto incompleto-Habermas)? Quiero decir que ella, al materializarse, adquiere otra connotación. Resulta interesante observar cómo, en el espacio de pocos años, el mismo vocablo se diseminó entre nosotros integrando hoy el léxico de la «cultura popular». Se habla de la modernidad de las mujeres al vestirse, de la decoración de casas y apartamentos, de los hábitos individuales, de las preferencias culturales. La modernidad se transforma así en un estilo de vida. Quien abra los periódicos o las revistas, habrá de encontrarse con innumerables imágenes, anuncios, historias, que nos remiten al universo de la moda, del glamour, de las vidrieras, de los shopping-centers. El campo de la publicidad es especialmente fértil en este aspecto ya que la noción de lo moderno encierra la idea de innovación, que para los publicitarios se confunde con la inclinación al consumo.

De todos modos, cabe observar que no solamente en la publicidad, en tanto técnica de ventas, es donde el discurso de la modernidad se manifiesta. Las propias encuestas de mercado la incorporan como categoría cognitiva para la comprensión de la sociedad. Una de esas investigaciones sobre hábitos de lectura nos enseña por ejemplo que «la lectura es un fuerte componente de la modernidad, pues está estrechamente relacionada con la información, que es la característica principal de nues-

tro siglo»⁷. No satisfecho con anunciarnos este diagnóstico banal, el texto construye una imagen ideal típica de los lectores analizados que es, a mi modo de ver, relevante para nuestra discusión. Resumiendo los resultados del trabajo, sus autores presentan dos escenas: en la primera una pareja de jóvenes mirando televisión, en la segunda otra virtual pareja - evidentemente joven - leyendo.

Siguen los comentarios por medio de un cuadro comparativo. La pareja que mira televisión es de «clase media baja», «él: empleado», «ella: ama de casa»; «son reprimidos, la TV los transporta hacia un mundo ajeno al hogar», «conversan con el televisor encendido pero el diálogo nunca es profundo, dialogan sobre lo trivial, acerca del día de trabajo de él»; pareja conservadora. Evidentemente, personas como ésas sólo podrían tener una vida estrecha, y nuestros investigadores no hesitan en describirla: «Vacaciones en Praia Grande», «están mal vestidos, son feos, ella parece más vieja que él», «están tensos», como a la mayoría de las personas, les gusta «comer bien», pero el texto no olvida de prevenir: «de vez en cuando»; «están presenciando el Informativo Nacional y van a ver novelas».

La apreciación respecto a la pareja leyendo es ciertamente distinta; dentro del espíritu del pensamiento dicotómico tenemos: clase media alta, «él: empresario», «ella: profesión liberal»; «están casados o tan sólo viven juntos», «poseen una visión ampliada del mundo, un espíritu abierto», «ahondan en las cosas que leen juntos y después discuten», «pareja in». Frente a cualidades como éstas, sólo puede abrirse un mundo maravilloso: «vacaciones en el exterior»; ellos están «relajados, confortables, tranquilos, situación emocional y económica más estable»; «están en su ambiente, se respetan mucho», «pareja elegante y bonita, la camisa de él es de buena confección, y el pantalón también». Evidentemente estas personas frecuentan teatro, cine, cenar afuera, practican deportes, y no se olvidan de «leer a Iacocca, algún libro de Kundera, El nombre de la rosa». Esta ideología discriminatoria en relación a las personas y a los sectores sociales es común entre los publicitarios, pero más allá de una visión distorsionada del mundo, ella revela una gama de señales que valorizan determinado estilo de vida.

El retrato esbozado por nuestra agencia de mercado omite datos de su propia investigación, que muestran, por ejemplo que Milan Kundera y Umberto Eco son poco leídos pero ávidamente comprados por un grupo numeroso de personas sensibles a las cuestiones de moda y de estatus. Pero lo que me parece importante es percibir cómo dentro de esta descripción el hábito de lectura, principalmente en el

⁷«Estudo Motivacional sobre os Hábitos de Leituras», Sadiva Associação de Propaganda Ltda., 1988, p. 13. (Estudio hecho para la Cámara Brasileña del Libro).

caso de best sellers, funciona como elemento de integración a un cosmos especial; el de las «vacaciones en el exterior», «del pantalón de moda», «de la camisa de buena confección». Un universo «bonito», «saludable», donde las personas pueden tener un «diálogo profundo», una «situación emocional estable» y, por supuesto, «conocerse».

