

## Renato Ortiz: notas sobre uma trajetória teórica

EM TRÊS OBRAS de suma importância para a compreensão do debate da problemática cultural no Brasil, *Cultura brasileira e identidade nacional* (1985), *A moderna tradição brasileira* (1988) e *Mundialização e cultura* (1994), Ortiz descreve não só um quadro histórico evolutivo das questões culturais, envolvendo a polêmica sobre a construção de uma identidade nacional, como também aponta a existência de uma cultura e identidade "internacional-popular", sustentada primordialmente pelos meios de comunicação de massa. A seguir, procuro descrever sintética e descritivamente a evolução da reflexão do autor nestes três textos.

Estas notas sobre a trajetória de um autor, importante para a análise da cultura contemporânea, principalmente, nos contornos da América Latina, têm o objetivo de apresentar as problemáticas fundamentais de um percurso teórico - a exemplo do que tenho feito com outros autores latino-americanos.<sup>1</sup> Elas não têm a pretensão de compor uma análise crítica - na plenitude do termo - do pensamento de Renato Ortiz, embora se alinhavam algumas observações finais de caráter crítico.

### 1 Percurso acadêmico do autor

Formado em Sociologia pela Universidade de Paris VIII e doutorado em Sociologia e Antropologia pela École des Hautes Études en Sciences Sociales (Paris), atualmente está vinculado à Universidade de Campinas (SP).

Sua tese de doutoramento, *A morte branca do feiticeiro negro*, defendida em Paris (1975), sob orientação de Roger Bastide, tratava, de forma genérica, da mudança cultural, sendo seu objeto empírico a Umbanda. O autor

Ana Carolina D. Escosteguy

Mestre em Comunicação, ECA/USP  
Professora da FAMECOS/PUCRS

demonstra como se efetua a integração e legitimação da religião umbandista na sociedade brasileira. Esta, também, foi vista através de uma ótica comparativa com as práticas do candomblé, concluindo-se que a Umbanda corresponde à integração das práticas afro-brasileiras na moderna sociedade brasileira e o candomblé seria a conservação da memória coletiva africana no solo brasileiro.

Mais tarde, publica *A consciência fragmentada* (1980), apresentando artigos escritos no período de 1976 a 1979. São estudos sobre cultura popular (carneval) e religião (religiões afro-brasileiras e sincretismo) onde a unidade se manifesta em torno da questão do poder, isto é, coincidem na idéia de que o político constitui uma dimensão imanente do mundo social. Conclui que existe uma ambivalência em certas manifestações populares que se mostram ora como reprodução ora como contestação da ordem.

Na sequência concentra sua atenção sobre as etapas do pensamento social brasileiro e as propostas sobre uma identidade nacional - *Cultura brasileira e identidade nacional*. Logo em seguida, passa a tratar especificamente da emergência e consolidação da indústria cultural no Brasil, indicando a formação de uma cultura internacional-popular: *A moderna tradição brasileira*. Como eixo contemporâneo de estudos, Ortiz reflete sobre a existência de uma cultura mundializada - *Mundialização e cultura* e outros textos.

## **2 Reconstrução da trajetória teórica: um olhar retrospectivo sobre a identidade nacional**

Desde o final do século XIX a temática da cultura popular esteve em evidência no cenário intelectual brasileiro. Refazendo o trajeto histórico do debate, Renato Ortiz conclui que ele se desenvolve no terreno político. O interesse aqui não é relatar o desenvolvimento cronológico deste embate mas

apenas mencionar os eixos em torno dos quais a discussão se moveu.

O tema remete à discussão da constituição do Estado, da democracia e da organização da cultura. É associado à temática da identidade nacional e, por sua vez, nos remete novamente a questão da construção do Estado nacional. É associado, também, à questão dos intelectuais. Em diferentes épocas, intelectuais conservadores e críticos construíram diferentes representações de acordo com suas posições diante do governo em vigor.

