

**El "Atraso" en el Futuro:  
Usos de lo Popular para Construir la  
Nación Moderna  
Renato Ortiz**

Documentación de reflexión y debate  
documento nº 10

**Renato Ortiz**

**EL "ATRASO" EN EL FUTURO: USOS DE LOS POPULAR PARA  
CONSTRUIR LA NACIÓN MODERNA**

*García Canclini, Néstor (compilador). Cultura y pospolítica. El  
debate sobre la modernidad en América Latina.*

México

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

1995

## CULTURA Y POSPOLÍTICA

El debate sobre la modernidad  
en América Latina

Néstor García Canclini  
compilador



Consejo Nacional  
para la  
Cultura y las Artes

### II. El "atraso" en el futuro: usos de lo popular para construir la nación moderna

*Renato Ortiz\**

El estudio de la cultura en América Latina presenta un doble aspecto. En primer lugar, se trata de la comprensión de la sociedad —a lo cual mucho han contribuido los análisis sociológicos, históricos y antropológicos—; en segundo, el estudio se halla íntimamente asociado a una problemática más amplia, la del destino de los países de la región. El debate no se restringe a la esfera académica, involucra a un público más vasto e interesado particularmente en las cuestiones sociales. Un trabajo sobre la cultura popular debe, por tanto, absorber esos problemas, sin lo cual se desarrollaría en el vacío.

Diríase que la idea fundamental que determina la discusión en América Latina, y en Brasil en particular, es la de "falta", la de "ausencia". Pueden enumerarse varias de las maneras en que ha sido tratado el tema, pero pienso que existe una constante que atraviesa el siglo, una tecla que nos remite siempre a la misma problemática: la identidad nacional. Es cierto, como veremos, que esta identidad se aborda de diferentes formas a lo largo de la historia, pero la preocupación en relación con la pregunta "¿quiénes somos?", permanece. Identidad, nación, popular, son términos frecuentes en la historia del pensamiento latinoamericano, y a ellos se suman preocupaciones como atraso, desarrollo, modernidad, modernización. Así, la temática de la identidad moviliza a artistas, políticos, literatos e intelectuales; constituye una obsesión.

\* Profesor de la Universidad Estadual de Campinas, Brasil. La traducción del texto es de Marcela Colín.

Pero ¿qué significa esta ausencia? Toda identidad implica la existencia de un referente externo; el de las sociedades latinoamericanas se halla en los mundos centrales, parte de Europa occidental y Estados Unidos. Por eso, para responder la pregunta "¿quién es somos?", debemos pasar necesariamente por una cuestión preliminar: "lo que no somos". La "falta" es justamente la distancia que mide el desfase de aquello que pretendemos ser y lo que realmente somos. Veremos que el debate cultural refleja esas tensiones que brevemente subrayé a manera de Introducción.

### Entre el siglo XIX y el XX

Podemos captar el dilema que envuelve a la élite brasileña durante el paso de un siglo a otro si tomamos como referencia una crónica de Octavio Bilac:

Uno de los últimos domingos vi pasar por la Avenida Central una carreta repleta de peregrinos de la Peña: en aquel amplio bulevar espléndido, sobre el asfalto pulido, contra la rica fachada de los altos edificios, contra los carruajes y carros que desfilaban, el encuentro del viejo vehículo, en el que los devotos borrachos bramaban, me dio la impresión de un monstruoso anacronismo: era la resurrección de la barbarie, era una edad salvaje que regresaba, como un alma del otro mundo, para perturbar y avergonzar la vida de la edad civilizada. Si al menos la orgía impúdica se confinara al campamento de la Peña: Pero ¡no! Pasada la fiesta, la multitud se desbordó como una inundación victoriosa hacia el centro de la urbe.<sup>1</sup>

La vívida descripción de Bilac revela una ideología peculiar de los grupos dominantes. En ella las fachadas de los edificios, la majestad de los carruajes contrasta con el lado "primitivo" de la sociedad brasileña. Sin embargo, lo patético de esta declaración se halla en la idea de resurrección, desmentida inmediatamente por la frase que le sigue: "Si al menos la orgía impúdica se confinara al campamento de la Peña." Este deseo seguramente era compartido

<sup>1</sup> Apud Nicolás Sevchenko, *A literatura como missão*, São Paulo, Brasiliense, 1984, p. 69.

por la élite dominante, concededora de los límites impuestos al desarrollo de la sociedad brasileña. Nuestras dificultades no se sintetizaban en el resurgimiento de una etapa que había sido enterrada. Al contrario, era el presente atávico lo que molestaba. Por eso la crónica de Bilac contiene un malestar en relación con esta población de "salvajes", que a la oligarquía le gustaría ver confinada en fronteras seguras. En la periferia la multitud es la urbe; el centro de la ciudad de Río de Janeiro sólo traducía un sueño de modernidad, una fachada que la acercaba a los valores de la civilización occidental. A su lado imperaba la malaria, la pobreza, la herencia esclavista que se intentaba olvidar por todos los medios.

Tal contradicción entre apariencia y esencia, que varios autores han examinado (véase por ejemplo los estudios de Roberto Schwarz) resulta estructural en la sociedad brasileña. Nina Rodrigues inicia su *Antimisme féliciste des nègres de Bahia*, con la siguiente afirmación:

No hay más que la ciencia oficial que podría, aún hoy, en su enseñanza dogmática y superficial, seguir afirmando que la población de Bahia es en conjunto cristiana monoteísta. Semejante pretensión indicarla de parte de aquel que lo haga, la negligencia voluntaria en la apreciación de los dos tercios de negros africanos y de los mestizos que forman la gran mayoría de la población, o el candor de la ignorancia que cree ciegamente en esa apariencia exterior que el examen más superficial vuelve ilusoria y engañosa.<sup>2</sup>

Apariencia que insiste en percibir un mundo moderno y cristiano entre nosotros, encubriendo la realidad profunda de las creencias africanas. Retrato inconsistente, esculpido con todo cuidado por aquellos que buscaban cultivar una imagen reconfortante de sí mismos.