Esta visión idílica de un mundo armonioso se expresa también en la conclusión de nuestro estudio: «el cuadro comparativo demuestra la percepción de los entrevistados respecto a la imagen del lector. Sus características lo aproximan al estereotipo de una persona moderna: éxito personal, éxito profesional, dominio de la información (incluso de la superficial), introspección aunque no timidez, mundo interior rico y elaborado»⁸.

No resulta difícil percibir cómo la palabra modernidad se asocia íntimamente a una serie de sucesos y actividades culturales: festivales de rock, video clips, televisión. Sin embargo, no deja de ser sorprendente que hasta un simple partido de fútbol pueda ser descrito bajo su signo. Me permito transcribir parte de un artículo de periódico sobre la final del campeonato paulista de 1989; su título, «La Modernidad ofrece el impulso de su gracia», es sugestivo, nos otorga la dimensión de cómo el «modernismo» deja de circunscribirse a los límites estrechos de la literatura para invadir un terreno que, en principio, algunos pensarían como propiedad exclusiva de lo tradicional y de lo popular:

«Es un placer para quien gusta del fútbol ver llegar a la final a S.P. y S.J. son equipos cuyo principal empuje en esta temporada se ubicó del medio del campo hacia adelante, rareza en un país poblado de técnicos defensivos que hacen de esto una virtud. Pero el placer lúdico acaso no sea el principal. Lo mejor es la satisfacción de ver a la modernidad dar el empuje de su gracia en un escenario en el que han predominado marcadores mediocres, dirigentes folclorizados y patéticos recursos nostálgicos.

No es una casualidad que el S.P. sea el equipo paulista con más títulos en los años 80. Es tal vez el único club en el que el deporte es un negocio y una cultura. El S.P. fue el primero de los grandes clubes paulistas en construir un gran estadio. Fue el primero en habilitar un centro de entrenamiento para superar el amateurismo de practicar en el campo donde se juega. Aparte de esto, han contratado continuamen-

⁸Ibid., p. 16

te los mejores profesionales. En el escenario del fútbol brasileño es una empresa ejemplar»⁹.

Es posible hacer varias interpretaciones de este texto. Salta a los ojos la identificación de la modernidad con valores como mercado-negocio-empresa. El tratamiento de la cultura, en este caso deportiva, como elemento empresarial se asemeja a esa mentalidad característica de las industrias culturales en las que el «profesionalismo» supera al «amateurismo», restringiendo el espacio de lo «lúdico» - y yo agregaría de lo estético - como sugiere nuestro articulista.

Modernidad acrítica

Mientras tanto, más allá de un análisis del discurso, el comentario alberga con tal amplitud el concepto de modernidad que necesariamente nos lleva a reflexionar sobre su significado. ¿Cómo entender que prácticas tan diversas puedan ser incluidas en una misma perspectiva hasta el punto de que un espectáculo deportivo sea descrito en términos de arte, moda o de video game? Pienso que es posible encontrar un denominador común que aproxime esas distintas dimensiones de la vida social: la afirmación de una cultura actual. No se trata sin embargo de una «cultura afirmativa» como quería Marcuse, ella es su contrario¹⁰. Para Marcuse, la sociedad burguesa del siglo XVIII no se identificaba solamente con una dominación de clase; ella contenía en su interior una contradicción que se expresaba a través de valores universales como lo bello, la felicidad, la libertad.

El imaginario burgués cargaba una esperanza hacia el propio orden capitalista que lo había engendrado. La «cultura afirmativa» en cuanto negatividad descubría la posibilidad de un futuro donde valores como «libertad, igualdad y fraternidad» podrían realizarse. Decir que la modernidad se transformó en una afirmación significa entender que un determinado tipo de cultura (aquella que se ambiciona moderna) deja de ser un elemento de negatividad, o sea, de cambio. Ella no se caracteriza más como una «tradición de ruptura» como quería Octavio Paz, o una «mayéutica utópica» como reclamaba Henri Lefebvre; nos enfrentamos ahora a una «modernidad acrítica»¹¹.