O autor diz ainda que o debate sobre a cultura popular no Brasil não coincide com o de cultura de massa, na medida em que esta somente se desenvolve na sua plenitude nos anos 60, sendo que nos períodos anteriores era um fenômeno incipiente. Enfim, o conceito de cultura popular no Brasil encerra duas dimensões distintas:

- a) refere-se à existência de classes sociais distintas e, por sua vez, a conjuntos de manifestações culturais equivalentes a classes sociais diferentes. Neste sentido, se contrapõe à cultura de elite;
- b) refere-se à noção de povo e desloca a ênfase para a associação entre popular e nacional, isto é, o popular passa a relacionar-se com o problema da identidade nacional.

Na opinião de Ortiz, a história do conceito de cultura popular se caracterizou no Brasil, sobretudo, pela sua dimensão nacional, confundindo os dois conceitos - cultura popular e cultura nacional.

A preocupação com a temática da cultura popular remonta, então, ao final do século XIX com Silvio Romero, Nina Rodrigues e Euclides da Cunha. A predisposição negativa que existia em relação às manifestações populares, transforma-se em elemento positivo a partir do Romantismo. Aí surge o primeiro movimento de construção do Ser nacional. No entanto, as condições sociais existentes (principalmente, a escravatura) im-

possibilitaram uma discussão mais ampla sobre o popular.<sup>2</sup>

Posteriormente, os estudos vinculados à linha folclorista procuram refletir sobre essa problemática. A identidade nacional irá articular-se originalmente com duas noções particulares: o meio e a raça. Raça e meio definem o quadro interpretativo da realidade brasileira. Clima e raça explicam "a natureza indolente do brasileiro, as manifestações túbias e inseguras da elite intelectual, o lirismo quente dos poetas da terra, o nervosismo e a sexualidade desenfreada do mulato" (Ortiz, 1986: 16).

Neste período, afirma Ortiz, a idéia de povo se confunde com a questão racial, por isso, o estudo da cultura popular se prende à pesquisa das etnias. Mas, também, são importadas teorias européias que tentam responder a questão: afinal, qual é nossa identidade?

Para equacionar o problema salienta-se o elemento mestiço. "A temática da mestiçagem é neste sentido real e simbólica; concretamente se refere às condições sociais e históricas da amálgama étnica que transcorre no Brasil, simbolicamente conota as aspirações nacionalistas que se ligam à construção de uma nação brasileira" (Ortiz, 1986: 21). A inferioridade racial explica o porquê do atraso brasileiro, mas a noção de mestiçagem aponta para a formação de uma possível unidade nacional. O estudo da cultura popular revela a necessidade de pensar a realidade de um Estado que pretende se constituir nacionalmente.

Dando continuidade a essa tradição, na década de 30, Gilberto Freyre redireciona essa teoria. O conceito de raça perderá lugar para o de cultura e o mestiço adquirirá uma conotação positiva. A partir das primeiras décadas do século XX, o Brasil sofre mudanças profundas: urbanização, industrialização, desenvolvimento de uma classe média, de um proletariado urbano. Com a revolução de 30, o Estado

procura consolidar o desenvolvimento social. Nesse quadro, as teorias raciológicas tornam-se obsoletas.

Na opinião de Ortiz, o trabalho de Gilberto Freyre atende a essa expectativa. Gilberto Freyre reverte a negatividade do mestiço, transformando-o em positividade no brasileiro. Para Ortiz, ele é o término de uma tradição intelectual conservadora iniciada no século XIX.

Nos anos 50 essa questão será colocada em novos termos pelos intelectuais do ISEB - Instituto Superior de Estudos Brasileiros. Rompendo com a perspectiva folclorista, formulam um ideário nacionalista estruturado basicamente a partir de dois conceitos: o de alienação e o de situação de dependência.