Los intelectuales de finales de siglo enfrentan necesariamente esta contradicción entre una voluntad de civilización y las condiciones materiales que insisten en negarla. José de Alencar, cuando escribe *O Guarani*, no puede simplemente transportar el roman-

<sup>2</sup> Nina Rodrigues, *L'antimisme féliciste des nègres de Bahia*, 1890. (Cito el "original" en francés, publicado antes que el libro en portugués.)

ticismo europeo al ámbito brasileño.<sup>3</sup> Los escritores extranjeros conocían al otro mediante viajes pintorescos, que eran cortos y determinados en el tiempo; viajaban para observar los rasgos exóticos de los indios y de los salvajes. Alencar no, vivía en un universo particular donde el indígena era simultáneamente fuente de inspiración y amenaza social. Por eso *O Guarani*, novela que puede leerse como fundadora del mito de la brasilianidad, tiene como tema central esta pregunta: ¿cómo introducir la civilización en el dominio de la naturaleza? Para conseguirlo la ficción debe distinguir entre un buen salvaje (Perti) y el estado real del salvajismo (los aimorés). Alencar debe considerar esos dos extremos, pues no le resulta fácil articular el texto literario sólo mediante la imagen de un buen salvaje. La realidad brasileña era fuerte y amenazadora, e imponía problemas específicos, diferentes de los enfrentados por los escritores europeos. Peri se encontraba demasiado cerca de su pasado indígena. Podemos decir que también nuestros folcloristas fueron menos románticos que los europeos. Éstos eliminaban de su definición de folclor el aliento ético para su práctica paracientífica: la salvación de la cultura popular en vías de desaparición. Deseaban impedir que los últimos rasgos de una cultura popular, amenazada por el desarrollo de la sociedad moderna, desaparecieran.<sup>4</sup> Otro es el tono en Silvio Romero. Al examinar nuestras tradiciones populares, su conclusión es amarga:

somos un pueblo en vías de formación, no tenemos vastas y amplias tradiciones nacionales. Negros e indios poco pudieron aportar, y los portugueses, con el Renacimiento, ya habían pluriado parte de las tradiciones de la Edad Media cuando el azar de las cosas los arrojó a nuestras tierras. De ahí el estado fragmentario de nuestra literatura popular.<sup>5</sup>

No había mucho que preservar, la rueda de la historia empujaba a la sociedad brasileña hacia un futuro todavía incierto. Este dilema, que con frecuencia emerge entre los intelectuales, revela un

<sup>3</sup> Véase Renato Ortiz, "O Guarani: um mito de fundação da brasilidade", en *Ciência e Cultura*, vol. 40, marzo de 1988.

<sup>4</sup> Sobre los folcloristas europeos y la discusión sobre la cultura popular, véase Renato Ortiz, "Cultura popular: románticos e folcloristas", en *Textos*, núm. 3, 1985.

<sup>5</sup> Silvio Romero, *História da literatura brasileira*, t. I, Rio de Janeiro, José Olympio, 1960, p. 103.

problema de identidad. Cuando se logra afirmar por primera vez la existencia de un pueblo brasileño, la mezcla de razas (blanca, indígena y negra), inmediatamente esta identificación escapa de sus manos. Como la nación es resultado de la fusión de razas superiores e inferiores (finalmente éstas eran las teorías de la época), un obstáculo se instaura. La identidad construida, fugaz y contradictoria, expulsa a la masa de la población (indios, negros y mulatos) al dominio de la ignorancia y la barbarie.

Las manifestaciones de las culturas populares se hallan marcadas por este contexto más amplio, representan el lado oscuro de la sociedad, y por eso deben combatirse en nombre de una modernidad que todavía no existe. Son varios los ejemplos que revelan tal negatividad. El código penal de 1890 incrimina al arte de curar, la magia y el curanderismo, en el momento en que la medicina trata de consolidar su padrón de legitimidad. Las creencias populares son vistas como factor de enajenación mental, y aparecen, al lado del alcoholismo y la sífilis, como elementos que favorecen la locura y confrontan el orden social. Como decían los psiquiatras: "entre los males sociales señalados en nuestro país como grandes factores de locura, se halla el burdo espiritismo, el cual se desarrolla en un terreno abonado por la ignorancia y las supersticiones".<sup>6</sup> Como sabemos, para esos científicos la distancia entre crimen y locura es pequeña y, por tanto, los cultos de posesión son necesariamente asimilados al polo de la criminalidad. De modo evidente, esta visión discriminatoria no contempla exclusivamente al espiritismo de origen kardecista que se populariza entonces, sino que se dirige sobre todo a la herencia africana. La amenaza existe porque las religiones revelan la presencia de una cultura considerada como inferior, incompatible con el grado de civilización que se pretendía edificar. No puede olvidarse que las teorías racistas relacionaban la marginalidad (el criminal de Lombroso) con las características físicas de las personas. Dentro de esta perspectiva, medicina y psiquiatría se complementaban. No por casualidad el estudio del negro surge en las escuelas de medicina; Nina Rodrigues es seguramente el exponente máximo de esta línea; pero incluso en la década de los treinta encontramos aún su

<sup>6</sup> Oscar de Souza, *O indivíduo e o meio ponto do vista da higiene mental*, Rio de Janeiro, 1928.

influencia en Arthur Ramos (médico y psiquiatra) o en Gonçalves Fernandes, miembro del Servicio de Higiene Mental de Recife.<sup>7</sup>