⁹Folha de Sao Paulo, 27/6/1989, p. D-1.

¹⁰V. H. Marcuse: «Le caractère affirmatif de la culture» en Culture et Société, Minuit, París, 1970.

¹¹V. Octavio Paz: Os Filhos do Barro, Nova Fronteira, Río de Janeiro, 1984 y Henri Lefebvre: Introdução à Modernidade, Paz e Terra, Río de Janeiro, 1969.

Ella es la cobertura por medio de la cual se afirma un orden social. Si en el pasado reciente el modernismo podía ser considerado un proyecto, es decir, algo a ser realizado en el futuro, tenemos ahora un consentimiento en relación al presente. Podemos decir que la carga utópica que había en los diferentes proyectos (modernismo, ISEB, cinema novo, etc.), independientemente de sus equívocos, es ahora sustituida por una ideología que privilegia el panorama actual.

Creo que una manera de «congelar» el presente se consigue por medio del vaciamiento de los contenidos. Por ejemplo, cuando se dice que alguien es «comunista», esto puede significar varias cosas: «aquel que se guía por una concepción marxista-leninista de partido único», «aquel que se inclina por una concepción teórica cercana al marxismo occidental», «aquel que estuviera vinculado directamente a la política externa de la Unión Soviética», etc. Podríamos multiplicar las variantes de significado, pero siempre deben venir clasificadas, expresando un determinado contenido. Lo mismo puede ser dicho de una afirmación del tipo «tal es un clientelista». En principio debo clasificarla, caracterizando al clientelismo como una forma de expresión y dominación política que históricamente se desarrolló entre nosotros.

Mientras tanto, cuando algunos analistas y políticos introducen como principal elemento de división entre los partidos el hecho de ser o no modernos, tenemos un nuevo criterio de evaluación. Ser «antiguo» significa pertenecer a un orden pasado, lo que implica que «comunismo» y «clientelismo», a pesar de las diferencias que los separan, pueden ser agrupados dentro de una misma categoría política. El presente, esto es, la «modernidad», es tomado como valor en sí, despojando de historicidad a los contenidos particulares. La modernidad es por lo tanto un mito, en el sentido que Barthes asignaba a este término¹². Es una «palabra despolitizada» que se imagina eterna. Yo diría que esta concepción no está lejos de la utilizada por la industria cultural que clasifica sus productos en términos de in o out. Un traje, un automóvil, un disco son «modernos» en la medida en que se ajusten a una situación actual; se tornan obsoletos con el pasar del tiempo.

Sin embargo, no es el contenido de esos productos, su historia, lo que caracteriza el estado de obsolescencia, sino simplemente el hecho de que ellos no pertenecen a la actualidad. Cuando por ejemplo digo que TV Pirata es moderna en relación al programa Chico Anísio, en verdad ya no me estoy interesando demasiado por el contenido que esos programas transmiten. Es la forma, en este caso, el uso de una técnica que se acerca al video clip, la presencia de artistas «jóvenes», que define la preponderancia de la modernidad sobre un marco de humorismo «tradicional».

¹²V. Roland Barthes: *Mithologiques*.

Lo antiguo y lo moderno

La oposición entre «moderno» y «antiguo» todavía posee una dimensión peculiar entre nosotros. Pero no es el caso de considerarla como una querrela entre Anciens et Modernes, o como una ruptura con la tradición como querían los movimientos artísticos del final del siglo XIX. Si es verdad que en el Brasil la sociedad se modernizó, no puede olvidarse que los elementos tradicionales no desaparecieron, ellos se rearticulan de diversas maneras en el interior del orden urbano-industrial. Por otro lado, vivimos en una sociedad que carga consigo los recuerdos de los proyectos políticos y culturales gestados en los años 50 y 60. Esta proximidad con el pasado exige una actitud clara, que impida una confusión de fronteras. Por eso la idea de «moderno», en tanto forma, surge como elemento de distinción entre objetos, aspiraciones, estilos de vida. El término adquiere una dimensión imperativa que ordena jerárquicamente los individuos y las prácticas sociales. Una actitud moderna «vale» más que un comportamiento tradicional.