A situação de dependência (ou de colonização) era tratada em termos de alienação, por isso, concebe-se de imediato a contrapartida, o processo de desalienação do mundo dependente. É preciso forjar uma consciência crítica, uma consciência nacional que se contraponha à dominação cultural. As práticas artísticas devem espelhar a realidade nacional, assim, o público pode tomar consciência de sua própria existência alienada:

"Ao se conceber o domínio da cultura como elemento de transformação social, o ISEB abre a perspectiva de se pensar a problemática da cultura popular fora dos quadros do folclore e da tradição. Neste sentido pode-se dizer que a discussão dá *uma virada à esquerda*. Porém o conceito de popular vai se revestir agora de significados diferentes." (Ortiz, 1984: 48)

A influência do ISEB foi decisiva e marcante na sociedade brasileira. De acordo com Ortiz, dois movimentos realizaram de forma diferenciada os ideais políticos tratados teoricamente pelo ISEB: o Movimento de Cultura Popular do Recife e o Centro de

O conceito de cultura popular do CPC (62/64) vai se confundir explicitamente com o de conscientização. Ferreira Gullar, um de seus teóricos e expoentes, afirma que a cultura popular compreende o processo de tomar consciência dos problemas da realidade nacional e que estes somente serão solucionados quando forem realizadas profundas transformações na estrutura sócio-econômica e, conseqüentemente, no sistema de poder. Ao fazer essa constatação, propõe-se também uma ação:

"A cultura popular tem caráter eminentemente nacional e mesmo nacionalista. Nem poderia ser de outro modo, já que a visão cultural que a alimenta - como movimento e como fenômeno - emerge dos problemas de estrutura do país e coloca a necessidade da participação do intelectual na solução desses problemas."(Gullar, 1980: 85)

A questão cultural sofre alterações profundas no pós-64. Este período caracteriza-se pela crescente intervenção do Estado na esfera da cultura. Ele atua de forma sistematizada e abrangendo o território nacional, tanto no plano da repressão como no da promoção cultural.

Além disso, o desenvolvimento econômico incentivado pelo governo militar trouxe sérias conseqüências para a cultura: instala-se um mercado de bens culturais que se expande a nível nacional:

"A emergência das indústrias culturais e a presença do Estado na esfera cultural tem conseqüências importantes. As manifestações populares devem agora se exprimir dentro de uma estrutura social que as integra a partir do alto. Não quero sugerir com isto que exista um processo de homogeneização ou que se implante no Brasil

um homem unidimensional do tipo marcusiano. É necessário no entanto termos claro que as mudanças que ocorrem são profundas o que vai reorientar o debate sobre a cultura popular."(Ortiz, 1984: 52)

Esta nova conjuntura de fato reorienta o debate da cultura popular. Em relação a identidade nacional, o discurso da miscigenação racial se oficializa e é integrada uma versão moderna da cultura brasileira através do crescimento das indústrias nacionais de cultura. Segundo Ortiz, o debate cultural a partir desta etapa tende a se despolitizar, ou seja, a perspectiva mercadológica despolitiza a questão, pois se aceita o "consumo" como categoria para medir popularidade de produtos culturais.

Enfim, a partir de uma perspectiva histórica, Ortiz afirma que a identidade é uma construção simbólica, construída por diferentes grupos sociais em diferentes momentos históricos. Assim, se estabelece uma relação entre nacional/popular e Estado:

"O Estado é esta totalidade que transcende e integra os elementos concretos da realidade social, ele delimita o quadro de construção da identidade nacional. É através de uma relação política que se constitui assim a identidade; como construção de segunda ordem ela se estrutura no jogo de interação entre o nacional e o popular, tendo como suporte real a sociedade global como um todo."(Ortiz, 1986: 138)

Os mediadores dessa relação, segundo Ortiz, são os intelectuais. No entanto, aflora uma dúvida sobre esta tese: seriam os intelectuais os únicos mediadores na formação da identidade nacional?