La intolerancia de la sociedad hacia las prácticas negras se traduce también en la persecución a la *capoeira* y a las fiestas populares. La historia de tal represión se acentúa específicamente en relación con los *terreiros* (locales de cultos afrobrasileños). Los cultos son blanco de la policía en casi todo el territorio nacional. Gonçalves Fernandes habla de la presencia de *xangôs* (conjunto de ceremonias afrobrasileñas) disfrazados en sociedades carnavalescas para escapar así de la policía de Recife. En regiones como la ciudad de Macaé, las persecuciones realizadas en 1912 tuvieron tales alcances que despertaron en el negro una actitud de recelo, reflejada en la propia estructura religiosa del culto. Surge una nueva modalidad litúrgica, el *xangô* —rezado— *batxo*, donde la danza y la música desaparecen y la ceremonia sólo se celebra mediante oraciones susurradas.<sup>8</sup> Arthur Ramos comenta también las incursiones policíacas en los terreiros bahianos, y sabemos que el movimiento se repite en Río de Janeiro, São Paulo y Porto Alegre.

Tal actitud negativista no se restringe sin embargo a las manifestaciones de la cultura negra; es más amplia, y abarca las clases populares como un todo. En Río el espíritu de la *Belle Époque* choça contra la "Ignorancia" y el "atraso" de los festejos tradicionales, por eso el cerco a las fiestas de Judas, al Bumba-Meu-Boi, al campamento de la Peña.<sup>9</sup> El ejemplo del carnaval resulta interesante. De modo sugestivo la prensa de finales del XIX distinguía entre un "gran" y un "pequeño" carnaval. Mientras esta última definición agrupaba las diferentes formas populares (*ranchos*, *entrudós*, *zês-peretra*), la primera representaba una manera más "civilizada" de festejar. De origen cotidiano burgués, se expresaba en desfiles o cortejos realizados por las sociedades carnavalescas. Se constituye así un carnaval legítimo, inspirado en la tradición europea de los arlequines y las colombinas. Por

<sup>7</sup> Véase Nina Rodrigues, *As colectividades anônimas*; Gonçalves Fernandes, *Sincretismo religioso no Brasil*. Curitiba, Guara; Arthur Ramos, *O negro brasileiro*, São Paulo, Cia. Nacional, s.f.

<sup>8</sup> Véase Gonçalves Fernandes, *Xangôs do Nordeste*, Río de Janeiro, Brasileira, 1937.

<sup>9</sup> Véase Mônica Pimenta Veloso, *As tradições populares na Belle Époque carioca*, Río de Janeiro, Mec/Funarte, 1988.

supuesto, las actitudes en relación con esos dos tipos de carnales eran distintas. Olga von Simson, al analizar los edictos publicados por los poderes constitutivos en el periodo 1876-1889, muestra que en São Paulo "la mayor preocupación de las autoridades era la represión de las antiguas formas de divertirse, como el 'entrudo'".<sup>10</sup> El trato otorgado al carnaval veneciano era otro, según aclaran los periódicos de la época: este tipo de carnaval simboliza el imperio de la luz al invadir el imperio de las tinieblas, la civilización y la ignorancia.<sup>11</sup> Los articulistas veían en esta forma europea de celebrar la alegría, un elemento didáctico para educar a la población brasileña: "el carnaval al reunir al pueblo, enseñarle la elegancia de las maneras, del lenguaje, las reglas de educación y despertar el deseo de conocer a los personajes por él resucitados [...] bñõ con año desarrollará y aprovechará todas las circunstancias que puedan contribuir a su completa victoria".<sup>12</sup> El tema de la barbarie reaparece: ante la permanencia de las manifestaciones populares la prensa carioca se lamenta: "qué deliciosa sería la alegría del carnaval si le quitaran esa hechura externa de la alegría del interior de África".<sup>13</sup>

### Entre 1930 y 1964

La actitud negativa hacia la cultura popular se modifica en los años treinta. El surgimiento de una sociedad urbano-industrial que integra algunos sectores excluidos de la población constituye el primer signo en este sentido. Florestan Fernandes decía que la "tragedia del negro entre 1890 y 1930 se explicaba por su incapacidad para ajustarse al estilo de vida urbano";<sup>14</sup> pero ya en la década de los treinta intenta insertarse en las nuevas estructuras sociales —lo que evidentemente no ocurre sin obstáculos ni contradicciones. Sin embargo, es importante subrayar que nuevos

<sup>10</sup> Olga von Simson, "Os poderes políticos e a imprensa na transformação do carnaval paulista no século XIX", en *Cadernos do CERU*, núm. 1, série 11, mayo de 1985, p. 72.

<sup>11</sup> *Idem.*

<sup>12</sup> *Idem.*

<sup>13</sup> Apud Nicolás Sevçenko, *op. cit.*, p. 69.

<sup>14</sup> Florestan Fernandes, *Integração do negro na sociedade de classes*, São Paulo, Alfa, 1978, p. 168.

espacios se abren en el Interior de una sociedad de clases, y cómo varias manifestaciones populares procuran insertarse en ellos. Resulta sintomático que el carnaval, el fútbol y la umbanda surjan entonces con fuerza. El fútbol se profesionaliza, deja de ser el pasatiempo de una élite que se reunía en los clubes privados; las escuelas de samba llevan el carnaval popular a las calles y destronan a los antiguos corsos; la umbanda se institucionaliza y busca legitimizarse como religión al margen del catolicismo. El caso de los terreiros umbandistas es interesante.<sup>15</sup> Originarios de los cultos afrobrasileños y del kerdécismo, llevaban consigo el estigma impuesto a la población descendiente de esclavos. Considerados rasgos de la "barbarie" de una raza no civilizada, los terreiros enfrentan la incompreensión y la discriminación de la sociedad. A pesar de esta posición de rechazo, la umbanda se convierte en un movimiento de integración que busca ajustarse a los padrones dominantes de la sociedad brasileña. En 1839 se crea en Río de Janeiro la Federación Espírita de Umbanda, la cual agrupaba los centros atomizados; en 1941 se realiza el Primer Congreso Umbandista, que pretendió tener un cuño nacional y cuyo objetivo reside en estudiar y codificar los ritos de la religión. Ésta se extiende y alcanza a un sector importante de las clases medias urbanas.