No obstante, como el nivel de tradicionalismo resulta elevado en una sociedad como la brasileña, el discurso de la modernidad quiere imponer su hegemonía al afirmarse como paradigmático. Nuevamente nos encontramos con la presencia del mito. No tanto en el sentido que utilizaba Barthes (de mito-lógicas), sino en el de la vieja acepción que los antropólogos e historiadores conferían al término. Mito en cuanto modelo de comportamiento ejemplar a ser seguido por los individuos pertenecientes a una sociedad. Mito que perpetuaría de este modo el orden presente. Pero existe una inversión significativa: no es el pasado, como en las sociedades primitivas, que surge como sagrada fuente inspiradora de los actos colectivos e individuales, sino que es el presente actualizado por la técnica de los nuevos tiempos. La historia mítica de los indígenas valorizaba una época situada en los «tiempos inmemoriales»; el mito de la modernidad introduce una ruptura entre el pasado y el futuro. Por eso la oposición entre pasado y presente corresponde a una dicotomía in/out, que determina el grado de ajuste o de desuso de las actividades o los gustos.

Esta ideología del ajuste* recoloca, a mi modo de ver, el antiguo debate sobre desarrollo. Cuando Sílvio Romero inquiriere por el «atraso del pueblo brasileño» (que él identifica con las condiciones «raciales y climáticas») su mirada apunta al futuro, a una historia que todavía está por ser hecha¹³. Podemos decir lo mismo de la ideología isebiana. Al afirmarse que «no hay desarrollo sin una ideología del desarrollo» los intelectuales de los años 50 afirman la primacía de las ideas sobre la realidad, e

¹³V. Sílvio Romero: *História da literatura Brasileira*, José Olympio, Río de Janeiro.

iluminadamente sugieren los rumbos «correctos» para el desarrollo del país. La noción de «atraso» implica por lo tanto una idea de futuro y de su superación - en el caso de una evaluación optimista -. La modernidad acrítica invierte los términos del debate. «Atrasado» es lo que está desacompañado respecto del orden existente. Sin embargo, como esta actualidad no se encuentra plenamente cristalizada (no somos un país central), o mejor, no realiza integralmente la modernidad soñada, tenemos que la permanencia de la «tradición» - la antigua y los elementos que no encajan dentro de la perspectiva de esta modernidad acrítica - aparece como algo incómodo y molesto. De ahí esa imperativa necesidad de establecer distinciones claras, de ajustar lo que «ya era» a lo que debe ser.

Inventar una tradición

Modernidad, modernismo, modernización, son temas que siempre estuvieron entre nosotros asociados de alguna manera a la cuestión nacional. Ciertamente este no fue el caso de algunos países europeos - Inglaterra y Francia - donde hubo una correspondencia entre el proceso de industrialización y la emergencia de una sociedad industrial. Sin embargo en el Brasil, así como en toda América Latina, la búsqueda de una identidad nacional fue una constante pues se trataba de construir un Estado y una nación modernos. Evidentemente los proyectos nacionalistas han variado a lo largo de la historia. Fueron racistas - Sílvio Romero, Nina Rodríguez, Euclides da Cunha -, modernistas en los años 20, autoritario durante el Estado Novo, desarrollista en la década del 50.

En cualquier caso, todos tenían una preocupación básica: la construcción de una identidad brasileña que nos colocara al compás del ritmo de las sociedades europeas. Pero no deja de ser significativo constatar que fue la tradición quien acabó proporcionando los símbolos principales con los cuales la nación terminaría identificándose. No fueron los ferrocarriles - que eran pocos e ineficientes -, la tecnología, el hierro y el acero con los cuales soñaban nuestros futuristas, los elementos que acabarían legitimándose como fundacionales en nuestra identidad, sino más bien el samba, el carnaval, el fútbol.

No tengo dudas de que esta elección entre símbolos diversos en gran medida se produjo merced a la actuación del Estado. El carnaval, el fútbol o el samba no constituían elementos de la nacionalidad brasileña en los años 10 o 20. El samba sobrellevaba el estigma de la población negra, el carnaval cargaba con el fasto de los bailes venecianos y la práctica ancestral de las carnestolendas portuguesas, el fútbol era un deporte elitista importado de Inglaterra. Fue la necesidad del Estado de pre-

sentarse como popular que implicó una revalorización de estas prácticas que comenzaban, cada vez más, a poseer características masivas. Finalmente, la formación de una nación pasaba por una cuestión preliminar: la construcción de su «pueblo».