### **3 A moderna sociedade brasileira**

Em *A moderna tradição brasileira* (1988), Ortiz

recoloca temas que já vinha trabalhando. Agora, a grande questão é: como ficam as problemáticas do nacional, do popular e da identidade nacional diante de uma moderna sociedade brasileira que se impõe como realidade e não mais como construção?

É através da discussão da cultura popular e cultura brasileira que se constrói o entendimento da formação da nacionalidade de um país da periferia. Em contrapartida, avalia Ortiz, há um relativo silêncio sobre a existência de uma cultura de massa. É somente na década de 70 que surgem os primeiros escritos sobre o tema, tanto na comunicação como na sociologia.

Assumindo uma perspectiva histórica, Ortiz refaz o percurso da sociedade brasileira no que diz respeito ao consumo dos bens culturais a partir da década de 40, tratando, sobretudo, da emergência e consolidação de uma "cultura popular de massa".

Para esse período inicial - anos 40 e 50 - considera-se a indústria cultural incipiente, sendo que toda a discussão sobre a integração nacional se concentra no Estado. Já o que caracteriza a situação cultural dos anos 60 e 70 é a dimensão alcançada pelo mercado de bens culturais:

"Se até a década de 50 as produções eram restritas e atingiam um número reduzido de pessoas, hoje elas tendem a ser cada vez mais diferenciadas e cobrem uma massa consumidora. Durante o período que estamos considerando, ocorre uma formidável expansão, em nível de produção, de distribuição e de consumo da cultura; é nesta fase que se consolidam os grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação e da cultura popular de massa." (Ortiz, 1988: 121)

O que melhor caracteriza o advento e consolidação da indústria cultural no Brasil é a

expansão da televisão. Se nos anos 50 o circuito televisivo era predominantemente local e precário tecnicamente, através do investimento do Estado na área das telecomunicações, o empresariado logo teve condições de integração do mercado.

A implantação e consolidação de uma indústria cultural e de uma sociedade moderna acaba alterando a relação entre a esfera de bens restritos e a de bens ampliados. Agora, a lógica comercial é a que prevalece e acaba determinando o espaço a ser conferido às outras formas de manifestações culturais.

Uma das consequências é a despolitização do debate cultural. Entretanto, este vincula-se à própria lógica da indústria cultural. Esta é administrada pela lógica comercial, da eficiência e, assim, torna-se menos política.

Porém, o caso brasileiro é particular. É o Estado militar quem promove o capitalismo avançado. Isto recoloca o tema da despolitização porque no período da ditadura se exigia uma certa eficiência administrativa e uma aliança com o Estado autoritário com o objetivo de integração nacional.

Por essa razão, Ortiz conclui que a consolidação da indústria cultural se dá num momento de repolitização da esfera do Estado, assim o processo de despolitização, considerado exclusivamente em nível de mercado, se beneficia de um reforço político. O processo de despolitização se considera inerente ao desenvolvimento da indústria cultural, no entanto, aqui, a repolitização beneficiou seu desenvolvimento.

A relação entre cultura e política nos remete ainda a uma discussão clássica sobre o popular e o nacional. Ortiz defende a idéia de que o advento de uma cultura popular de massa redefine a discussão. Avaliando as duas tradições que pensaram o nacional-popular, afirma:

a) para a vertente folclorista (final do século até meados de 1930), a cultura popular é um elemento simbólico que permite aos intelectuais tomarem consciência e expressarem a situação periférica do país em que se encontram;

b) já para a tradição mais politizada (a partir dos 50), o que se buscava era através da cultura popular levar às classes populares uma consciência crítica dos problemas sociais.

É exatamente isto o que interessa neste texto, pois com a emergência da uma indústria cultural e a consolidação de um mercado de bens simbólicos, a concepção do que é popular tende a se modificar. Na moderna sociedade brasileira, popular se identifica com o que é mais consumido; serão considerados populares aqueles produtos que atingirem um grande público. Nesse sentido, pode-se afirmar que a lógica mercadológica despolitiza a discussão, não é mais possível associar o "fazer cultura" com o "fazer política".