Pueden distinguirse otros espacios en los cuales las capas populares tratan de integrarse. La llegada de la radio abre una nueva perspectiva para quienes tradicionalmente poseían un capital cultural lúdico. Los programas de auditorio funcionan como verdaderos canales de selección de talentos, y nuevos cantantes y compositores populares alcanzan notoriedad. La samba, una música étnica, cubre el espacio de la radio y promueve ahí a una parte de quienes la habían traído.<sup>16</sup>

No debe imaginarse que esta apertura que propicia la sociedad hacia las manifestaciones populares sea amplia y democrática; al contrario, es selectiva. Un ejemplo, el Código Sacerdotal Umbandista afirma: "Se prohíbe la colocación en los cruces urbanos de trabajos que impliquen el uso de botellas u otros materiales perjudiciales

<sup>15</sup> Véase Renato Ortiz, *A morte branca do feiticeiro negro*, Río de Janeiro, Vozes, 1978.

<sup>16</sup> Véase João Batista Borges Pereira, *Côr, profissão e mobilidade: o negro e o rádio de São Paulo*, São Paulo, Pioneira, 1967.

para el tráfico o que representen un peligro para los niños, además de ofender los cultos de origen africano." Otro terreiro determina: "El jefe del centro o terreiro no permitirá la realización de ceremonias extrañas al culto, o que puedan ofender la moral y las buenas costumbres, y causar la intranquilidad pública." Los ejemplos muestran que para integrarse la religión umbandista debe asimilar determinados valores, como "moralidad", "comportamiento en público", "contención"; sólo de este modo será aceptada como una modalidad religiosa confiable, alejada de los padrones "incivilizados" de su origen africano. Los umbandistas se desdoblan, realizan un trabajo de "purificación" de los ritos para que éstos puedan ser asimilados por la conciencia "civilizada". Los rituales de sangre, los sacrificios de animales tienden a desaparecer porque manifiestan una señal que a como dé lugar se intenta superar. Lo mismo se puede decir de la música popular. En los años treinta la samba, como se decía en la época, "se pone el saco", o sea, se aleja de su pasado negro y se adapta al espacio que le es ofrecido.<sup>17</sup> Las melodías que prefiere "el populacho" son vistas como incentivos a la indolencia y la flojera, y por eso deben sustituirse por canciones que valoran el trabajo y el jornal. Sobre las primeras se ejerce directamente una censura, se prohíbe su difusión en la radio o en los discos. Se presenta por tanto, una selección interna (hecha por los compositores) que distingue entre una "buena" y una "mala" comprensión de las manifestaciones populares. Sin embargo, es necesario subrayar que a pesar de este movimiento disciplinario, o mejor, a través de él, un conjunto de prácticas que se encontraban excluidas de la sociedad como un todo, adquieren una connotación positiva. No por casualidad la discusión sobre la identidad nacional se reorienta en este periodo. Para enfrentar el Brasil urbano-industrial en formación, deben disponerse nuevos conceptos. Si el mito de las tres razas poseían en el cambio de siglo una connotación ambigua (el mestizo era una mezcla inferior en relación con los elementos de la raza blanca), adquiere ahora un aspecto positivo. Gilberto Freire puede entonces definir el Ser brasileño como el cruce de razas, eliminando las posibles dudas respecto de las ventajas del proceso de mestizaje.

<sup>17</sup> Véase José Ramos Tinhorão, *Música popular: do gramofone ao rádio e TV*, São Paulo, Atica, 1981.

Ser brasileño ya no significa ser "indolente", "subalterno"; se promueven otros valores fundamentales para la construcción de una sociedad que pretende haber encontrado su identidad. Dentro de este contexto, el Estado desempeña un papel crucial en la revaloración de las manifestaciones populares. La samba, el fútbol, el carnaval, son promovidos al nivel de símbolos de la brasilianidad. Finalmente, la igualdad de la nación brasileña transitaba por la cuestión preliminar de la construcción de su "pueblo". Desde este punto de vista, el esfuerzo estatal para abrasilianar ciertas manifestaciones populares fue enorme. Inventa una tradición, en el sentido de Hobsbawm, que no existía antes, resemantizando algunos elementos que se encontraban culturalmente disponibles. Se recoge, evidentemente, los frutos de esta estrategia de integración nacional, el Estado confiere a todos una "ciudadanía lúdica", aun cuando priva a la mayor parte de la población brasileña de una ciudadanía política real. El movimiento fundamental, la musicalidad, constituye de esta forma símbolos nacionales, liberándose de sus grupos de origen. Pueden incluso exportarse junto con el exotismo de las películas de Carmen Miranda, los incidentes de los campeonatos de fútbol o la sensualidad de las escuelas de samba.