En este sentido, el esfuerzo que hizo el Estado Novo para brasileñizar ciertas manifestaciones particulares fue grande. Tuvimos que inventar una tradición, en el sentido de Hobsbawm, que no existía antes y para ello resemantizar algunos elementos específicos culturalmente disponibles¹⁴. Lo sintomático para nuestra discusión es percibir que, frente a la fragilidad de la vida moderna, sólo le restó al imaginario social hechar mano de la tradición - en este caso construida y vivida - para definir su propia identidad. Yo diría que esta situación cambia sensiblemente con las transformaciones ocurridas en la sociedad brasileña.

Hoy vivimos un momento de sustitución de símbolos. Carnaval-mulata-samba-fútbol son trazos que de a poco están perdiendo la apelación que poseían anteriormente. Otros símbolos comienzan a ser gestados: telenovela, publicidad, Fórmula 1. La difusión de las telenovelas en el exterior, los premios que los filmes publicitarios comienzan a concitar en los festivales internacionales, la performance de los brasileños en el grid de pilotos de todo el mundo, trazan ahora un material semiológico que ajusta nuestra imagen a los tiempos modernos. Proceso que sugiere la formación de una identidad «turbo», internacional-popular, no más nacional-popular como era imaginada. No quiero decir con esto que la cuestión nacional ha dejado de ser relevante sino subrayar que ella está retraducida a un nuevo lenguaje, y viene ahora marcada por las señales de un tiempo que se materializó - en la «periferia», es claro, y a su manera -.

Traducción: Rita Fonseca

*La palabra ajuste es aquí utilizada en el sentido de adaptación, no en el más extendido de reconversión económica estructural (N.T.).

Referencias

- *Enzensberger, Hans Magnus, RAIVA E PACIENCIA. - Río de Janeiro, Paz e Terra. 1985; Olympio, José -- Etnocentrismo.
- *Morse, Richard, FORMAÇÃO HISTÓRICA DE SÃO PAULO. p348 - San Pablo, Difel. 1970; Fechado para balanço.

¹⁴V. Eric Hobsbawm: A Invencao da Tradicao, Paz e Terra, Río de Janeiro. Sobre las invenciones de una tradición brasileña, en particular el carnaval, v. María Isaura Pereira de Queiroz: Carnaval Brésilien: le vécu et le mythe (mimeo, próximo a publicarse en Francia).

- *Warren-Dean, V., A INDUSTRIALIZAÇÃO DE SAO PAULO. - San Pablo, Difel. 1971; Le caractère affirmatif de la culture.
- *Jardim, Eduardo, A BRASILIDADE MODERNISTA. - Río de Janeiro, Graal. 1978;
- *Santiago, Silvano, NAS MALHAS DA LETRA. p76 - San Pablo, Cia. das Letras. 1989;
- *Ortiz, Renato, A MODERNA TRADIÇÃO BRASILEIRA. - San Pablo, Brasiliense. 1988;
- *Anónimo, ESTUDO MOTIVACIONAL SOBRE OS HABITOS DE LEITURAS. p13-16 - Sadiva Associação de Propaganda Ltda. 1988;
- *Anónimo, FOLHA DE SAO PAULO-PRENSA. 27/6. pD-1 - 1989;
- *Marcuse, H., CULTURE ET SOCIETE. - París, Minuit. 1970;
- *Paz, Octavio, OS FILHOS DO BARRO. - Río de Janeiro, Nova Fronteira. 1984;
- *Lefebvre, Henry, INTRODUCAO A MODERNIDADE. - Río de Janeiro, Paz e Terra. 1969;
- *Barthes, Roland, MITHOLOGQUES. - Río de Janeiro.;
- *Romero, Silvio, HISTORIA DA LITERATURA BRASILEIRA. - Río de Janeiro, Paz e Terra;
- *Hobsbawm, Eric, A INVENCAO DA TRADICAO. -
- *Pereira de Queiroz, María Isaura, CARNAVAL BRÉSILIEN: LE VECUE ET LE MYTHE. -