Outra consequência é a transformação da noção de nacional. A indústria cultural equaciona a problemática da identidade nacional. Esta se identifica ao mercado, na medida em que "nação integrada" significa interligação dos consumidores potenciais espalhados pelo território nacional:

"A indústria cultural adquire, portanto, a possibilidade de equacionar uma identidade nacional, mas reinterpretando-a em termos mercadológicos; a idéia de "nação integrada" passa a representar a interligação dos consumidores potenciais espalhados pelo território nacional. Nesse sentido se pode afirmar que o nacional se identifica ao mercado; à correspondência que se fazia anteriormente, cultura nacional-popular, substitui-se uma outra, cultura mercado-consumo." (Ortiz, 1988: 165)

Num primeiro momento, existia uma relação entre nacional e popular. A partir da consolidação de um mercado de bens simbólicos, o mercado se equivale a noção de nacional e o consumo ao de popular.

Existe, ainda, uma outra questão colocada por Ortiz nesse texto. Trata-se do confronto entre o nacional e o estrangeiro, uma temática de larga discussão na América Latina. Na opinião de Ortiz, essa questão deve ser compreendida ao longo da história brasileira através de dois períodos distintos.

Num primeiro, focaliza-se a precariedade na formação de uma cultura popular de massa onde é bastante forte a presença estrangeira:

"Na verdade, esse momento de precariedade da sociedade brasileira favorece a assimilação de contribuições variadas, que são tomadas como referência, mas certamente não se constituem exclusivamente em elementos de *alienação nacional*." (Ortiz, 1988: 192)

Num segundo momento, trata-se da consolidação da cultura popular de massa. Assim, observa-se um progressivo aumento de autonomização na esfera da cultura brasileira. Depois de avaliar pelo menos duas atividades relacionadas a esse campo - a publicidade e a indústria televisiva, o autor conclui que nossa indústria cultural tem dimensões nacional e internacional:

"A consolidação de uma sociedade moderna no Brasil reorienta essa imagem na medida em que a cultura brasileira passa a integrar o mercado ajustada agora aos padrões internacionais. A penetração de um produto como a telenovela na América Latina, e em vários países da Europa, aponta para uma outra direção, a de passarmos da defesa do nacional-popular para a exportação do *internacional-po-*

*pular.*" (Ortiz, 1988: 205)

Aqui, encontra-se o germen do próximo texto do autor quando o processo de mundialização da cultura torna-se o foco de atenção. A primeira vista, uma reflexão sobre a globalização e a mundialização da cultura sugere que ela se afaste das particularidades, entretanto, ocorre exatamente o contrário. Assim, o autor vê que a mundialização da cultura se revela através do próprio cotidiano. Esta é uma premissa importante de reter.

O movimento da mundialização, segundo Ortiz, percorre dois caminhos: o da desterritorialização e o da localização. Os sinais do primeiro são o espaço deslocalizado; a deslocalização da produção quando "os objetos transformam-se em compostos resultantes da combinação de pedaços dispersos aleatoriamente pelo planeta" (Ortiz, 1995: 109); a consolidação de uma cultura internacional-popular cujo fulcro é o consumo, isto é, este tipo de cultura caracteriza uma sociedade global de consumo; e, finalmente, quando não só os objetos mas também as referências culturais se desenraizam, ou seja, quando a sua nacionalidade conta pouco no mercado consumidor.

Este autor trabalha com a hipótese que nos encontramos diante da formação de uma memória internacional-popular. Através do consumo, é possível mostrar como este espaço se entrelaça com a memória nacional e, também, como o consumo ao se mundializar configura uma relação identitária específica. O caso norte-americano ilustra esta tese, no entanto, este exemplo não será descrito aqui.