Resulta importante señalar en realidad que el Estado sólo puede contar para la elaboración de una identidad nacional con los elementos populares distribuidos tradicionalmente en la sociedad. No existe en las décadas de los treinta, los cuarenta y los cincuenta una cultura popular de masas que pueda competir con esas manifestaciones populares. En ese momento el desarrollo de la industria cultural es incipiente, y ni siquiera existe un sistema de distribución natural de los productos culturales. Aun la televisión, que en principio debía ser un medio de comunicación de masas, enfrenta trabas sustanciales para su desarrollo, lo cual significa que no puede todavía constituirse en portadora de una cultura popular de masas. Cuando Chateaubriand inaugura en São Paulo el primer canal de televisión, hace un discurso que desde mi punto de vista resulta paradigmático:

Ese transmisor fue levantado con la plata de la casa; esto es, con los recursos de publicidad que levantamos sobre las Platas Wolff y otras no menos maclas de la América del Sur; qué más puede haber de muy brasileño sino las lanas Sams del Molino Santista, la

riqueza arrancada del cuero de nuestras ovejas de Río Grande, el guaraná Champagne de la Antártica, que es la bebida de nuestros salvajes. El caulm de los bugres [grupo indígena] del pantanal matogrosense y de trechos del valle amazónico. Trata y verás que es más fácil de lo que se piensa alcanzar una televisión: con Plata Wolff, lanas Sams bien callentitas, Guaraná Champagne burbujeante y todo eso bien amarrado y seguro en América del Sur, se hace un bouquet de acero y se cuelga en lo alto de la torre del Banco del Estado una señal de la más subversiva máquina para influir la opinión pública —una máquina que dará alas a la fantasía más sutil y podrá juntar a los grupos humanos más alejados.<sup>18</sup>

Este discurso con un fondo nacionalista resalta el papel precursor de Chateaubriand, y busca asociar su impetuosidad pionera con la construcción de la brasilianidad. El tono triunfalista, sin embargo, no logra esconder la precariedad de la empresa. Los anuncios de la época retratan bien esta contradicción entre el mero existir y el realizar. Se declara en tono interpelativo:

¿Quiere o no la televisión? Para volver la televisión una realidad en Brasil, un consorcio radio-periodístico invirtió millones de cruzeiros. Ahora le toca a usted, ¿cuál será su contribución para sostener tan grandiosa empresa? De su apoyo dependerá el progreso de nuestra tierra y de esa maravilla de la ciencia electrónica. Aplaudir y aclamar admirativamente no basta! Tu apoyo será efectivo cuando adquieras una televisión.<sup>19</sup>

El consumidor no debe ser convencido por la calidad del producto, sino por un discurso pedagógico que apele a sus sentimientos patrióticos. Lo que denota ciertamente la precariedad del sistema de comunicación, el cual está lejos de configurarse como una entidad de masas.

### *La sociedad brasileña después de 1964*

Las transformaciones que tienen lugar en la sociedad brasileña después de 1964 reorganizan el cuadro cultural. La concretización

<sup>18</sup> Ajud Inimá Simões, TV Tupi, Rio de Janeiro, s.l.

<sup>19</sup> *Idem.*



de una "segunda revolución Industrial", consolida un mercado de bienes materiales e impulsa paralelamente la creación de un mercado de bienes culturales. Hasta los años cincuenta las producciones culturales se hallaban restringidas y cubrían un número reducido de personas. A partir de entonces, se volvieron cada vez más diferenciadas y alcanzaron a un gran público consumidor; esto otorgó al mercado cultural una dimensión sin precedente. Durante el período ocurre una expansión formidable en los niveles de producción, distribución y consumo de bienes culturales. Se consolidan los grandes conglomerados que controlarán los medios de comunicación y la cultura de masas (por ejemplo, la TV Globo, creada en 1965, o la Editora Abril). Los datos, cualesquiera que sean, indican el crecimiento inequívoco de este mercado. Entre 1975 y 1980 la venta de aparatos de televisión crece en una proporción que pasa de 100 a 166, la de los radios transistorizados de 100 a 191, y la de los fonógrafos y radiofonógrafos de 100 a 208.<sup>20</sup> Una muestra rápida de las diferentes áreas culturales evidencia este proceso —el boom de la literatura en 1975, el advenimiento de los *bestsellers*, el crecimiento de la industria del disco y del movimiento editorial. Los datos relativos a la prensa expresan claramente la expansión del volumen del mercado consumidor. En 1960, el tiraje de los periódicos diarios era de 3 951 584, en 1979 alcanza 1 587 087 000,<sup>21</sup> esto a pesar de que el número de periódicos prácticamente permaneció igual —lo que es un indicador de la monopolización de los medios de comunicación. Sin tener en cuenta el incremento poblacional, se puede observar que el aumento del público consumidor es bastante grande. En el área cinematográfica, que sufre en los setenta la competencia de la televisión, los números son significativos: en 1981 Brasil poseía 138 000 000 de espectadores. El mercado brasileño adquiere proporciones mundiales: en 1975 la televisión ya forma el noveno mercado del mundo, el disco el quinto, y la publicidad el sexto en 1976.

Las transformaciones culturales de Brasil en las dos últimas décadas pueden ilustrarse mediante el desarrollo de la televisión. Establecida en 1950, conservó hasta mediados de los años sesenta una

<sup>20</sup> Mercado Brasileiro de Comunicação, 1983, p. 23.

<sup>21</sup> *Idem*.

estructura poco compatible con la lógica de la cultura de masas. Sólo existían algunos canales y la producción televisiva, reducida al eje Río-São Paulo, poseía un carácter marcadamente regional. Los problemas técnicos eran considerables y únicamente hasta 1959 fue introducido el sistema del *videotape*, lo cual permitió expandir limitadamente la teledifusión hacia algunas capitales brasileñas.