As premissas relativas à sociedade de consumo emergem com a modernidade mas estas não reconhecem as fronteiras nacionais. A modernidade-mundo tem uma dinâmica própria. O processo de globalização e desterritorialização da cultura rompe o vínculo entre memória nacional e os objetos. Com a

sua proliferação em escala mundial, estes objetos serão desenraizados de seus espaços geográficos. Assim, se o carro Ford T é símbolo da identidade americana, o automóvel é um mito do mundo moderno.

Afirmar a existência de uma identidade internacional-popular é reconhecer que na sociedade de consumo são forjadas referências culturais mundializadas. Devido à abrangência desta memória e à diversidade de grupos que envolve, a lembrança ou o re-conhecimento só se concretiza quando diz respeito ao um conjunto de objetos/valores partilhados pelo seus membros.

A memória internacional-popular funciona como um sistema de comunicação. Através de referências culturais comuns, ela estabelece a cumplicidade entre as pessoas: "Nela, passado e futuro se fundem na familiaridade dos objetos" (Ortiz, 1994: 132).

Os elementos que compõem a memória dos indivíduos são atemporais, podendo ser reciclados a qualquer momento. Enfim, a desterritorialização prolonga o presente nos espaços mundializados. Assim, o sujeito se desloca mas se encontra sempre no mesmo lugar:

"Ao se deparar com um universo conhecido, sua vida 'se repete', confirmando a ordem das coisas que o envolvem." (Ortiz, 1994:133)

A memória internacional-popular se revela como instância reprodutora da ordem social. As necessidades básicas do homem seriam idênticas em todos os lugares, e sua vida cotidiana se nivelaria às exigências universais de consumo. Este tipo de memória manifesta uma posição universalista, construindo "a grande família dos homens". Dessa forma, os sinais de uma identidade nacional já não podem mais desfrutar de uma centralidade.

A mídia e as empresas transnacionais pas-

sam a administram uma memória internacional-popular:

"Elas se configuram em instâncias de socialização de uma determinada cultura, desempenhando as mesmas funções pedagógicas que a escola possuía no processo de construção nacional. A memória internacional-popular não pode prescindir de instituições que a administrem. Mídia e empresas são agentes preferenciais na sua constituição; elas fornecem aos homens referências culturais para suas identidades. A solidariedade solitária do consumo pode assim integrar o imaginário coletivo mundial, ordenando os indivíduos e os modos de vida de acordo com uma nova pertinência social." (Ortiz, 1994: 144)

Entretanto, é importante salientar que:

"A modernidade-mundo rompe com os limites nacionais, borrando as fronteiras entre o interno e o externo. A mundialidade é parte do presente das sociedades que nos habituamos a chamar de "periféricas", ela encontra-se "dentro" de nós. Uma cultura mundializada deixa raízes em "todos" os lugares, malgrado o grau de desenvolvimento dos países em questão. Sua totalidade transpassa os diversos espaços, embora, como vimos, de maneira desigual." (Ortiz, 1994: 219)

Enfim, este último alerta reconhece as diferenças entre países mas não os exclui do movimento de mundialização da cultura.

#### 4 A título de conclusão

Em 1985, em *Cultura brasileira e identidade nacional*, Ortiz afirma que a relação entre nacional e popular se manifesta na construção do Estado brasileiro e que o tipo dessa relação é política, pois a cada momento históri-

co grupos determinados de intelectuais re-interpretaram e construíram um Ser nacional.

Reafirma que a cultura encerra sempre uma dimensão de poder que lhe é interna. Decorre daí uma dimensão política mas isto não quer dizer que, no caso, a cultura popular se expresse através de manifestações que compõem uma consciência política ou programa partidário.

Enfim, nesse texto, Ortiz deixa muito clara a dimensão política que perpassa a discussão do popular no Brasil, apontando os intelectuais como os mediadores das construções simbólicas hegemônicas em diferentes períodos históricos. Assim, a cultura pressupõe um espaço de conflito onde se manifestam relações de poder.