Debido al bajo poder adquisitivo de gran parte de la población, existía una gran dificultad para comercializar los aparatos, al principio eran importados, y solamente a partir de 1959 empiezan a fabricarse en Brasil.<sup>22</sup> Si consideramos toda la década de los cincuenta, encontramos que el número de aparatos de televisión no alcanza al millón. Un dato que demuestra el límite del sistema televisivo como elemento de promoción comercial es la inversión publicitaria en los diferentes medios de comunicación; en 1958 las partidas aplicadas a la televisión alcanzan apenas 10 por ciento, contra 39 por ciento invertidas en los periódicos. Sería difícil aplicar por completo a la televisión de este período el concepto de industria cultural introducido por Adorno y Horkheimer. De modo evidente, se trataba de un organismo que buscaba expandir sus bases materiales; no obstante, los obstáculos que enfrentaba el desarrollo del capitalismo brasileño colocaban límites concretos al crecimiento de una cultura popular de masas. El propio lenguaje utilizado se acomoda mal al nuevo medio, y lo que en verdad ocurrió fue que el modelo de la radio se trasladó al video sin que se advirtiera la especificidad del texto televisivo. Si examinamos la televisión de los Diarios Asociados, la cual representa la producción televisiva en los años cincuenta, observamos que la racionalidad de la empresa se aproxima más a aquello que Fernando Enrique Cardoso observó para los capitanes de la industria, cuando estudia el comportamiento de los empresarios brasileños a principios del siglo. Una televisión aún vinculada a la expresión política de una familia, cuyo funcionamiento no se regía exclusivamente por los principios de racionalidad, técnica o comercial, distanciándose por tanto del moderno *manager* cultural.

El cuadro cambia radicalmente a partir de los años sesenta, y cabe subrayar aquí la interacción entre el Estado y el desarrollo de

<sup>22</sup> Véase Sérgio Caparelli, *Televisão e capitalismo no Brasil*, Porto Alegre, LPM, 1982.

la industria de las telecomunicaciones. La ideología de la seguridad nacional, mediante el concepto de "integración nacional", impulsa los principios para la creación de un Ministerio de las Telecomunicaciones, el cual permite al Estado construir una infraestructura de telecomunicaciones (sistema de microondas, satélites, etcétera) que será explotado en buena parte por las empresas privadas. Con el sistema de concesiones el Estado controla y estimula el desarrollo de la televisión en el país. En 1970, significativamente durante la Copa del Mundo, será inaugurada la transmisión en cadena nacional; en 1972 se instala la televisión de color. Por primera vez las diferentes partes del país pueden ser integradas en torno a un evento único. En contraste con los años cincuenta y sesenta, a partir de este momento se abre la posibilidad de realizar programas de carácter nacional, y de integrar un público y un mercado consumidor generados potencialmente por el propio desarrollo económico. Basta ver los números para convencernos. En 1970 el número de aparatos de televisión por domicilio era de 4 259 000, y en 1982 pasa a 15 855 000 —esto equivale a más de 75 por ciento de los domicilios urbanos del país. Pero no sólo la difusión televisiva se modifica; con el advenimiento de un mercado de bienes culturales, las empresas de los capitanes de la industria se transforman en industria cultural. La evolución de la inversión publicitaria demuestra este hecho de manera inequívoca. En 1970 la televisión recibe 39.6 por ciento de la inversión publicitaria, contra 13.2 por ciento de la radio, 21.9 por ciento de las revistas y 21 por ciento de los periódicos; en 1980 la primera congrega 57.8 por ciento de esas inversiones, contra 8 por ciento de la radio, 14 por ciento de las revistas y 16 por ciento de los periódicos. Esto significa que la televisión se ajusta ahora a un padrón marcadamente comercial, lo cual implica incluso un cambio en su lenguaje pues el interés del anunciante reside en alcanzar al mayor público consumidor posible. Si el lenguaje de los años cincuenta aparece aún paulado por la radio, a mediados de los sesenta se reinventa un antiguo género literario, la telenovela, en la actualidad el producto cultural de mayor alcance y que el país exporta orgullosamente a América Latina y Europa.<sup>23</sup> El surgimiento de una industria cultural tiene consecuencias importantes, sobre todo en lo referente a manifestaciones

<sup>23</sup> Véase Renato Ortiz, *A telenovela: história e produção*, São Paulo, s.e., 1989.

populares. Las culturas locales, de carácter regional, deben integrarse en esta red cultural que ahora se estructura desde lo alto. No quiero decir con esto que exista un proceso de homogeneidad o que se implante en Brasil un hombre unidimensional. Sin embargo, es necesario tener claro que los cambios ocurridos han sido profundos. Dentro de este contexto, la noción de lo popular se reviste de un significado inédito hasta ahora. En la década de los sesenta son varios los movimientos culturales que atribuyen al concepto un contenido claramente político. De modo evidente, este contenido será interpretado de forma diferente por las diversas corrientes políticas que se enfrentan en el contexto brasileño; es reformista para los intelectuales del Instituto Superior de Estudios Brasileños, marxista para los Centros Populares de Cultura, católico de izquierda para el Movimiento de Cultura Popular. Lo destacable es que la cultura popular remite siempre a un proyecto que trasciende la situación presente e impulsa las fuerzas que actúan en la sociedad para crear un espacio de transformación social. El método Paulo Freire constituye un ejemplo: se pretende desarrollar una educación popular que oriente a la sociedad brasileña en la dirección de un proyecto alternativo al vigente en aquel momento. Cuando la gente de teatro y los cineastas elaboran la concepción de un teatro o un cine "nacional-popular", se integran a una perspectiva que hace recordar la posición de la literatura comprometida de Sartre. Mediante la cultura popular se quiere llevar a las clases populares una conciencia crítica de los problemas sociales, lo que equivaldría a una primera etapa en el camino de su superación. Este tipo de significado aún persiste en movimientos como ciertas comunidades eclesíásticas de base, donde predomina la ideología de la "opción por los pobres"; sin embargo, la concepción hegemónica de lo popular se ha modificado.

El surgimiento de un mercado de bienes simbólicos organiza el cuadro cultural sobre nuevas bases y otorga al concepto otro significado. Popular ahora significa lo que es más consumido. Se puede incluso establecer una jerarquía de "popularidad" entre los diversos productos ofrecidos en el mercado. Un disco, una telenovela, una obra de teatro serán considerados "más" populares que otros porque alcanzan un público consumidor "más" extenso.

Desde este punto de vista podemos decir que la perspectiva mercadológica despolitiza la discusión cultural, pues se acepta el

consumo como categoría final para medir la popularidad de los bienes culturales. Diría incluso que esta tendencia se acentúa en la medida en que el mercado exige del productor una postura más profesionalizada. En los sesenta, la música, el teatro, el cine nuevo, formaban parte de "escuelas" políticas. Quizá porque la difusión de la cultura popular de masas era todavía incipiente. Teniendo en cuenta el momento de polarización ideológica, el acto de producir cultura era de inmediato asociado a un acto político. Con la racionalización y la especialización del mercado, los productos como tales se encuentran atomizados y para expresarse deben profesionalizarse! Esto no quiere decir que no se situaran políticamente; sólo que a partir de entonces se acentúa una dicotomía entre trabajo cultural y expresión política. Como ciudadanos, los artistas pueden manifestar sus preferencias políticas, como profesionales deben adecuarse a las actividades que ejercen en las industrias de cultura.

Otro aspecto se refiere a la identidad nacional. La tradición intelectual brasileña siempre trató de pensar esta problemática en términos de una oposición entre cultura nacional y cultura extranjera. Es al interior de esta frontera que Corbister podía escribir:

Al igual que en el plano económico la colonia exporta materia prima e importa producto acabado, en el plano cultural la colonia es material etnográfico que vive de la importación del producto cultural fabricado en el exterior. Importar el producto acabado es importar el Ser, la forma que encarna y refleja la cosmovisión de aquellos que la produjeron. Al importar por ejemplo el Cadillac, el Chiclet, la Coca-cola y el cine, no sólo importamos objetos y mercancías, también un todo complejo de valores y de conductas que se encuentran relacionados en esos productos.<sup>24</sup>

Esta situación puede extenderse a un conjunto de manifestaciones culturales que reproducían en Brasil la "enajenación" extranjera: el cine brasileño era en los cincuenta una copia de Hollywood y un reflejo de la penetración de las series norteamericanas en la televisión; las novelas radiofónicas reproducían el modelo de las historias contadas en Cuba o en México, y las telenovelas eran

<sup>24</sup> Roland Corbister, *Formação e problema da cultura brasileira*, Rio de Janeiro ISEB, 1958, p. 69.

adaptadas de los originales Italianos. El surgimiento de las industrias culturales modifica el panorama. Nuevamente, el ejemplo de la televisión resulta paradigmático; la comparación entre las series norteamericanas y las telenovelas muestra cómo esta competencia entre cultura extranjera y nacional se relabora. En 1963 la programación para el estado de São Paulo estaba compuesta por 2 por ciento de telenovelas y 25 por ciento de series norteamericanas; en 1977 encontramos que un 22 por ciento de horas-audiencia las ocupaban novelas brasileñas, contra 17 por ciento de los enlatados.<sup>25</sup> Ocurre entonces un fenómeno de "sustitución de importaciones", paralelo al desarrollo de un conjunto de actividades con telenovelas, periodismo, series brasileñas, publicidad, etcétera. Lo que se entendía, sin embargo, como una búsqueda de la brasilianidad, se materializa en una cultura popular de masas que incluso puede ya exportarse al mercado internacional.

### *Modernidad y nación*

La reflexión anterior permite considerar un último aspecto de la cuestión: la modernidad. Entre nosotros el tema es antiguo. El modernismo fue tal vez uno de los primeros movimientos en colocarlo de forma enfática. Cuando los poetas cantaban al ala del avión, los trenes eléctricos, el cine, el jazz-band o la industria, buscaban señales de "modernidad" que pudieran captar el momento por el cual pasaba la sociedad brasileña de los años veinte. El modernismo pretendía ser una ruptura con el pasado, un corte en relación con una historia marcadamente tradicional. Varios comentaristas subrayan esta dimensión de ruptura; Tristão de Athayde afirmaba que el movimiento fructificó en São Paulo porque en esta ciudad sus artistas experimentaban, en su cotidianidad, los componentes de una "vida moderna": "el asfalto, el motor, la radio, el tumulto, el rumor, la vida al aire libre, las grandes masas, los grandes efectos, el cine transportado hacia los otros sectores estéticos, y marcándolos con su estética de seccionamiento la

<sup>25</sup> Datos registrados en J. Straubhaar, "The Development of the Telenovela as the Pre-eminent Form of Popular Culture in Brazil", en *Studies in Latin American Popular Culture*, vol. 1, 1982, p. 144.

primacía de la técnica sobre lo natural".<sup>26</sup> La descripción es viva, pero para el lector actual parece un poco desenfocada. Encubre la existencia de un São Paulo provinciano, 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 hacia la vía láctea los automóviles corrían vertiginosamente", y sugiere una aproximación entre las máquinas y un nuevo orden "astral", queda duda: ¿cómo pensar esta relación tecno-celestial en un país en el que prácticamente no existían automóviles (todos eran importados) y las carreteras eran pocas e intransitables? La imaginación poética no debe oscurecer nuestro juicio. Como muestran los historiadores, el proceso de industrialización en São Paulo es lento en la década del veinte, y se puede decir lo mismo para todo Brasil.<sup>27</sup> Por eso, la revolución del 30 tendría como propuesta política la modernización de la sociedad brasileña. En verdad, se olvida muchas veces que nuestro modernismo ocurrió sin modernización, lo cual significa la presencia de un interregno y de la propia sociedad que lo confirma. Es sobre todo una aspiración, un proyecto para construirse en el futuro. No por casualidad el modernismo, desde 1924, se identifica con la cuestión nacional (en sus diferentes vertientes, por supuesto), pues se trataba de construir una nación que de hecho pudiera contraponerse a un pasado agrario y tradicional.<sup>28</sup>