Em 1988, em *A moderna tradição brasileira*, Ortiz afirma que o processo de consolidação da indústria cultural brasileira apresenta características peculiares porque é o Estado militar/autoritário quem promove o capitalismo e, por sua vez, a indústria cultural como o equivalente no plano cultural.

Esta que naturalmente deveria seguir princípios de eficiência administrativa e preponderância da lógica comercial, atendendo exclusivamente aos imperativos do mercado, precisa conciliar esses imperativos com uma postura política de agrado ao sistema. "Os militares propõem a unificação das consciências, os empresários a integração do mercado" (Ortiz, 1988:72), mas estes interesses devem ser conciliados.

O advento de uma cultura popular de massa (ele faz questão de chamá-la assim) redefine a discussão:

1. A consolidação de um mercado de bens simbólicos associa o popular ao que é mais consumido. Serão considerados populares aqueles produtos que atingem o grande público, portanto, isto despolariza a questão.



2. A noção de *nacional* se modifica: a indústria cultural é quem equaciona a identidade nacional, depois da "integração nacional", proposta pelo Estado autoritário. O *nacional se identifica com mercado*, na medida em que "nação integrada" significa interligação de consumidores potenciais espalhados pelo território nacional.

3. Também, o papel dos intelectuais/profissionais da cultura se altera. Estes, diz Ortiz, podem expressar-se politicamente mas apenas enquanto cidadãos, indivíduos.

4. E, ainda, uma outra questão se modifica: a relação entre *nacional e estrangeiro*. Depois de um tempo onde se verificou uma forte presença estrangeira no período de incipiência ou precariedade da indústria cultural através da importação de quadros, conhecimentos e produtos, passa-se a uma progressiva autonomização da esfera cultural e a consolidação de indústrias nacionais de cultura. A existência de uma cultura *internacional-popular* tendê a modificar mais uma vez a discussão sobre a identidade.

Se produzimos programas capazes de serem exportados e consumidos com sucesso é porque o âmbito da produção segue padrões transnacionais. No que diz respeito as identidades, Ortiz afirma sua capacidade de serem intercambiáveis por possuírem elementos de outras culturas. A identidade não se prende mais aos limites fixos do território nacional. A partir daqui já se insinua o processo de mundialização da cultura.

Entrelaçando os três textos no que diz respeito a ruptura da relação entre cultura e política, pode-se observar que o próprio autor absorve o princípio do mercado como o regulador de todo o processo. Se assumimos que o princípio maior é o mercado ou o valor de troca da mercadoria-cultura (valor de troca são as quantidades proporcionais segundo as quais tal mercadoria pode ser trocada por qualquer outra), não percebemos mais a cultura como âmbito de expressão

da hegemonia, do conflito entre grupos sociais distintos, que admite dimensão de poder e, portanto, política. Enfim, não admitimos que a cultura ainda pressupõe um valor de uso - conjunto de propriedades materialmente inerentes à mercadoria, capazes de satisfazer necessidades humanas.

Não se pode esquecer ou menosprezar o princípio regulador da esfera da cultura no capitalismo - o valor de troca, assim como, também, não se pode esquecer que se existe ainda uma possibilidade de diferentes *usos* da cultura, estes ainda comportam uma dimensão de conflito, de luta, de disputa política.

Além disso, o consumo não pode ser o princípio exclusivo que indica a mundialização da cultura. Em seu texto, publicado em 1994, o autor pauta-se por exemplos basicamente do âmbito do consumo como Coca-Cola, Nike, Lee, McDonalds, entre outras marcas de produtos para demonstrar este movimento de mundialização.

Outra observação importante de ser feita trata da construção metodológica apresentada por Ortiz na sua reflexão. No primeiro trabalho (1986), estudado aqui, manifesta-se uma recuperação do pensamento sociológico brasileiro através de uma certa periodização onde, sob o ponto de vista cultural, são escolhidos autores representativos em cada etapa.

No segundo (1988), o foco do trabalho gira em torno da emergência e consolidação de um mercado de bens culturais a partir da década de 40, evidenciando suas consequências seja no plano da identidade seja na constituição de uma sociedade moderna. Metodologicamente, não são obras vistas à luz de uma cronologia que pautam esta reflexão mas uma ampla gama de dados de diversas ordens - fontes documentais como dados estatísticos, de outro lado, entrevistas, etc. As dimensões histórica, sociológica e antropológica estão presentes neste texto

histórico-cultural.

E, no último (1994), a compreensão da problemática nacional que perde sua posição de centralidade, diante do processo de globalização e mundialização da cultura, compõe o eixo do trabalho. Diante da premissa que a mundialização revela-se através do cotidiano o pesquisador propôs inicialmente que

"... minha perspectiva foi a inversa daquela utilizada pelos antropólogos clássicos. O método de observação participante pressupunha uma aproximação daquilo que se pretendia compreender. Eu procurei tornar o próximo, distante, para desta forma apreendê-lo de maneira analítica. Escrevi este livro como um "nativo". Alguém, como o leitor, que se encontra perpassado por uma vivência mundializada. Marlboro, EuroDisney, fast-food, Hollywood, chocolates, aviões, computadores, são os traços evidentes de sua presença envolvente. Eles invadem nossas vidas, nos constroem, ou nos libertam, e fazem parte da mobília de nosso dia-a-dia. O planeta, que no início se anunciava tão longínquo, se encarna assim em nossa existência, modificando nossos hábitos, nossos comportamentos, nossos valores." (1994: 8)

Aqui o autor apresenta uma proposta inicial de auto-etnografar-se enquanto um cidadão que vive contemporaneamente numa sociedade marcada pela modernidade. O etnógrafo, nesta situação, deveria ser visto como produtor e produto dos dados, construindo-se uma etnografia do próprio modo de viver.

No entanto, esta intenção frustra-se na medida em que o autor avalia que para tal é necessário desterritorializar-se, posicionando-se não mais como brasileiro ou latino-americano mas como "cidadão mundial".

Perder de vista a visão territorializada é perder o chão do cotidiano, por isso, a premissa original torna-se inoperante.

Com isto perde-se uma dimensão do trabalho mas o texto cresce em amplitude e generalização.

## Notas

- 1 Ver Escosteguy, Ana Carolina, 1997: "Néstor García Canclini: Notas sobre um autor latino-americano" em *Comunicação e Sociedade*, 27, São Bernardo do Campo, SP: Unesp; Escosteguy, Ana Carolina, 1997: "Itinerário de um deslocamento: Dos meios às mediações" em Fausto, A. e Pinto, M., *Mídia e cultura*, Rio de Janeiro: Diadorim-Compós.
- 2 Segundo Ortiz, *O Guaraní* (1857) de José de Alencar pode ser considerado como um mito de fundação da brasilidade.

## Bibliografia

- Dias, Fernando C., 1993: "Estudos culturais no Brasil: a tradição sociológica", em *Revista Sociedade e Estado*, Brasília: Editora UnB, vol. VIII, No.1 e 2, janeiro/dezembro 1993.
- Gullar, Ferreira, 1980: "Cultura posta em questão", em *Arte em Revista*, São Paulo, No. 3, março 1980.
- Ortiz, Renato, 1980: *A consciência fragmentada*, São Paulo: Paz e Terra.
- Ortiz, Renato, 1984: "Cultura popular no Brasil: Iluminados e alienados", em *Revista INTERCOM*, São Paulo: n 49/50, jul/ago/set/out 1984.
- Ortiz, Renato, 1986: *Cultura brasileira e identidade nacional*, São Paulo: Brasiliense.
- Ortiz, Renato, 1988: *A moderna tradição brasileira*, São Paulo: Brasiliense.
- Ortiz, Renato, 1994: *Mundialização e cultura*, São Paulo: Brasiliense.