¿Qué decir hoy de esta búsqueda de lo moderno? Silviano Santiago, enfrentado a la misma problemática en el plano de la literatura, se pregunta en qué medida los escritores brasileños actuales deberían tomar como referencia el movimiento de los años veinte. Su respuesta es clara. Piensa que el proyecto básico del modernismo (que es el de la actualización de nuestro arte mediante una escritura de vanguardia y el de la modernización de nuestra sociedad mediante un gobierno revolucionario autoritario) ya fue ejecutado, aun cuando no se esté de acuerdo con la manera en que fue hecha la industrialización en Brasil. Creo que la observación no sólo se aplica al caso de un movimiento artístico; la cuestión es más

amplia. Vimos cómo la sociedad brasileña se transforma radicalmente a partir de los sesenta, integrándose fuertemente en el proceso de internacionalización de las economías mundiales. Un capitalismo tardío, es verdad, pero que trata de poner su reloj de acuerdo con los pasos del orden internacional. El análisis del universo cultural resulta revelador para descubrir este proceso de cambio. Diríase que la multiplicación de señales de la "modernidad" (computadoras, red nacional de televisión, industrias contaminantes, aviones de propulsión, video-casetes, etcétera), comprueba la existencia de esta nueva realidad. Al contrario del pasado reciente, no se encuentra al margen del ritmo del movimiento de la sociedad (lo cual no equivale a decir que beneficie a la población como un todo). Claro que no debe olvidarse que las "zonas de subdesarrollo" son muchas (analfabetismo, pobreza, desigualdad regional) en un país como el nuestro; pero creo que el sentido del proceso de industrialización no deja lugar a dudas: nos encontramos ante una sociedad moderna, aun cuando su historia fue y seguirá siendo diferente a la de las sociedades centrales.

La idea de que la modernidad es un imperativo de nuestros tiempos puede molestar a algunos de nuestros interlocutores, pues siempre se imaginó que el proceso de modernización eliminaría, por sí solo, el subdesarrollo y las injusticias sociales. Esta visión un tanto ingenua del proceso histórico condujo a sobrevalorar la búsqueda de una "identidad moderna", sin contar con una perspectiva crítica de lo que se deseaba construir. Todo era como si la idea de lo moderno ontológicamente fuera portadora de valores que naturalmente corregirían nuestros desequilibrios. Sabemos que las cosas no son tan sencillas. Junto a los problemas heredados del pasado, ahora tenemos otros, provenientes de la nueva configuración de la sociedad. La modernidad trae consigo desafíos, pero también otras formas de dominación.

Cuando Silvio Romero buscaba el "atraso del pueblo brasileño" (que él identifica como condiciones raciales y climáticas), su mirada ve el futuro, una historia todavía por hacer. Lo mismo podemos afirmar de los isebianos. Al afirmarse que "no hay desarrollo sin una ideología del desarrollo", los intelectuales de los cincuenta afirman la primacía de las ideas sobre la realidad, e iluminísticamente sugieren los rumbos "correctos" para el desarrollo del país. La noción de atraso conlleva la idea de futuro, y de su superación (en

<sup>26</sup> Apud Richard Morse, *Formação histórica de São Paulo*, São Paulo, Difel, 1970, p. 348.

<sup>27</sup> Véase Warren Dean, *A industrialização de São Paulo*, São Paulo, Difel, 1971.

<sup>28</sup> Véase Eduardo Jardim, *A brasilidade modernista*, Rio de Janeiro, Graal, 1978.

el caso de una evaluación optimista). La modernidad acrítica (actual) invierte los términos del debate. No es ya una búsqueda, una utopía, pero, siguiendo las categorías de Mannheim, se transforma en una ideología, en una visión del mundo que trata de adaptarse al presente. En este sentido, la modernidad requiere el ajuste de las personas y de las ideologías a sus intereses. "Atrasado" es lo que está desacompañado con el orden existente. Sin embargo, como semejante actualización no se concretiza plenamente (no somos un país central), o mejor, no realiza íntegramente la modernidad soñada, vemos que la permanencia de la "tradicción" (la antigua y los elementos que no encajan dentro de la perspectiva de la modernidad acrítica) aparece como algo molesto. De ahí la necesidad imperante de establecer diferencias claras, de ajustar lo que "ya era" a lo que debe ser.

Modernidad, modernismo, modernización, son temas siempre presentes, o de alguna forma asociados, a la cuestión nacional. Pero resulta significativo constatar cómo la tradición terminó por proporcionar los principales símbolos con los cuales la nación acabó identificándose. No fueron los ferrocarriles (que eran pocos e ineficientes), la tecnología, el hierro y el acero con que soñaban nuestros futuristas, los que se legitimaron como elementos fundadores de nuestra identidad, sino la samba, el carnaval, el fútbol. Ante la fragilidad de nuestra vida moderna, sólo quedó al imaginario social echar mano de la cultura popular tradicional para definir su propia identidad. Diría que esta situación cambia sensiblemente con las transformaciones ocurridas. Hoy vivimos un momento de sustitución de símbolos. Carnaval, mulata, samba, fútbol, son rasgos que poco a poco pierden el maliz que poseían anteriormente. Empezaron a gestarse otros símbolos: la telenovela, la publicidad, la Fórmula 1, la difusión de telenovelas al exterior, los premios que las películas comerciales empezaron a obtener en los festivales internacionales, la actuación de brasileños en el *grid* de pilotos mundiales, portan ahora un material semiológico que ajusta nuestra imagen a los tiempos modernos. Este proceso sugiere la formación de una identidad "turbo", internacional-popular, ya no nacional-popular como se pensaba. No quiero decir con esto que la cuestión nacional dejó de ser relevante, sino subrayar que se retraduce en lenguaje nuevo, y que ahora aparece marcada por señales de una modernidad que se consumó (en la "periferia" y, claro, a su manera).